



## **Politiques**

# **Communications internes et externes, usage de la raison sociale, du logo et autre matériel d'identité et de promotion**

**MARS 2016  
RÉVISION DÉCEMBRE 2023**

## **IDENTIFICATION DES PARTIES ET BUT DE LA POLITIQUE DE COMMUNICATIONS INTERNES ET EXTERNES**

### **1.1 LES PARTIES**

Les parties à la présente politique de communications internes et externes sont, d'une part, Sportcom et, d'autres parts, les personnes qu'elle emploie sur une base régulière ou occasionnelle, ses dirigeants du conseil d'administration, les partenaires de l'organisme, les athlètes et entraîneurs, les médias, les clients ainsi que toutes autres personnes ou organismes en lien avec Sportcom.

### **1.2 BUT DE LA POLITIQUE DE COMMUNICATIONS INTERNES ET EXTERNES**

La présente politique de communications internes et externes vise à obtenir la plus grande efficacité possible dans les communications entre les employés, avec les membres du conseil d'administration, avec les athlètes, entraîneurs et intervenants sportifs divers, avec les médias, avec nos clients et partenaires ainsi qu'avec les acteurs du milieu des communications.

- assurer la transmission de l'information de façon adéquate;
- éviter toute perte d'information;
- uniformiser l'approche communicationnelle de Sportcom;
- offrir la meilleure visibilité possible à l'organisation;
- assurer de maintenir l'image et la réputation de Sportcom.

### **1.3 DURÉE DE LA POLITIQUE DE COMMUNICATIONS INTERNES ET EXTERNES**

La présente politique est établie pour une durée indéterminée et est revue de temps à autre par le conseil d'administration de Sportcom en tenant compte de la réalité en continuelle évolution de l'organisation.

## **DÉFINITIONS**

- 2.1 **Politique de communications internes et externes** : Politique établissant l'ensemble des procédures de communications, tant à l'interne qu'à l'externe, pour toutes personnes et/ou organismes en lien avec Sportcom.

- 2.2 **Sportcom ou l'organisation** : Désigne Sportcom représentée par son conseil d'administration.
- 2.3 **Employé** : Désigne toute personne travaillant pour l'employeur moyennant rémunération.
- 2.4 **Personne gestionnaire-responsable ou directeur général** : Désigne la personne responsable de l'application de la politique pour Sportcom.
- 2.5 **Administrateur ou membre du conseil d'administration** : Désigne la personne siégeant sur le conseil d'administration de Sportcom.
- 2.6 **Partenaire** : Désigne l'organisme ou l'entreprise partenaire financier de Sportcom.
- 2.7 **Athlète** : Désigne l'athlète dont les compétitions et événements sont couverts par Sportcom.
- 2.8 **Entraîneur** : Désigne l'entraîneur dont les athlètes, les compétitions et événements sont couverts par Sportcom.
- 2.9 **Média** : Désigne l'entreprise de média d'information qui reçoit et/ou utilise les communiqués et autres documents d'information produits par Sportcom et/ou qui a recours aux services de Sportcom pour obtenir de l'information sur les athlètes, entraîneurs ou tout autre point relatifs aux sujets couverts pour l'organisme.
- 2.10 **Client**: Désigne la personne ou l'organisme qui bénéficie d'un contrat de services de la part de Sportcom en échange de rémunération.
- 2.11 **Année de référence** : Période qui se situe entre le 1<sup>er</sup> avril et le 31 mars de chaque année.

## COMMUNICATIONS INTERNES

### Description de l'environnement interne

L'environnement interne est composé de la direction générale, des employés, des membres du conseil d'administration et des partenaires.

### Contexte

La direction générale et les employés ne travaillent habituellement pas dans le même lieu physique puisque le télétravail est possible à Sportcom. Tous les employés ont la possibilité de travailler de la maison ou du bureau de Sportcom, au Stade olympique, selon les besoins de l'organisation. De plus, les employés ne

travaillent pas tous en même temps puisqu'il y a des quarts de jour et de soir, la semaine et la fin de semaine.

