



## 1. Introduction

---

Le document *Guide de la communication publique – SQAF a été bonifié en 2011*. Il demeure un aide-mémoire à l'intention des Tables régionales de coordination (TRC) et des anciens et nouveaux organisateurs d'activités. Il met en évidence les orientations générales de la communication publique issues de l'entente négociée entre les bailleurs de fonds publics (MELS-MESS-CPMT) et l'ICÉA. Il a également pour but d'offrir des repères de pratiques déontologiques dans le respect des nombreux acteurs présents autour de nous et dans différents contextes de communication. Considérant l'objectif que nous partageons sur le terrain de la valorisation de l'éducation et de la formation continue des adultes, certaines méthodes et approches de communication sont plus pertinentes. Nous les présentons ici.

## 2. Note concernant l'utilisation du nouveau visuel et des icônes en 2011

---

Le nouveau visuel promotionnel de la Semaine est très versatile. L'affiche, la carte-postale et le signet peuvent être personnalisés en ajoutant de l'information à l'endos ou dans le cas de l'affiche, dans l'espace prévu à cet effet au bas de l'outil.

En 2011, puisque le visuel des icônes est associé à la transformation des personnes par l'acte d'apprendre et que chaque personnage symbolise un métier, nous disposons de plusieurs façons d'illustrer notre propos.

Les icônes devraient toutefois être associées directement à la signature ou à un texte dans lequel il est fait mention de la Semaine québécoise des adultes en formation.

Notre nouveau matériel réalisé par la firme Visionnaires et l'illustrateur Philippe Béha, est libre de droits. Ces dessins ne doivent cependant ni être modifiés ni être utilisés dans un contexte où ils seraient dissociés de la SQAF.

## 3. Rôle du responsable des communications

---

Chaque Table régionale de coordination est invitée à déterminer qui prendra en charge le volet communications régionales. Le rôle de cette personne peut varier selon les activités et l'ampleur des événements en lien avec la *Semaine* dans chacune des régions. Cette personne a normalement pour fonction de :

- réaliser le plan de communication de la TRC
- participer à une conférence téléphonique lui permettant de retransmettre des informations sur le déroulement des activités prévues à l'échelle nationale (promotion et publicité) ;

- s'assurer du respect des pratiques de la communication publique décrites dans le présent guide.

Elle peut également, selon le partage des tâches au sein des tables :

- Effectuer les relations de presse (susciter des entrevues et des reportages);
- Rédiger des scénarios, des discours, des communiqués et des publicités et réaliser le placement média;
- Solliciter des commanditaires;
- Établir des contacts pour diffuser de l'information concernant la *Semaine* et afficher l'hyperlien (via les sites Web et les bulletins de partenaires ou d'acteurs importants dans le milieu).

Rappelons que plus la synergie est grande entre les communications nationales et les communications régionales, plus nous pouvons mesurer les effets positifs de nos actions et stimuler le goût d'apprendre tout au long de la vie.

#### 4. Événements et communication publique \_\_\_\_\_

En plus d'animer leur milieu de vie régional, plusieurs TRC ont pour objectif d'organiser une ou plusieurs activités régionales, thématiques ou honorifiques. Dans ce cas précis, l'ICÉA veut rappeler aux organisateurs d'événements l'importance d'intégrer au déroulement de chaque événement l'information ayant trait au financement et à l'organisation. L'ICÉA et les fiduciaires des tables régionales peuvent ainsi respecter l'engagement qu'ils ont signé avec l'État relativement à l'utilisation transparente des fonds publics liés aux crédits ministériels et ce, en conformité avec la législation sur le droit du public à l'information. Cette transparence permet ainsi à tout contribuable d'exprimer un point de vue sur ce qu'il entend ou ce qu'il voit en s'adressant aux premiers responsables d'un projet. Le dévoilement des crédits se fait soit oralement soit par le biais d'un support écrit.

##### ► **Oralement :**

- Dire que l'activité est issue de la table régionale de coordination de.... en partenariat avec (nommer les partenaires s'il y a lieu) ;
- Dire que la *Semaine québécoise des adultes en formation* est une initiative financée par le gouvernement du Québec (MELS – MESS – CPMT) et que l'ICÉA assure la coordination nationale et le déploiement régional de l'événement ;
- Ajouter tout autre remerciement pertinent (commanditaire, ressources bénévoles, etc.).

##### ► **Support imprimé :**

Toute production imprimée de nature publicitaire ou tout document d'information doit formellement contenir une mention, soit écrite, soit illustrée, du partenariat au financement et inclure la nouvelle signature suivante :

SEMAINE QUÉBÉCOISE  
DES ADULTES EN  
FORMATION

À noter que cette signature a été modifiée en 2011 pour permettre la rédaction d'autres textes utilisant la même typographie. Cette typographie *TrashHAND* peut être téléchargée à partir de la section outils d'animation électroniques sur le site [www.adulteenformation.com](http://www.adulteenformation.com).

La façon de présenter cette contribution à la fois gouvernementale et civile et d'associer la signature promotionnelle se concrétise par mentions écrites ou illustrées.

