

Guide de la communication éthique



Équipe des communications
Août 2023

 **alloprof**

Pourquoi un guide de la communication éthique?

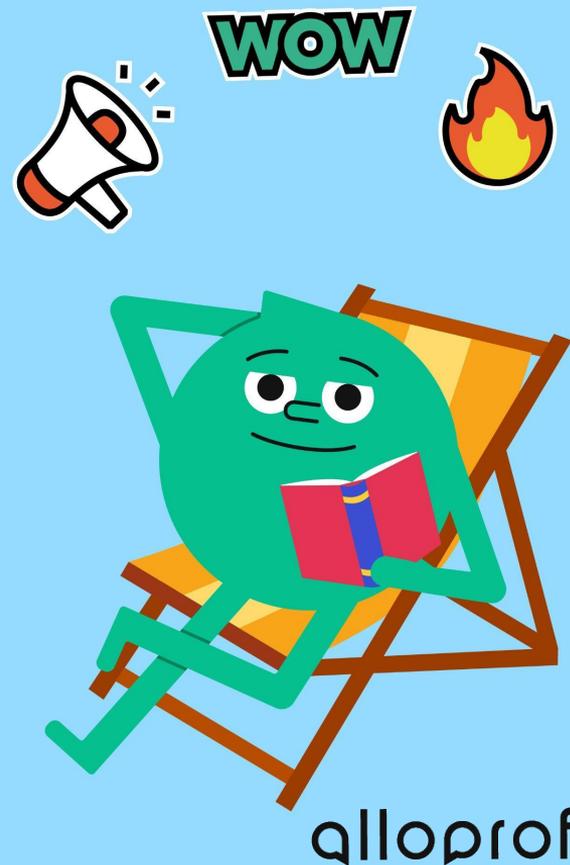
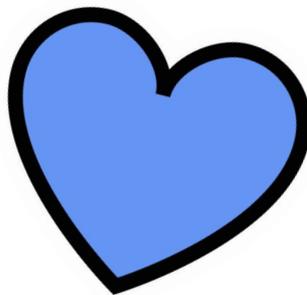
Alloprof a pour mission d'aider les élèves du Québec à transformer leurs défis scolaires en réussites, en offrant gratuitement des services professionnels et stimulants.

Avec sa mission éducative et des valeurs comme l'engagement, le plaisir et l'innovation, il est important pour Alloprof d'agir comme un acteur de changement social positif et de mettre en place les meilleures pratiques selon la situation.

Dans cette optique, Alloprof veut identifier des lignes directrices à suivre ainsi que des objectifs pour que les actions de communication de l'organisation reflètent ses valeurs et soient en phase avec son époque.

Éléments contenus dans le guide

- Valeurs et images projetées
- Accessibilité
- Diffusion des outils
- Protection des renseignements
- Investissements publicitaires
- Choix des fournisseurs
- Protection de l'environnement



Quels sont les outils de communication touchés?

Ce guide et les lignes directrices qui y sont nommées s'appliquent à tous les outils de communication externe produits par Alloprof.

Parmi ceux-ci :

- Publicités numériques
- Publicités dans des médias imprimés
- Publications sur les médias sociaux
- Publicités dans les médias traditionnels et spécialisés
- Articles, chroniques, vidéos ou tout type de contenu disponibles sur le site web d'Alloprof ayant des visées promotionnelles
- Matériel promotionnel en ligne ou imprimé
- Infolettres
- Slogans
- Etc.

Lorsqu'elle n'est pas l'organisation productrice des outils de communication, Alloprof s'engage à tenter d'influencer les organisations avec lesquelles elle collabore pour faire respecter ses lignes directrices, mais pourra faire des exceptions lorsque cela est jugé acceptable et pertinent.



alloprof

Valeurs et images projetées

Comme Alloprof travaille principalement auprès des jeunes du primaire et du secondaire, il est important que les messages que l'organisation transmet soient toujours conçus dans une **vision résolument positive**. Nous cherchons aussi à mettre les valeurs suivantes de l'avant.

Complicité

Nous voulons démontrer à nos publics que nous comprenons leur réalité et nous assurer de leur transmettre des messages qui les rejoignent. Alloprof se donne le droit, lorsque pertinent, d'utiliser un langage, des visuels, des emojis et des formules qui leur parlent et qui sont représentatifs de leur réalité.

