



## Guide de la communication publique 2012

SEMAINE QUÉBÉCOISE  
DES ADULTES EN  
FORMATION

### 1. Introduction

---

Le *Guide de la communication publique – SQAF* est conçu pour soutenir les tâches de réalisation des activités de marketing et de communication accomplies par les tables régionales de coordination (TRC) et les personnes responsables de l'organisation des activités de la Semaine québécoise des adultes en formation. Il met en évidence les orientations générales de la communication publique issues de l'entente négociée entre les bailleurs de fonds publics (ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport-MELS, ministère de l'Emploi et de la Solidarité sociale-MESS, Commission des partenaires du marché du travail-CPMT) et l'Institut de coopération pour l'éducation des adultes (ICÉA). Il a également pour but d'offrir des repères de pratiques déontologiques dans le respect des nombreux acteurs présents dans la Semaine. 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 que d'autres. Nous les présentons ici.

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

---

Le visuel promotionnel de la Semaine peut être utilisé de nombreuses manières. 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.

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. Par ailleurs, en 2012, une icône a été spécifiquement conçue pour représenter le 10<sup>e</sup> anniversaire de la SQAF.

**À noter que toutes 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 TRC est invitée à déterminer qui prendra en charge la mise en œuvre des 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 notamment pour fonctions de :

- réaliser le plan de communication de la TRC;

- participer à une conférence téléphonique lui permettant de retransmettre l'information 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 proposer une promotion croisée en utilisant un hyperlien (par 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. À cet égard, 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 le gouvernement du Québec concernant 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 un support imprimé.

##### ► **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 signature suivante :

SEMAINE QUÉBÉCOISE  
DES ADULTES EN  
FORMATION

La typographie *TrashHAND* qui est utilisée pour la signature visuelle peut être téléchargée à partir de la section « Trousse d'animation électronique » disponible dans 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 ».**

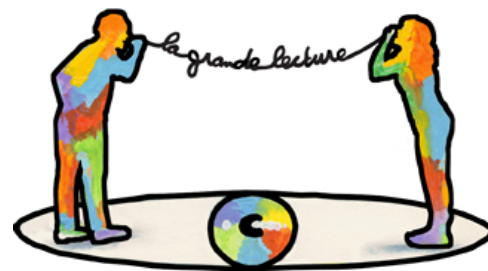
- **Montage avec le logo de l'ICÉA et la signature**

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 devra occuper proportionnellement 25 % moins d'importance, en termes de visibilité, que ce dernier.

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, le logo de l'ICÉA et celui du gouvernement du Québec.



- **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 et nationale** \_\_\_\_\_

Dans le cas de documents vidéo et de montages publicitaires diffusés dans les médias écrits tels que les hebdomadaires et quotidiens, il est recommandé de se référer aux montages-types 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 à l'ICÉA 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;
- à éviter l'utilisation du chiffre (1001) en remplacement du texte approprié soit : mille et une façons d'apprendre.

Notez qu'en 2012, la coordination nationale souhaite renouveler son matériel promotionnel vidéo. Les capsules publicitaires diffusées à compter du mois de mars dans les médias nationaux mettront en vedette des acteurs de la vie de tous les jours qui témoigneront du plaisir d'apprendre. Elles seront également disponibles sur le site de la Semaine pour téléchargement et utilisation dans vos activités régionales.

## 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 connues, 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 consentements écrits sont nécessaires** lors des activités de communication suivantes :

- 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, 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 le gouvernement du Québec, l'ICÉA et les bailleurs de fonds doivent pouvoir **sans restriction** utiliser le matériel dans différents contextes, au besoin.

Des lettres types 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 Christiane Allaire au 514 948-2044, poste 242 ou, par courriel : [callaire@icea.qc.ca](mailto:callaire@icea.qc.ca).

## 7. Précisions 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, tous disponibles sur le site Web de la Semaine ([www.adulteenformation.com](http://www.adulteenformation.com)).