### 3.1 COMMUNICATIONS ENTRE EMPLOYÉS

Les employés de Sportcom sont en constante communication les uns avec les autres lorsqu'ils sont en situation de travail.

#### 3.1.1 Courriels

- A) Courriel Sportcom personnalisé
  - **Moyen de communication officiel entre employés**
  - moyen de communication entre collègues pour des sujets qui ne demandent pas une réponse immédiate.
  - utilisé pour s'assurer du partage de renseignements importants.
- B) Courriel Sportcom général (info@sportcom.qc.ca)
  - le rédacteur en poste gère le courriel [info@sportcom.qc.ca](mailto:info@sportcom.qc.ca) le temps de son quart de travail.
  - Il s'agit d'un moyen de communication entre collègues pour des courriels informatifs généraux, sans demande de réponse urgente, et pour transférer des demandes de clients au rédacteur en poste.

#### 3.1.2 Téléphone

- A) Téléphone de rédaction (514-990-0966)
  - pour joindre de vive voix le rédacteur en poste
  - le rédacteur en poste prend le renvoi téléphonique du 514-990-0966 sur son appareil personnel
  - un rédacteur peut avoir la garde, donc prendre le renvoi téléphonique sans être en devoir, afin d'assurer une présence au bout du fil.
- B) Téléphone du bureau (514-252-3022)
  - pour joindre de vive voix la direction générale et les employés au bureau du Stade olympique.
- C) Cellulaire et texto
  - moyen de communication entre collègues pour des sujets qui demandent une réponse immédiate (cellulaire) ou très rapide (textos)

#### 3.1.3 Skype

- A) Skype compte général (sportcom-pupitre et sportcom-pupitre2)

- le rédacteur en poste a le contrôle du compte sportcom-pupitre, il indique son nom dans le profil
- moyen de communication à privilégier entre collègues en devoir pour des tâches partagées et des sujets qui demandent une réponse rapide ainsi que lorsque plusieurs personnes sont en poste en même temps.
- le compte sportcom-pupitre2 est utilisé quand deux collègues doivent faire des appels au même moment

B) Skype compte personnel

- moyen de communication à privilégier entre collègues en devoir pour des tâches partagées et des sujets qui demandent une réponse rapide ainsi que lorsque plusieurs personnes sont en poste en même temps.

### 3.1.4 Médias sociaux

moyens de communication entre collègues à éviter

### 3.1.5 Réunions d'équipe hebdomadaires

- réunion normalement les lundis matin, par skype pour la majorité, par téléphone exceptionnellement
- retour sur la semaine précédente
- suivi des tâches à accomplir dans la semaine à venir
- échange d'information sur les développements dans les différents dossiers
- partage des situations problématiques/difficiles
- ajustement des horaires et responsabilités de la prochaine semaine

### 3.1.6 Réunions d'équipe en personne

- rencontre de l'ensemble de l'équipe, de durée plus longue
- idéalement aux deux ou trois mois
- habituellement destinées à un ou des sujets précis
- aussi pour connaître le poulx de l'équipe, partager les prévisions à court, moyen et long termes
- pour collaborer aux projets de plus grande envergure

### 3.1.7 Rencontres individuelles

- annuelle ou ponctuelle au besoin
- pour faire le point sur le travail réalisé par l'employé

### 3.1.8 Dropbox

- boîte où tous les documents communs sont réunis
- s'assurer de respecter toutes les règles internes d'opération pour maximiser cet outil.

## SUR LE TERRAIN

Rédacteur(s) en poste <> Rédacteur sur le terrain

Responsabilité du rédacteur sur le terrain :

- toutes les publication sur les réseaux sociaux
- rédaction du texte
- mise en ligne du texte, vidéo, extrait sonores, etc.

Responsabilité du rédacteur en poste :

- soutien au rédacteur sur le terrain s'il est disponible pour de la relecture et autres points techniques.