Bienveillance et empathie

Nos interventions et communications sont toujours sans jugement et présentent des façons positives et encourageantes d'accompagner un élève vers la réussite scolaire.

Diversité et inclusivité

Nos communications, contenus et images doivent s'assurer de représenter une diversité liée notamment à l'âge, au niveau d'éducation, à l'orientation sexuelle, à la situation ou aux responsabilités de parent, à la religion, à la situation de handicap, à la langue, à la « race », à l'origine ethnique, à la culture et à la situation socioéconomique. D'ailleurs, Alloprof préconise l'écriture épïcène qui ne favorise pas un genre en particulier.



Valeurs et images projetées (suite)

Altruisme

Les communications d'Alloprof sont basées sur l'idée d'offrir une aide selon un aspect précis et de guider et d'accompagner les élèves, les parents et les spécialistes de l'éducation sans leur dire quoi faire.

Ouverture

L'équipe d'Alloprof demeure ouverte aux commentaires, arguments ou autres discours respectueux afin de s'améliorer et de proposer des outils et des solutions qui peuvent s'appliquer à toutes sortes de situations.

Humilité

Alloprof ne demande jamais aux élèves d'être parfaits, et bien que la qualité de ses contenus soit une priorité, Alloprof ne prétend pas être parfait non plus, mais de faire de son mieux. Dans le cas d'une erreur, l'organisation est prête à admettre ses torts, à corriger ses erreurs et même à faire preuve d'autodérision. L'organisation est aussi consciente qu'elle ne peut avoir réponse à tout.

Qualité et pertinence

Alloprof s'engage à offrir des contenus vérifiés, tant au niveau pédagogique et linguistique que visuel, pour offrir des outils qui sont fiables et pertinents pour ses publics.

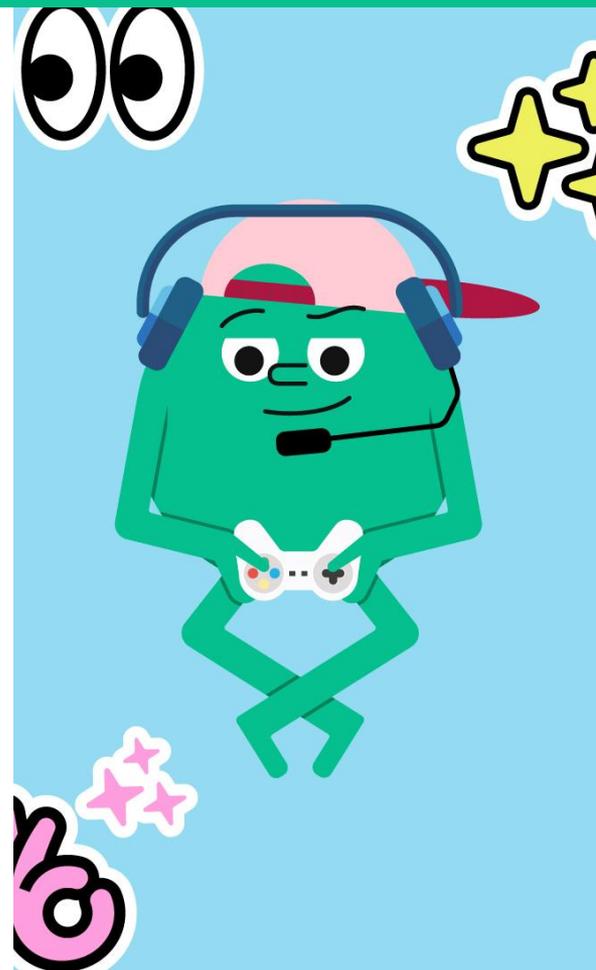


Accessibilité

Les outils d'Alloprof s'adressent souvent à des élèves en difficulté d'apprentissage ou vulnérables. Il est ainsi important pour l'organisation de s'engager à tenir compte des principes d'accessibilité lors de la création de ses outils pour que ceux-ci conviennent au plus grand nombre. Alloprof aura en tête à tout moment les 4 principes fondamentaux de l'accessibilité reconnus par les Nations Unies, soit être perceptible, être utilisable, être compréhensible et être robuste.