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 imprimé (2 copies par table), également disponible en format électronique);
- le calendrier de travail;
- les visuels imprimés : l'affiche – la carte postale – le signet – la pochette de presse – l'étiquette autocollante;
- les visuels de support à la communication : la signature – le bandeau – l'hyperlien, l'attestation - la bannière de salle – l'icône et le logo de la Grande Lecture, la carte postale virtuelle;
- exceptionnellement, en 2012, pour les dix ans de la Semaine, une bannière de salle par région;
- les capsules de témoignages d'apprenants;
- les montages types publicitaires;

- le site Web [www.adulteenformation.com](http://www.adulteenformation.com);
- le cahier spécial SQAF 2012 (disponible en mars 2012);
- les outils de liaison : communiqués officiels, l'Infolettre Les Brèves.

## 8. Note concernant le cahier spécial 2012

Un cahier spécial 10<sup>e</sup> anniversaire de la SQAF 2012 se veut une plateforme pour explorer les mille et une façons d'apprendre. Il fera une large place aux régions cette année puisque celles-ci pourront y publier un reportage. Il ne sera pas encarté dans une publication, mais sera distribué en mars 2012 à l'échelle du Québec. Pour connaître le réseau de diffusion du cahier, nous vous invitons à consulter l'Infolettre Les Brèves de la Semaine, édition de février 2012. Les tables régionales et les partenaires nationaux peuvent déjà planifier une diffusion complémentaire de ce cahier dans leurs activités et parmi les acteurs-partenaires de leur région. Un maximum de 10 000 copies sera mis à la disposition des régions. Les quantités requises peuvent être communiquées à vos chargés de projet à l'animation régionale.

## 9. Note concernant le rôle des médias sociaux dans la campagne promotionnelle

La campagne promotionnelle nationale permet aux acteurs de la Semaine d'interagir entre eux par les médias sociaux. Un appel à tous sera lancé dès le début de mars sur Facebook pour participer au Défi des mille et une façons d'apprendre, répondre aux questions suscitées, en savoir plus sur un aspect de l'éducation et de la formation, poster une invitation publique ou un extrait d'entrevue... bref, faites votre place parmi les amis de la Semaine. Plus nous serons présents dans la sphère des médias sociaux, plus les adultes seront à l'affût d'en savoir un peu plus. **N'hésitez pas à inviter les journalistes locaux à suivre le mouvement.** La section jeux sur le site national, les réponses au Défi ou la Grande Lecture sont des moments précieux à faire connaître dans les médias sociaux. Dites J'AIME et soyez des nôtres à compter du début de mars 2012.

Des questions? Composez le numéro suivant :

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

### Coordination nationale

- ▶ Emmanuelle Béguineau, poste 231  
[ebeguineau@icea.qc.ca](mailto:ebeguineau@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
- ▶ Catherine Schick, agente de projet aux relations de presse et à l'animation des médias sociaux – [cschick@icea.qc.ca](mailto:cschick@icea.qc.ca) – poste 227 / Cell. : 514 910-9976

### Cahier spécial SQAF 2012

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

### 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 / Lanaudière / Côte-Nord / Laurentides

- ▶ **Jean-Marie Ladouceur, déploiement régional - poste 229 – [jmladouceur@icea.qc.ca](mailto:jmladouceur@icea.qc.ca)**

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

Saguenay-Lac-Saint-Jean / Mauricie / Outaouais / Montérégie /  
Abitibi-Témiscamingue / Nord-du-Québec / Laval / Montréal

- ▶ **Marie-Claude Séguin, déploiement régional – poste 224 – [mcseguin@icea.q.ca](mailto:mcseguin@icea.q.ca)**



**Bonne semaine 2012!**

*55, avenue du Mont-Royal Ouest, bureau 303  
Montréal (Québec) H2T 2S6*

*Tél. : 514 948-2044 – Téléc. : 514 948-2046  
Sans frais : 1 877 948-2044 - [www.icea.qc.ca](http://www.icea.qc.ca)*