Les attentes du rédacteur sur le terrain envers le rédacteur en poste doivent être communiquées le plus tôt possible dans la journée pour bien prévoir la période de soutien.

Bulletin spécial : s'il est pertinent d'en faire un, la rédaction du bulletin spécial est la responsabilité du rédacteur en poste avec l'aide du rédacteur sur le terrain pour les résultats.

### 3.2 COMMUNICATIONS AVEC LES PARTENAIRES

La majorité des contacts entre les employés de Sportcom et les partenaires se font par l'entremise de la direction générale. Des rencontres périodiques sont prévues pour évaluer la satisfaction de tous au sein des partenariats et constamment orienter les services vers les besoins du partenaire.

Si un employé de Sportcom autre que le directeur général doit interagir avec un partenaire, la direction générale doit être avisée. Par courriel, toutes les communications entre employé et un partenaire sont transmises en copie conforme à la direction générale.

Parmi les interventions quotidiennes indirectes avec les partenaires, Sportcom :

- diffuse des communiqués du partenaire par courriels des communiqués et sur les médias sociaux
- entretient de bons liens en faisant un suivi assidu des demandes et en répondant aux besoins le plus adéquatement possible;
- partage leurs publications susceptibles d'intéresser notre communauté sur les médias sociaux

## COMMUNICATIONS EXTERNES

### **Description de l'environnement externe**

L'environnement externe est composé des athlètes, entraîneurs et intervenants sportifs divers, des médias, clients ainsi que des différents acteurs des milieux du sport et des communications.

## 4.1 COMMUNICATIONS AVEC LES ATHLÈTES, ENTRAÎNEURS ET INTERVENANTS SPORTIFS DIVERS

Le mandat premier et initial de Sportcom est d'assurer la visibilité des athlètes et entraîneurs québécois identifiés excellence lors de leurs compétitions internationales. Ainsi, Sportcom :

- diffuse par courriels des communiqués relatant les compétitions de ces athlètes et entraîneurs, ainsi que d'autres événements majeurs de leurs carrières;
- entretient de bons liens avec ceux-ci en tous temps;
- partager leurs publications susceptibles d'intéresser notre communauté sur les médias sociaux.

Les moyens de communications favorisés sont :

### 4.1.1 Skype (sportcom-pupitre et sportcom-pupitre2) :

- Entrevues Skype pouvant être enregistrées en audio ou en audio-vidéo;
- Extraire des segments à joindre aux communiqués;
- Entrevues complètes pouvant être partagées avec les collègues ou des partenaires ou autres médias, au besoin.

### 4.1.2 Téléphone (514-990-0966):

- Entrevues téléphonique pouvant être enregistrées;
- Extraire des segments à joindre aux communiqués;
- Entrevues complètes pouvant être partagées avec les collègues ou des partenaires ou autres médias, au besoin.

### 4.1.1 Médias sociaux:

- Les médias sociaux deviennent parfois les meilleurs moyens de joindre les athlètes et entraîneurs.
- Toujours utiliser les comptes Sportcom afin de faciliter le partage des renseignements entre collègues

Selon les différentes organisations, équipes, situations des athlètes, il est parfois demandé de communiquer par l'entremise d'un relationniste ou d'un agent. Sportcom suit ces procédures et demeure toujours respectueux des athlètes et de leurs préférences.

Lorsque qu'un relationniste est mandaté, des arrangements préalables sont pris afin de faciliter le travail de rédaction.

## 4.2 COMMUNICATIONS AVEC LES MÉDIAS

Le mandat premier et initial de Sportcom est d'assurer la visibilité des athlètes et entraîneurs québécois identifiés excellence lors de leurs compétitions internationales. Pour assurer cette visibilité, les communiqués aux médias sont la base du partage d'informations, avec ou sans contenu audio-vidéo, complétés par l'utilisation des médias sociaux pour la circulation à deux sens des nouvelles. Ainsi, Sportcom :

- diffuse par courriels des textes de Sportcom et des communiqués concernant les athlètes et les entraîneurs québécois identifiés;
- met en ligne sur le site Internet de Sportcom tous les textes produits à l'interne ainsi que les communiqués des partenaires;
- entretient de bons liens, notamment en répondant rapidement à leurs demandes;
- partage leurs publications susceptibles d'intéresser notre communauté sur les médias sociaux.

