

CHARTRE DE COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE



Résonance
leur avenir, notre futur

Charte de communication institutionnelle

La communication institutionnelle met en avant les valeurs, les activités et les missions de Résonance pour favoriser le sentiment d'appartenance à l'Association.

Cette communication institutionnelle s'articule autour des projets en cours ou à venir de chaque pôle, des actions nouvelles à destination du public, des transformations dans l'accompagnement des usagers, des interactions entre les pôles et les services supports...

La communication institutionnelle regroupe l'ensemble des actions qui visent à promouvoir l'image et la notoriété de Résonance.

Pour travailler ensemble, il faut se connaître, faire équipe et créer du lien entre les personnes.

**Les administrateurs et l'équipe
de cadres hiérarchiques de Résonance**

Les 4 principes de la Charte de Communication Institutionnelle de Résonance

PRINCIPE 1

SOUTENIR UNE COMMUNICATION INTERNE
EFFICACE ET FLUIDE

PRINCIPE 2

PROMOUVOIR LA FIERTE D'APPARTENANCE

PRINCIPE 3

CULTIVER L'IMAGE DE RÉSONANCE

PRINCIPE 4

DEVELOPPER LE RAYONNEMENT
DE RÉSONANCE

Définition

La communication institutionnelle regroupe l'ensemble des actions qui visent à promouvoir l'image d'une organisation auprès de ses cibles. Elle prend racine dans une communication interne efficace et fluide.

Les axes prioritaires

- ◆ Une communication interne organisée
- ◆ Des supports de communication à partager
- ◆ L'application des Chartes de Résonance

Les actions pour y parvenir**Une communication interne organisée**

- ◆ Développer le processus d'intégration (livret d'accueil du salarié, journée d'intégration, ...)
- ◆ Former à la communication non violente entre les personnes et la pratiquer
- ◆ Assurer un accueil téléphonique de qualité
- ◆ Améliorer la communication transversale et les actions entre pôles/services

Des supports de communication à partager

- ◆ Maintenir et développer le journal « Le Carillon » et de nouveaux supports
- ◆ Consulter et utiliser les documents communs sur le serveur
- ◆ Partager les ordres de jour et les comptes rendus de réunion
- ◆ Utiliser les supports de Résonance (Power Point, modèle de courrier, ...)

L'application des Chartes de Résonance

- ◆ Connaître les contenus des Chartes et les appliquer
- ◆ Être force de proposition sur des évolutions nécessaires des Chartes
- ◆ Proposer la création de nouvelles Chartes

PRINCIPE 2 Promouvoir la fierté d'appartenance

Définition

Les valeurs constituent le socle de notre engagement, de notre investissement pour une cause, un métier, une activité. Portées collectivement, avec fierté, les valeurs guident notre action quotidienne.

Les axes prioritaires

- ◆ S'assurer que les valeurs soient connues et partagées
- ◆ Affirmer avec force les valeurs partagées en interne
- ◆ Faire vivre au quotidien les valeurs en interne et en externe

Les actions pour y parvenir

S'assurer que les valeurs soient connues et partagées

- ◆ Lire le livret d'accueil du salarié aux nouveaux arrivants en les rendant attentifs aux valeurs de Résonance
- ◆ Faire le lien en réunions de services entre les actions concrètes du terrain et les valeurs que l'on veut véhiculer
- ◆ Donner du sens aux valeurs et les véhiculer à l'extérieur

Affirmer avec force les valeurs partagées en interne

- ◆ Mettre en avant les valeurs de Résonance dans les projets, les actions et les supports de communication (appels à projet, courriers, rapport et synthèses d'audience auprès des partenaires)
- ◆ Faire valoir la plus-value des valeurs et l'expertise de Résonance
- ◆ Rappeler les valeurs de Résonance lors de différentes réunions et Assemblées Générales

Faire vivre au quotidien les valeurs en interne et en externe

- ◆ Organiser des rencontres autour des valeurs, de manière conviviale et fédératrice
- ◆ Fédérer autour des valeurs en formation et en interventions extérieures
- ◆ Participer à des actions (exemple : « Les Mulhousiennes », « Coupe des juges » ...) : équipes qui se rencontrent pour une activité commune en externe - en parler en journée d'intégration - diffuser l'information dans l'Association.