Par exemple, pour ses outils, cela peut inclure :

- éviter les surcharges sensorielles
- éviter un langage complexe et simplifier au maximum les textes et leur présentation
- privilégier l'utilisation de sous-titres lorsque possible
- laisser les utilisateurs choisir leur moyen de communication
- choisir un contraste de couleurs suffisant et une taille de police assez grande
- etc.



Diffusion et lien avec les publics

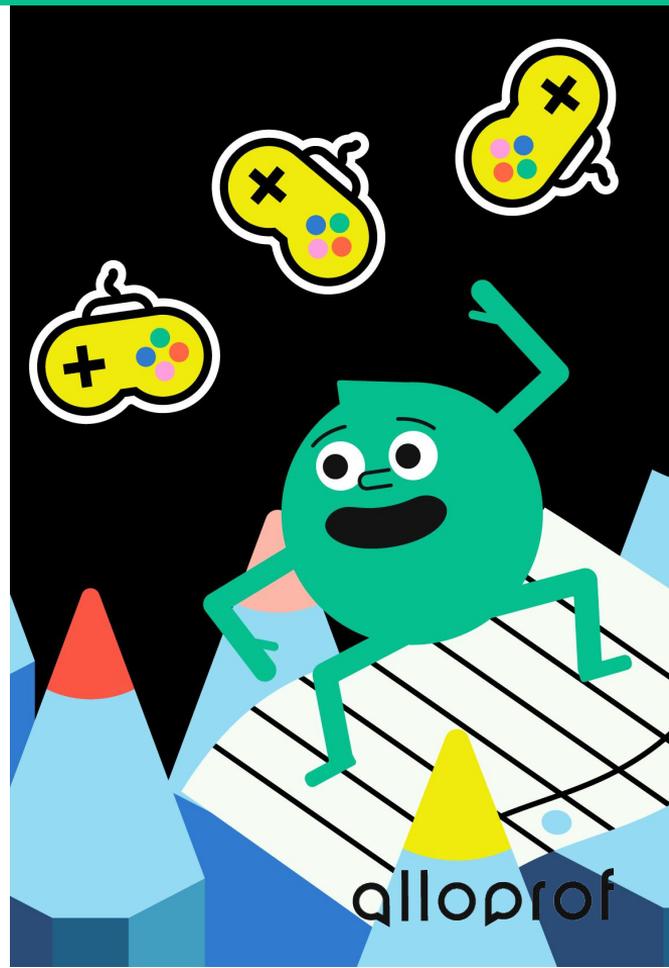
Dans un souci de pertinence, de bienveillance et d'altruisme, les actions de communication d'Alloprof sont organisées pour rejoindre les publics cibles pertinents, sans être invasives.

L'équipe prend en compte certains aspects afin de réduire au maximum leur impact négatif :

- Prévoir des infolettres différentes et adaptées selon les divers publics : élèves, parents, enseignants, etc.
- Suivre une fréquence d'envoi des infolettres adéquate et adaptée selon des sondages réguliers et les commentaires des abonnés.
- Éviter les répétitions trop fréquentes d'une même publicité.
- Éviter les envois non sollicités de matériel promotionnel physique; toujours le faire sur demande.

Pour s'assurer de garder des liens positifs avec le public, nous surveillerons ces indicateurs :

- **Taux de désabonnement à l'infolettre** : demeurer en dessous de 0,2 %
- **Taux de satisfaction des usagers** : demeurer au-dessus de 90 %