Lorsque les représentants des médias communiquent avec Sportcom :

- pour obtenir les coordonnées d'un athlète ou d'un entraîneur :  
L'informer que nous ne divulguons pas ces informations, mais que nous contacterons la personne en question et lui laisserons les coordonnées du journaliste à rejoindre (si un suivi est demandé, nous précisons que l'information a été transmise à la personne et qu'elle décidera si oui ou non elle contactera le journaliste).
- pour recevoir des clips audio ou vidéo :  
Un envoi par courriel est possible, si disponible
- pour connaître le moment de diffusion d'un texte :  
Préciser, si possible, une heure approximative OU Informer si nous couvrons ou non l'événement

Les moyens de communications favorisés sont :

#### **4.2.1 Courriel Sportcom général ([info@sportcom.qc.ca](mailto:info@sportcom.qc.ca))**

- Demande d'informations

#### **4.2.2 Téléphone général 514-990-0966**

- Demande d'informations

#### **4.2.3 Médias sociaux**

- Moyens de communication complémentaire
- Partages de nouvelles et d'informations dans les deux sens
- Suivis de résultats de compétitions en temps réels et partage des faits importants dans l'immédiat (et non attendre la rédaction du texte officiel)
- Utilisation stratégique des médias sociaux pour maintenir les liens et en créer de nouveaux.



#### **4.2.4 Téléphone bureau 514-252-3022**

- Pour joindre la direction générale

### **4.3 COMMUNICATIONS AVEC LES CLIENTS**

Depuis janvier 2015, les relations avec les clients se sont multipliées, en accord avec notre plan stratégique favorisant l'élargissement de notre offre de services. Ainsi, Sportcom s'assure de créer et maintenir des relations d'affaires fructueuses en :

- s'assurant de discuter et les rencontrer périodiquement;
- offrir les meilleurs services sur le marché, dont les diffusions et mises en ligne sur notre site Internet des communiqués de ces clients;
- entretenir de bons liens en faisant un suivi serré de leurs demandes et en répondant à leurs besoins (tests de diffusion, approbations, rétroactions, ajustements);
- partager leurs publications susceptibles d'intéresser notre communauté sur les médias sociaux.

Les moyens de communications favorisés sont :

#### **4.3.1 Courriel Sportcom général ([info@sportcom.qc.ca](mailto:info@sportcom.qc.ca))**

- Demande de services et échanges de renseignements
- Tests de diffusion, approbations, rétroactions, ajustements
- Toute autre information

#### **4.3.2 Téléphone général 514-990-0966**

- Demande de services et échanges de renseignements
- Approbations, rétroactions, ajustements
- Toute autre information

#### **4.3.3 Skype compte général (sportcom-pupitre et sportcom-pupitre2)**

- Pour rejoindre le rédacteur en poste, entre autres pour les entrevues prévues au contrat.

#### **4.3.4 Médias sociaux**

- Moyens de communication complémentaire
- Partages de nouvelles et d'informations dans les deux sens
- Suivis de résultats de compétitions en temps réels des contrats et partage des faits importants dans l'immédiat (et non attendre la rédaction du texte officiel)
- Utilisation stratégique des médias sociaux pour maintenir les liens et en créer de nouveaux.

#### **4.3.5 Téléphone bureau 514-252-3022**

- Pour joindre la direction générale (soumissions, contrats, suivis, etc.)