PRINCIPE 3 Cultiver l'image de Résonance

Définition

L'image de marque est la représentation perçue d'une organisation. C'est un sentiment, voire un jugement, qui se base sur des éléments tangibles ou immatériels. C'est l'ensemble des représentations rationnelles et affectives associées à une organisation.

Les axes attendus

- ◆ Force et agilité
- ◆ Qualité et fiabilité
- ◆ Professionnalisme et engagement

Les actions pour y parvenir

Force et agilité

- ◆ Avoir un projet associatif en cohérence avec les valeurs de l'Association et les besoins du territoire et orientations nationales
- ◆ Affirmer une identité visuelle (logo et slogan)
- ◆ Assurer la mise à jour du site internet pour asseoir une communication au sens large
- ◆ Participer à différentes manifestations, événements, ... qui assurent le relai de notre communication
- ◆ Valoriser la capacité à innover et à proposer de nouveaux services

Qualité et fiabilité

- ◆ Trouver des solutions pertinentes et adapter nos réponses aux attentes des partenaires
- ◆ Mettre en œuvre les actions et les messages de communication pour montrer la qualité de l'accompagnement des usagers, l'efficacité des professionnels et le respect des échéances et des engagements
- ◆ Cibler avec précision les destinataires et les circuits de l'information
- ◆ Développer les enquêtes de satisfaction et réajuster les pratiques

Professionnalisme et engagement

- ◆ Respecter la charte graphique
- ◆ Présenter des documents soignés
- ◆ Utiliser les documents sources (chartes, livrets d'accueil, rapports, ...) et déployer des outils modernes qui soulignent le professionnalisme de l'Association
- ◆ Communiquer sur la politique sociale/RH et d'un management soucieux de la Qualité de Vie au Travail
- ◆ Valoriser le développement des compétences, les formations pour anticiper les besoins d'aujourd'hui et de demain

PRINCIPE 4 Développer le rayonnement de Résonance

Définition

Les objectifs de la communication institutionnelle de Résonance sont d'affirmer les valeurs de l'association, de développer la notoriété de l'association, d'entretenir et d'améliorer son image. Elle permet aussi à l'association de mieux s'intégrer dans son environnement et d'améliorer la perception de son rôle par ses différentes cibles.

Les axes attendus

- ◆ Créer du lien avec les administrateurs et les bénévoles
- ◆ Rendre acteur et renforcer le sentiment d'appartenance des professionnels
- ◆ Développer la visibilité auprès des partenaires

Les actions pour y parvenir

Créer du lien avec les administrateurs et les bénévoles

- ◆ Développer un processus d'intégration / visite clé en main des Pôles
- ◆ Impliquer les administrateurs dans la réflexion stratégique du développement de l'Association
- ◆ Développer un programme de découverte des Pôles sur des temps forts et identifiés (repas avec les usagers, sorties, ...).

Rendre acteur et renforcer le sentiment d'appartenance des professionnels

- ◆ Faire participer les professionnels aux Assemblées Générales : suivi de la rencontre par visio, intervention sur des actions identifiées (exemple : nouveau projet)
- ◆ Mobiliser les professionnels sur des journées portes ouvertes de manière régulière (1 Pôle/an)
- ◆ Participer aux groupes de travail internes et externes

Développer la visibilité auprès des partenaires

- ◆ Développer des supports notamment vidéo par Pôle à décliner sur le site web ou à l'Assemblée Générale (AG) ou lors des rencontres partenariales
- ◆ Être identifié auprès des partenaires : participer à des AG, intervenir sur des formations/école de travail social, proposer ponctuellement, en fonction des thématiques, à des partenaires d'intervenir sur des formations internes soit en participation ou apport
- ◆ Organisation de conférences - débats
- ◆ Développer la communication sur les réseaux sociaux (actions menées, nouveaux projets, recrutement)



Résonance
leur avenir, notre futur

Association Résonance
10 chemin des Confins
68124 LOGELBACH

www.resonance.alsace