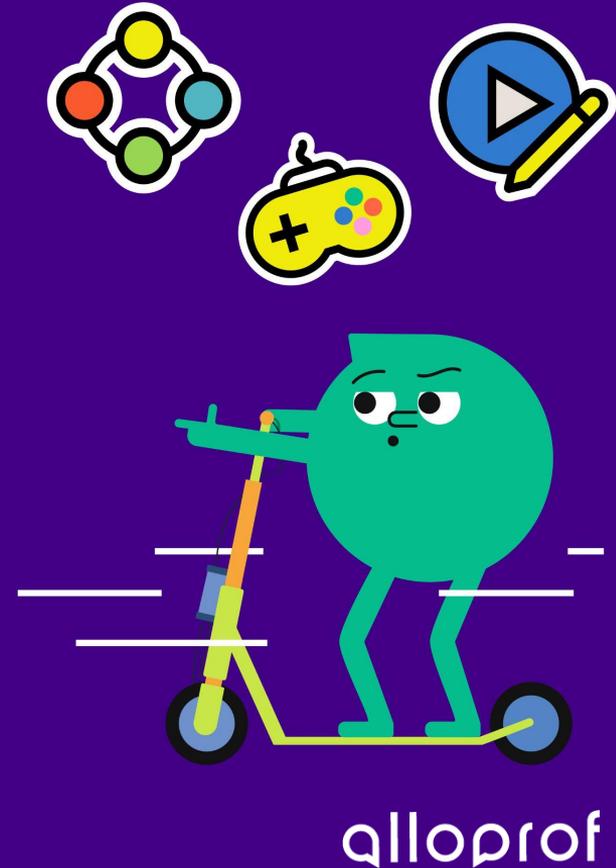


Protection des renseignements personnels

Comme les services s'adressent principalement à des mineurs, Alloprof accorde une grande importance à la protection des renseignements personnels de ses usagers et a mis en place un maximum de mesures pour ce faire.

Plus particulièrement, Alloprof :

- respecte tous les éléments liés à la loi 25 (*Loi modernisant des dispositions législatives en matière de protection des renseignements personnels dans le secteur privé*)
- ne demande qu'un minimum d'information lors de la création du compte ou lors de la participation à un concours pour faire en sorte que le jeune ne soit pas identifiable
- évite de faire appel à des mineurs pour des outils promotionnels
- n'invite pas les élèves à se prendre en photo/vidéo pour la participation à des campagnes de communication
- supprime ou masque les commentaires sur ses plateformes qui pourraient permettre d'identifier certaines personnes ou qui présentent des informations sensibles
- détruit les renseignements personnels lorsque la finalité de leur collecte est accomplie
- etc.

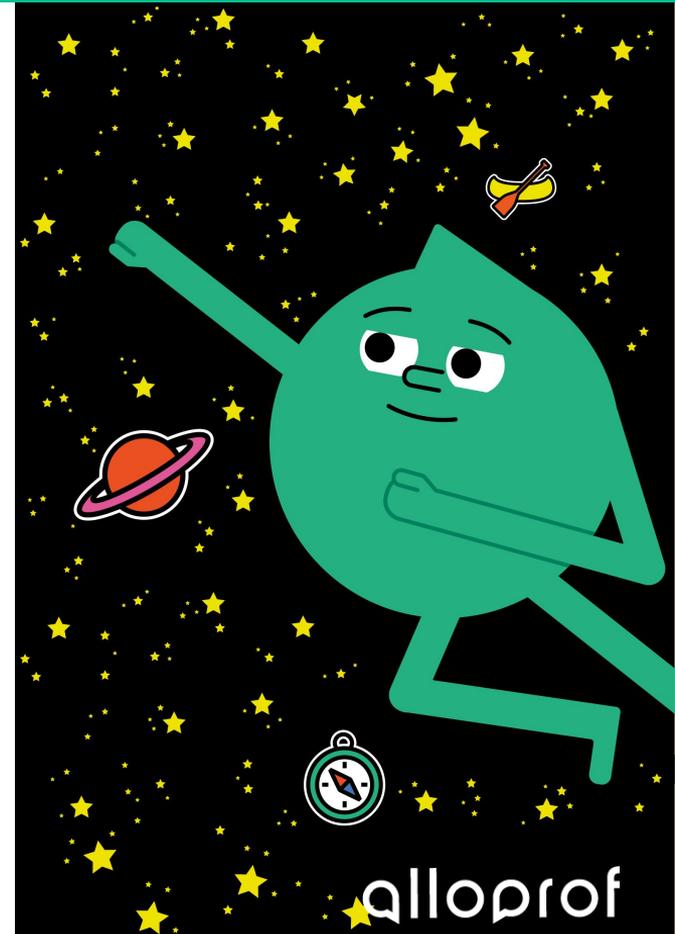


Investissements publicitaires

Alloprof est un organisme de bienfaisance ayant un budget publicitaire limité et se doit de maximiser ses investissements pour rejoindre le plus de gens possible. Cela dit, l'organisation est consciente que les investissements les plus efficaces ne sont pas toujours associés aux médias ayant des réputations avantageuses.