- **Crédit par mention écrite**

Le texte suivant permet d'allouer les crédits aux partenaires :

*La Semaine québécoise des adultes en formation est organisée  
par l'Institut de coopération pour l'éducation des adultes (ICÉA)  
grâce au soutien financier du gouvernement du Québec*

- **Crédit par mention illustrée**

La *Semaine québécoise des adultes en formation* bénéficie d'un financement tripartite. **Seul le logo « drapeau Québec » doit être utilisé dans ce cas.** Ce logo doit inclure la mention de « **Partenaire majeur** ». Pour obtenir le visuel adéquat, on peut communiquer avec l'équipe des communications de l'ICÉA ([cisabelle@icea.qc.ca](mailto:cisabelle@icea.qc.ca) ou, par téléphone, avec Christine Isabelle au 514 948-2044, poste 240).

**Montage comportant plus de deux logos : Apposer le logo « Partenaire majeur - drapeau Québec » en bas de page et à droite du document.** Ce visuel doit être **d'au moins 25% plus important en termes de dimension que tout autre logo.**



**Montage avec le logo gouvernemental uniquement :** Apposer le logo « Partenaire majeur - drapeau Québec » **en bas de page au centre ou à droite et lui assurer une bonne visibilité. La grosseur doit permettre la lisibilité du mot « Partenaire majeur ».**

- **Montage avec le logo de l'ICÉA et la signature**

À titre de mandataire gouvernemental, le logo de l'ICÉA devrait être intégré au montage du matériel promotionnel réalisé par les tables régionales de coordination. **Le logo de l'ICÉA sera placé à gauche du logo « Partenaire majeur – drapeau Québec »** et devrait occuper proportionnellement 25% moins d'importance en terme de visibilité.

Quant à la **signature « Semaine québécoise des adultes en formation »** celle-ci peut être placée à l'endroit le plus approprié sur un devis promotionnel.

- **Montage avec le logo de La Grande Lecture**

Le logo de La Grande Lecture est également disponible pour des activités réalisées en lien avec un projet d'expression publique et de prestations mettant à contribution des artistes et des apprenants. Pour



des projets réalisés dans ce contexte, ce logo peut être utilisé en association avec la signature de la Semaine, et le logo de l'ICÉA. Le logo gouvernemental (drapeau Québec) est facultatif dans ce cas.

- **Montage avec les logos de commanditaires régionaux ou locaux**

Il est possible de mettre en évidence les collaborations obtenues de la part de commanditaires régionaux ou locaux sur les outils promotionnels réalisés par les tables. On peut opter pour une mention écrite ou utiliser l'identité visuelle du commanditaire. L'ICÉA propose un montage-type qui met en évidence l'apport des commanditaires régionaux ou locaux à une activité (voir le site [www.adulteenformation.com/outils](http://www.adulteenformation.com/outils)).

La présence de ces commanditaires sur un outil promotionnel ne peut toutefois remplacer celle du partenaire majeur (drapeau Québec) ou celle de l'ICÉA et de la signature qui doivent apparaître sur tout le matériel conçu dans le cadre de *la Semaine*.

## 5. **Visuels et publicités maison**

---

Dans le cas de documents vidéo et de montages publicitaires diffusés dans les médias écrits tel que les hebdomadaires et quotidiens, il est recommandé de se référer aux montages-type disponibles sur le site [www.adulteenformation.com](http://www.adulteenformation.com). En cas de doute quant au respect des conventions énoncées dans ce guide, il est préférable de soumettre les maquettes réalisées **avant leur impression**. Précisons qu'un processus de validation auprès de l'ICÉA s'applique à tout matériel comportant d'autres visuels que ceux ayant obtenu l'approbation gouvernementale. Le fait d'apporter des changements majeurs à l'identité visuelle de *la Semaine* nuit à la clarté du message et à l'impact recherché. **Les changements non admissibles sont liés :**

- Au remplacement de la signature
- Au remplacement intégral du design graphique
- Au remplacement du slogan – Mille et une façons d'apprendre (nouveau slogan en 2011)
- À éviter l'utilisation du chiffre (1001) en remplacement du texte approprié soit : mille et une façons d'apprendre

## 6. **Droits et cessions de droits**

---

Plusieurs tables régionales réalisent des montages vidéo, signent des ententes de production ou font appel à des artistes et à des personnalités reconnues, rémunérées ou non. L'ICÉA rappelle aux responsables des tables régionales de coordination que, dès le recours à des ressources externes, il est préférable de signer une lettre d'entente confirmant la nature de la participation. **Dans le cas où ces personnes sont filmées sur bande vidéo ou qu'elles contribuent à un montage sonore, des pièces justificatives écrites sont préférables aux ententes verbales.** Voici les consentements essentiels à obtenir lors de nos activités de communication :

- Un consentement à participer ou à être rémunéré pour cette production vidéo (décrire le type de participation et les conditions) ;
- Un consentement à céder ses droits sur la reproduction et la diffusion de l'outil.

En contrepartie le fiduciaire ou la TRC devrait s'engager :

- À spécifier le nom d'une personne ayant réalisé un montage ou participé à l'animation, si requis par la personne, dans les différents contextes d'utilisation intégrale ou partielle de ce document vidéo ou sonore.