#### 4.4 COMMUNICATIONS AVEC LES PERSONNES EXTÉRIEURES (COMMUNICATIONS, SPORTS ou AUTRES)

Les contacts avec les personnes de l'extérieures se font par tous les moyens de communications. Nous y répondons le plus adéquatement possible, par le même moyen, dirigeant toujours vers la meilleure personne de l'équipe pour intervenir. Ces échanges suivent les règles générales de communications.

### RÈGLES DE COMMUNICATIONS

#### 5.1 EN GÉNÉRAL

- Pour tous les moyens de communication généraux, un avis de réception (ou directement la réponse) doit être envoyé dans les 4h et une réponse dans les 24h, sauf aux moments convenus ou personne n'est en poste.
- Activer messagerie d'absence du info@sportcom.qc.ca lorsqu'il n'y a personne en poste pour 24 heures et plus.
- Pour tous les moyens de communication personnels, un avis de réception doit être envoyé dans les 24h, si la personne travaille, ou dès le retour en poste et une réponse dans les 24h suivantes, sauf lors des vacances ou autres situations exceptionnelles.
- Lors de vacances, congés prolongés (plus de 4 jours consécutifs) ou autres situations d'impossibilités de réponses, un message de réponse automatique doit être programmé aux courriels personnels et sur la boîte vocale du cellulaire.
- Toujours préciser qui est l'auteur du message au info@sportcom.qc.ca, sur Skype et via Facebook.
- Les règles de politesse usuelles sont toujours de mise. Le vouvoiement est favorisé en cas de doute. Le tutoiement est utilisé lors de relations établies.
- Si un employé commence son quart plus tôt ou le poursuit plus tard, il est de sa responsabilité d'en avertir ses collègues en devoir et la direction générale.
- Demander à la direction générale pour tout changement de quart, prévenir le plus tôt possible les autres collègues après approbation.
- Demander les pseudonymes Skype aux contacts que nous n'avons pas
- Demander à ce que le info@sportcom.qc.ca soit ajouté aux listes de diffusion des fédérations
- Ajouter ou modifier les coordonnées dans le document Bottin rapidement après avoir eu l'information
- Le rédacteur en poste transfère les documents 1-2-3-4 et les calendriers dans Dropbox à la fin de son quart en ayant pris soin de changer la date et de mettre ses initiales même si aucun changement n'a été fait et conserve une copie des documents sur son ordinateur

## 5.2 COURRIEL

- le rédacteur en poste est responsable du traitement des demandes reçues au [info@sportcom.qc.ca](mailto:info@sportcom.qc.ca). Au besoin, il demande de l'aide à ses collègues en devoir.
- Si un employé qui n'est pas le rédacteur en poste prend l'initiative de répondre à une demande reçue au [info@sportcom.qc.ca](mailto:info@sportcom.qc.ca), il est de sa responsabilité d'en avertir le rédacteur en poste
- Le rédacteur en poste doit consulter fréquemment les courriels du [info@sportcom.qc.ca](mailto:info@sportcom.qc.ca)
- Si un courriel est adressé à plus d'une personne, répondre à toutes les personnes
- Mettre en copie conforme la direction générale dans toute réponse à un partenaire ou à un client quand il est question des ententes ou des contrats.
- Lorsqu'une demande ne peut être accomplie par un seul employé, préciser par qui sera fait le suivi et mettre l'employé en question en copie conforme pour éviter la perte d'information.
- Toujours utiliser le courriel Sportcom personnalisé [employe@sportcom.qc.ca](mailto:employe@sportcom.qc.ca) pour le travail.
- Si un employé reçoit une demande à son courriel Sportcom personnalisé et qu'elle ne sera pas en mesure de terminer la tâche, il est de sa responsabilité de préciser au partenaire qui fera le suivi et de transférer la demande au [info@sportcom.qc.ca](mailto:info@sportcom.qc.ca)
- À l'approche du changement de quart, utiliser le [info@sportcom.qc.ca](mailto:info@sportcom.qc.ca) pour les échanges question que l'employé suivant puisse traiter les réponses

### Signature des courriels

**Prénom Nom**

Titre

514.990.0966/1.866.990.0966

[www.sportcom.qc.ca](http://www.sportcom.qc.ca)

Facebook : SportcomQc / Skype : sportcom-pupitre / Twitter: SportcomQuebec



## 5.3 SKYPE

- En début de quart, le rédacteur en poste se manifeste sur Skype aux autres collègues aussi en devoir
- À l'échange de quart, prioriser un appel via Skype plutôt qu'un échange par écrit.