Lors du choix de ses investissements publicitaires, Alloprof s'engage à :

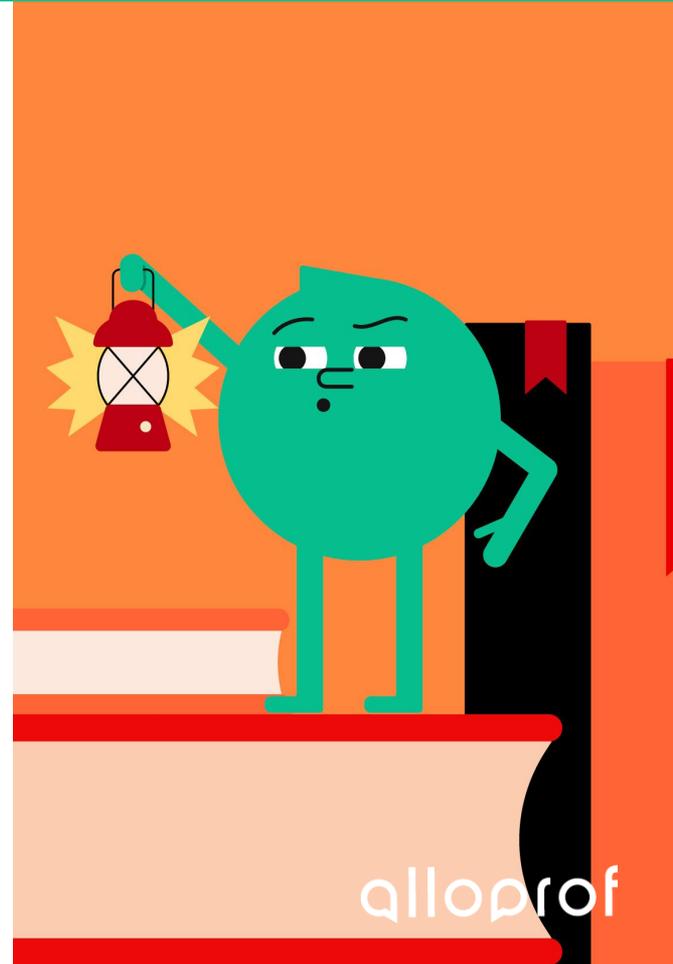
- tenter d'obtenir **25 %** de la valeur de ses investissements publicitaires en gratuité
- privilégier les médias qui offrent des **tarifs publicitaires pour les OSBL** ou qui offrent des gratuités à Alloprof
- investir plus de **10 %** de ses efforts publicitaires auprès de médias ou d'organisations basés au Québec



Choix des fournisseurs

Lorsqu'Alloprof doit faire affaire avec des fournisseurs pour des services (création d'outils multimédia, stratégie, conseil, etc.), de l'impression ou la création de différents outils promotionnels, Alloprof tiendra compte d'autres facteurs que seulement l'expertise et les tarifs lors de son choix.

- Privilégier les fournisseurs qui offrent des **tarifs pour les OSBL** ou qui offrent du travail ou une portion du **travail pro bono à Alloprof**, prouvant leur intérêt à contribuer à sa mission.
- Faire affaire avec des fournisseurs qui sont **basés au Québec**.
- Privilégier les fournisseurs dont la langue de travail est **le français**, à moins que les travaux demandés doivent être faits en anglais.
- Favoriser des fournisseurs qui sont **impliqués socialement** et qui ont des **pratiques écoresponsables**.