Rappelons aux tables régionales de coordination que pour atteindre nos objectifs de valorisation de l'éducation et de la formation continue des adultes, le matériel réalisé par chacune des régions et à l'échelle nationale est riche et précieux. Selon le protocole d'entente négocié avec l'État, l'ICÉA et les bailleurs de fonds doivent pouvoir **sans restriction** utiliser le matériel dans différents contextes, au besoin.

Des lettres-type d'entente de cession de droits sont disponibles en annexe de ce guide. Pour plus de détails, nous vous invitons à communiquer avec la chargée de projet aux communications de l'ICÉA ([callaire@icea.qc.ca](mailto:callaire@icea.qc.ca) ou Christiane Allaire au 514 948-2044, poste 242)

## 7. Précisons sur les outils de communication

---

L'ICÉA met à la disposition des tables régionales un nombre important d'outils de communication utiles aux activités de communication de la Semaine québécoise des adultes en formation.

Parmi ces outils mentionnons :

- Le plan d'action et de communication national annuel ;
- Le protocole d'entente avec les fiduciaires et les documents d'accompagnement (le guide de la communication publique, la fiche-bilan, le plan-type d'action et de communication à compléter par les tables régionales et la trousse d'information en format imprimée (2 copies par table) et en format électronique ;
- Le calendrier d'organisation du travail ;
- Le guide de participation
- Les visuels imprimés : affiche – carte postale – signet – pochette de presse – étiquette – icônes et le logo de La Grande Lecture
- Les visuels de support à la communication : signature - bandeau - hyperlien, l'attestation - la bannière de salle
- Les capsules de témoignages d'apprenants
- Les montages-types (publicitaires)
- Le site Web
- Le cahier spécial SQAF 2011 (disponible en mars 2011)
- Les outils de liaison : communiqués officiels, l'Infolettre Les Brèves

La majorité de ces outils sont accessibles sur le site Web [www.adulteenformation](http://www.adulteenformation) ou sont disponibles en communiquant avec les chargés de projets.

## 8. Note concernant Le cahier spécial SQAF 2011

---

Le cahier spécial de la SQAF 2011 sera réédité en 2011 et les négociations se poursuivent pour statuer dans quels médias il sera distribué. Les tables régionales et partenaires nationaux peuvent déjà planifier une distribution de l'outil dans leurs activités. Pour commander le cahier ou pour réserver un espace publicitaire, on s'adresse par courriel à Jamel Jani à l'adresse [jjani@icea.qc.ca](mailto:jjani@icea.qc.ca) ou par téléphone : 514 948-2044, poste 230.

Pour obtenir de l'information additionnelle au sujet de la *Semaine québécoise des adultes en formation (SQAF)*, les numéros à composer :

**514 948-2044 ou 1 877 948-2044 (sans frais)**

#### Coordination

- ▶ Dominique Ollivier, directrice générale de l'ICÉA – poste 238  
[dollivier@icea.qc.ca](mailto:dollivier@icea.qc.ca)

#### Communications nationales

- ▶ Christiane Allaire, chargée de projet aux communications – [callaire@icea.qc.ca](mailto:callaire@icea.qc.ca) – poste 242
- ▶ Christine Isabelle, adjointe administrative aux communications – [cisabelle@icea.qc.ca](mailto:cisabelle@icea.qc.ca) – poste 240

#### Cahier spécial SQAF 2011 et financement

- ▶ Jamel Jani – [jjani@icea.qc.ca](mailto:jjani@icea.qc.ca) – poste 230

#### Soutien au projet La Grande Lecture

- ▶ Isabelle Gagnon, chargée de projet – poste 245 - [igagnon@icea.qc.ca](mailto:igagnon@icea.qc.ca)

#### Soutien à l'animation des tables régionales de coordination des secteurs :

Bas-Saint-Laurent / Capitale-nationale / Estrie /  
Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine / Chaudière-Appalaches /  
Centre-du-Québec

- ▶ Jean-Marie Ladouceur, déploiement régional, poste 229 – [jmladouceur@icea.qc.ca](mailto:jmladouceur@icea.qc.ca)
- ▶ Poste à combler, adjointe administrative, poste 226

#### Soutien à l'animation des tables régionales de coordination des secteurs :

Saguenay-Lac-Saint-Jean / Mauricie / Outaouais / Montérégie / Côte-Nord /  
Abitibi-Témiscamingue / Nord-du-Québec / Laval / Laurentides / Lanaudière

- ▶ Marie-Claude Séguin, déploiement régional – poste 224 – [mcseguin@icea.qc.ca](mailto:mcseguin@icea.qc.ca)
- ▶ Poste à combler, adjointe administrative, poste 226

**icea** Institut de coopération  
pour l'éducation des adultes

*55, avenue Mont-Royal Ouest, bureau 303*

*Montréal (Québec) H2T 2S6*

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

*Tél. : 514 948-2044 – Téléc. : 514 948-2046*

*Sans frais : 1 877 948-2044*