### 5.3.1 Sportcom < > Sportcom ou Sportcom < > Direction générale

Lorsque plusieurs employés travaillent en même temps, il arrive que quelqu'un doivent s'absenter quelques minutes. Lorsque cette situation se produit :

- sélectionner « Absent » et écrire « de retour vers » dans le message d'humeur pour une absence de plus de 10 minutes (repas, réunion, etc.)
- sélectionner « Ne pas déranger » lorsque déjà en conversation

Donner un délai d'environ 10 minutes pour répondre à une question avant une relance. Au besoin, si après une deuxième relance il n'y a toujours pas de réponse, contacter la personne via cellulaire.

#### 5.4 MÉDIAS SOCIAUX

- Privilégier Twitter pour le suivi en direct des événements
- Suivre les lignes d'utilisation stratégiques établies en équipe, mises à jour régulièrement.
- Le rédacteur en poste est responsable de la veille et de la curation des médias sociaux, dont les commentaires, messages reçus, contenus pertinents, publications des athlètes, entraîneurs, partenaires, médias, clients et autres personnes ou organismes intéressants.
- Les mots d'encouragements pertinents, messages personnalisés adéquats et vœux de bon anniversaire sont à inclure dans la liste de tâche. Le bon ton est toujours essentiel.

### ÉVALUATIONS

#### 6.1 À L'INTERNE

- Suivi hebdomadaire lors des réunions d'équipe.
- Bilan deux fois par année et révision aux 12 mois avec tous les employés de Sportcom
- Évaluation quand le besoin est présent auprès du conseil d'administration

#### 6.2 AVEC LES ATHLÈTES, ENTRAÎNEURS ET INTERVENANTS SPORTIFS

- Demande de rétroaction quand le besoin est présent, les sorties sur le terrain sont notamment propices à la collecte d'information sur la qualité de nos communications
- Évaluation annuelle lors de la rencontre du comité des athlètes (à mettre sur pied).

#### 6.3 AVEC LES PARTENAIRES ET CLIENTS

- Demande de rétroaction au renouvellement d'une entente ou quand le besoin est présent

#### 6.4 AVEC LES MÉDIAS

- Demande de rétroaction quand le besoin est présent. Les sorties sur le terrain sont notamment propices à la collecte d'information sur la qualité de nos communications

## USAGE DE LA RAISON SOCIALE, DU LOGO ET AUTRE MATÉRIEL D'IDENTITÉ ET DE PROMOTION

### 7.1 OBJECTIF

Les directives ci-dessous, relatives à l'utilisation de la raison sociale, du logo, et d'autres éléments d'identité et de promotion, sont diffusées à titre de référence interne par Sportcom. Elles ont pour objectif de fournir une base pour toutes les applications de la marque de Sportcom, de promouvoir des normes de qualité élevées et de guider l'uniformité à tous les points de contact.

### 7.2. RAISON SOCIALE

Sportcom est une agence unique au Canada par son expertise, son approche auprès des athlètes et des entraîneur.e.s, ses liens avec le monde sportif, son mandat ainsi que les services spécialisés qu'elle déploie.

C'est le 23 octobre 2001 que Sportcom a vu le jour, avec pour principal objectif d'accroître la visibilité du sport olympique et paralympique par un service d'information centré sur les athlètes de haut niveau.

Organisme à but non lucratif, Sportcom comporte deux divisions distinctes. Le volet INFO est une agence de presse exclusivement dédiée aux athlètes et entraîneur.e.s québécois.e.s. Le volet SERVICES offre, de son côté, une gamme complète de services de communications sportives.