Protection de l'environnement

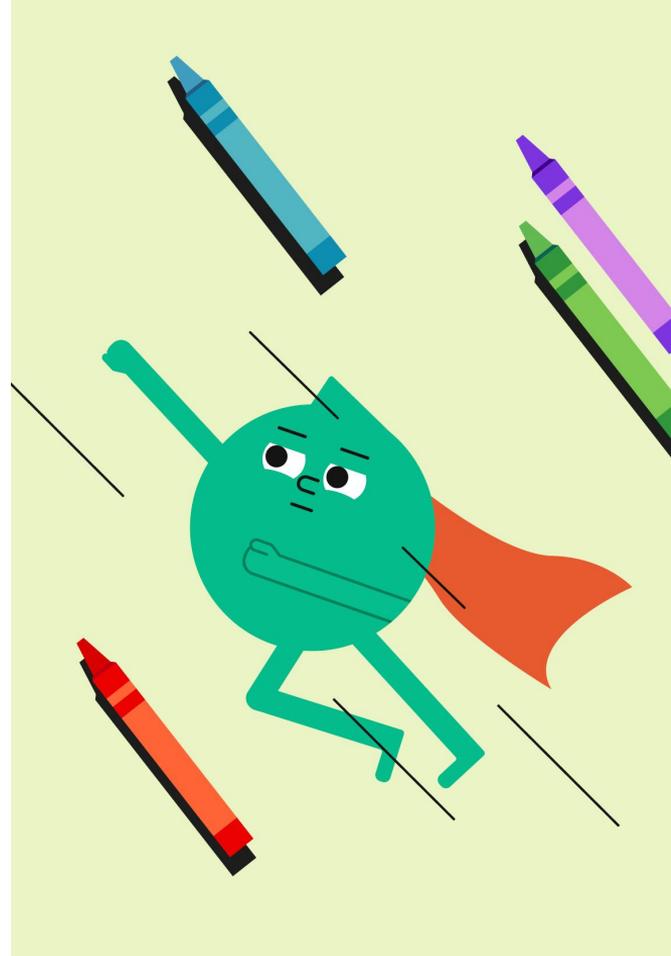
Alloprof a à cœur la protection de l'environnement et cela se reflète dans les outils de communication que l'organisme produit.

Lors de la création d'outils à imprimer à la maison, Alloprof s'assure de :

- limiter au maximum le nombre de pages à imprimer pour chaque outil
- offrir des outils à utiliser en ligne lorsque possible
- éviter les fonds colorés et limiter les formes pleines pour limiter au maximum l'encre nécessaire

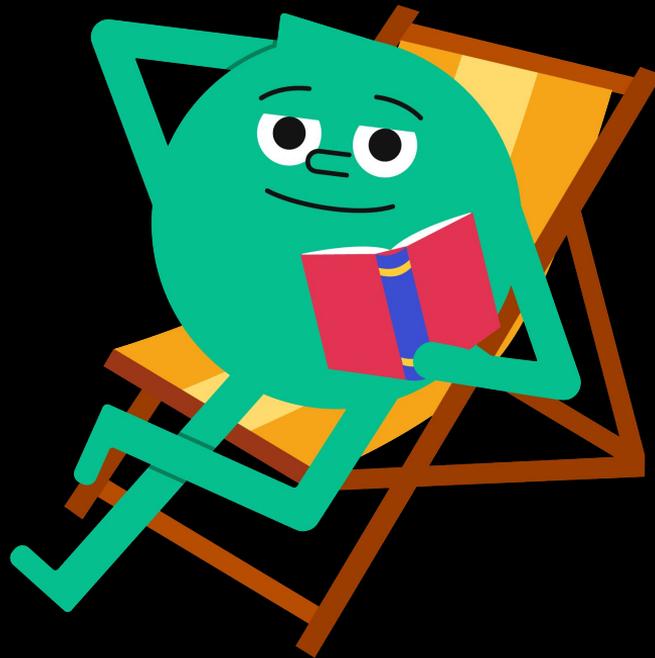
Lors de l'impression ou de la création de matériel promotionnel par un fournisseur externe, Alloprof s'assure de privilégier :

- les supports qui contiennent des contenus recyclés et qui sont recyclables
- les outils qui sont créés au Québec
- les outils qui sont durables et robustes et qui pourront durer dans le temps
- la création d'outils qui sont utiles et qui apportent une vraie valeur ajoutée au public cible pour éviter le gaspillage



Des questions?

Communiquez avec l'équipe
des communications!



alloprof