### 7.3. IMAGE DE MARQUE : LOGO, COULEURS ET TYPOGRAPHIES

Le logo de Sportcom est disponible en plusieurs versions et formats pour l'impression (AI, EPS), la broderie (DST), et le numérique (AI, EPS, PNG). Il est interdit de modifier le logo sans l'approbation de la direction générale.

**SPORTCOM**

COULEURS ET TYPOGRAPHIE

Couleurs de Sportcom

#0d6bad #003876 #ffffff

**SPORTCOM**

Polices d'écritures Sportcom

Catégories / Type d'info	Exemples
Orbitron - Bold	RÉSULTAT
Titres / Texte courant	
Ruda - Black	Vancouver - Alma à vélo
Ruda - Bold	Vancouver - Alma à vélo
Ruda - Semibold	Vancouver - Alma à vélo
Ruda - Regular	Vancouver - Alma à vélo

**SPORTCOM**

Notes supplémentaires

Notes - Alignements

S'assurer de conserver les mêmes alignements pour certains contenus et de garder le contenu centré dans la page pour d'autres (clic enfoncé sur un contenu - déplacer pour voir l'indicateur avec la ligne pleine verticale)

Notes - Boîtes de texte

Idéalement, garder une uniformité au niveau des tailles d'écritures sur une publication de plusieurs visuels. L'accroche ou les titres peuvent être un peu plus gros.

Étirer les boîtes de textes ou les formes de façon horizontales si nécessaires pour entrer plus de contenu, en s'assurant de rester dans les marges du document.

L'application de cette politique est sous la responsabilité des employés selon les activités et l'approbation de l'utilisation par des tiers se fait à la direction des opérations. Le suivi et la révision de cette politique sont sous la responsabilité du comité de gouvernance.

## **ENTRÉE EN VIGUEUR**

La présente politique a été adoptée par résolution du conseil d'administration et est en vigueur depuis septembre 2016.

La présente politique a été révisée le 1<sup>er</sup> décembre 2023

## **ANNEXE 1 – PLAN DE GESTION DE CRISE**

### **PRÉPARER**

- 1- Messages-clés génériques
  - i. Notre mission englobe nos deux champs d'action distincts : la couverture sportive des athlètes et entraîneurs québécois et l'offre de services en communication sportive.  
Nous assurons la visibilité du sport et des athlètes québécois engagés dans le parcours vers l'excellence.  
*(Volet couverture sportive)*  
Nous développons une expertise à la fine pointe et sommes la référence en communication sportive.  
*(Volet couverture sportive et services en communication)*  
Nous offrons des services de communication diversifiés et complets aux organisations sportives et entreprises de médias québécois et canadiens.  
*(Volet services en communication)*
  - ii. Sportcom s'est toujours engagé à rédiger, diffuser et partager les nouvelles d'intérêt public du sport fédéré et des athlètes excellence du Québec auprès des médias et organismes sportifs.
  - iii. Sportcom valorise le respect dans son éthique de travail autant auprès de ses employés que les membres du CA, ses clients et partenaires.
  - iv. Les employés de Sportcom s'assurent d'effectuer un travail intègre, et ce, dans tous les volets des services offerts. Les rédacteurs garantissent une offre de contenu cohérent, fiable pertinent.
  - v. Le travail d'équipe est essentiel chez Sportcom, tant entre employés, avec notre CA, les athlètes et les entraîneurs ainsi que les partenaires et clients.

## 2- Outils :

- Liste à jour des coordonnées (bureau, résidence, autre) des employés, membres du CA et autres intervenants. (liste jointe)
- Liste des intervenants externes pouvant potentiellement être mis à contribution (ex. : conseiller en communication, avocats, comptables, etc.) (liste à développer)
- Système préétabli d'approbation des communications
- ✓ Outils de veille des médias et des réseaux sociaux prêts à fonctionner (s'ils ne sont pas déjà en fonction de façon courante)
- ✓ Fiche d'information générale sur l'organisation.

*Fondé le 23 octobre 2001, Sportcom est né d'une collaboration entre quatre organismes, l'Institut national du sport du Québec, SPORTSQUÉBEC, la Fondation de l'athlète d'excellence du Québec et le Conseil du sport de haut niveau de Québec ainsi que du Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport (MELS) du gouvernement du Québec. L'objectif était simple, mettre sur pied un organisme qui assurerait la visibilité du sport fédéré et des athlètes québécois d'excellence.*

*Sportcom est une agence de communication sportive dont le but est d'accroître la visibilité des athlètes québécois de haut niveau pratiquant les disciplines des sports olympiques et paralympiques. Ayant établi un lien unique avec les athlètes, Sportcom joue un rôle majeur auprès des médias québécois et canadiens en assurant un service d'information complet sur leurs parcours et résultats.*

*Au-delà de la couverture sportive quotidienne, Sportcom offre plusieurs services de communication aux organisations sportives et entreprises médiatiques provinciales et nationales. Avec les années, Sportcom a développé un éventail d'aptitudes comprenant la rédaction, la formation, les diffusions de communiqués, les stratégies et les relations de presse.*

*Depuis ses débuts, c'est avec fierté que les membres du conseil d'administration et les employés de Sportcom ont fait rayonner dans leur travail les valeurs fondamentales auxquelles ils croient : l'information centrée sur l'athlète et l'entraîneur, le travail d'équipe, la fiabilité et le respect, l'innovation et le dynamisme ainsi que l'expertise et le professionnalisme.*

## **RÉAGIR**

### Quoi faire en cas de crise

1- Confirmer le porte-parole du plan d'action ou en désigner un nouveau, dépendamment de la situation

**Porte-parole officiel : Président ou présidente**

Si la situation le dicte, d'autres porte-paroles spécialisés pourraient être désignés.

- 2- Dresser un plan de gestion de crise comprenant :
  - a. Les messages clés spécifiques et adaptés à la situation à utiliser par les porte-paroles
  - b. Les interventions et actions qui seront prises auprès des :
    - i. employés
    - ii. médias
    - iii. personnes concernées
    - iv. etc.
  - c. le rappel du porte-parole unique auprès d'un maximum de personne, incluant les coordonnées de cette personne. Si des questions leur sont posées, ils peuvent référer ainsi aisément au porte-parole.
  - d. Préparation d'un communiqué de presse officiel prêt à être diffusé au besoin.
  - e. Préparation d'un point de presse. Prêt à tout moment si nécessaire, tout de suite après l'invitation.
  - f. Un plan d'entrevue pour le porte-parole
  - g. Réunion d'urgence d'information auprès des personnes concernées et/ou courriel, selon la situation.
  - h. Les coordonnées d'une firme spécialisée à contacter pour aider à gérer la situation.

### **RASSURER**

- 1- Offrir un maximum d'information et outils au porte-parole
- 2- Informer rapidement les personnes concernées du plan d'action, des messages-clés, du porte-parole désigné et ses coordonnées
- 3- Démontrer une image publique de confiance et de contrôle de la situation

### **CORRIGER / RELANCER**

### **ÉVALUER LA RÉPONSE À LA CRISE**

### **AJUSTER LE PLAN D'INTERVENTION (ET ON RETOURNE À PRÉPARER)**

L'état de la crise doit être analysé en temps réel afin d'évaluer la situation au fil des interventions et ajuster le plan ou en bâtir un nouveau. Pour y arriver :

- 1- Faire une veille serrée de tout ce qui est dit au sujet de cette crise, des demandes d'entrevues, des entrevues données, des forums de discussions, etc.
- 2- Analyser la situation
- 3- Évaluer le plan et le maintenir, l'ajuster ou le recommencer

### **FIN DE LA CRISE**

Une fois la crise terminée, remercier les personnes-clés.