

# **PLAN DE COMMUNICATION 2015-2017**

**PRÉSENTÉ PAR LE COMITÉ COMMUNICATION DE LA TABLE DES AÎNÉS**

Document de travail - version 2

22 Juin 2015

## PLAN DE COMMUNICATION 2015-2016

### 1. MISE EN CONTEXTE

Pour assurer un rendement à ses activités de communication, le comité communication a choisi d'élaborer un Plan de communication ayant pour objectifs d'organiser en un tout conséquent les activités de relations publiques, de promotion des services et de création des outils de communication pertinents, permettant ainsi de se faire une idée sur l'ensemble des communications de la Table des aînés, avant qu'elles se réalisent.

Ce plan de communication est un outil indispensable afin de s'assurer que l'on parle de la Table des aînés et que l'on connaisse tous les services qui sont disponibles pour les aînés dans la MRC des Pays-d'en-Haut, bien sûr, mais pas n'importe comment! Il convient surtout d'être en accord avec les intérêts de chacun des partenaires mais aussi de respecter les couleurs respectives de chacune des dix communautés.

### 2. LE MANDAT DU COMITÉ COMMUNICATION

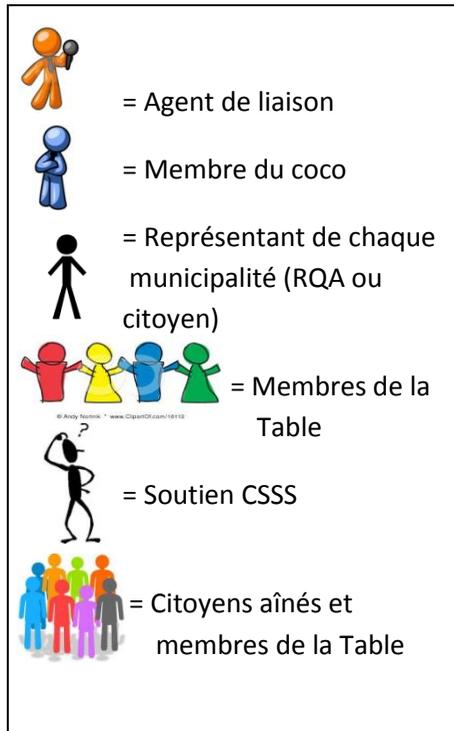
S'assurer que tous les aînés soient informés des services qui existent sur le territoire de la MRC des PDH permettant d'améliorer leur qualité de vie.

### 3. LES MEMBRES DU COMITÉ COMMUNICATION

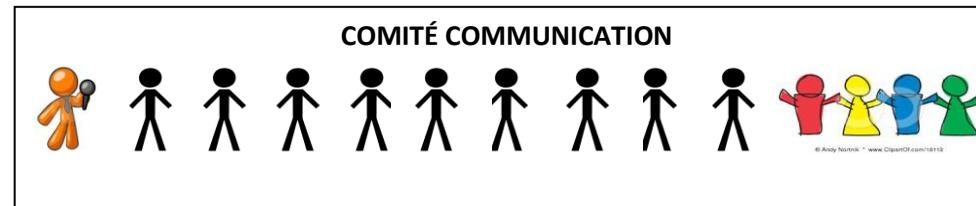
NOMS	REPRÉSENTATIONS	NOMS	REPRÉSENTATIONS
Françoise Lamond	Prévoyance envers les aînés	Suzanne Nicholson	Piedmont (conseillère RQA )
Monique Daoust ou Nicole Du Berger	Sainte-Anne-des-Lacs	Claude-P. Lemire	Morin-Heights (conseiller)
Juliette Hutter	Ste-Adèle (comité MADA)		Ste-Marguerite-du-Lac-Masson
Harlean Brébeau	St-Sauveur (comité MADA)	Luc Lafontaine (consultation seulement)	Estérel
André Trelfall	Wentworth-nord (comité MADA)	Françoise Tassé (consultation seulement)	Lac-des-Seize-Îles
Terry Montreuil	St-Adolphe-d'Howard (comité MADA)	Christine Gouin	Table des aînés

# PLAN DE COMMUNICATION 2015-2016

## 4. ORGANIGRAMME DU RÉSEAU DE



## COMMUNICATION DE LA MRC DES PDH



**SOUS COMITÉS COMMUNICATION**

**PROMOTION DE LA TABLE**  
Logo, site internet, dépliant

**DIFFUSION DE L'INFORMATION**  
Bottin des ressources  
Cartables des services  
Présentoirs  
Bulletin Info-aînés



## PLAN DE COMMUNICATION 2015-2016

### 5. **OBJECTIF GÉNÉRAL**

Informer tous les aînés des services disponibles pour eux sur le territoire de la MRC des PDH.

### 6. **OBJECTIFS SPÉCIFIQUES**

Lors de l'élaboration du plan de communication des choix ont dû être faits en fonction des budgets ainsi que du temps alloué pour la réalisation des activités. Ainsi, parmi une panoplie d'idées qui permettraient de faire connaître aux aînés de la MRC des Pays-d'en-Haut, les services qui sont disponibles dans la région, les six actions suivantes ont été privilégiées:

- *Faire la promotion du mandat de l'**agente de liaison de la Table des aînés des PDH et du service centralisé d'information pour les aînés**;*
- *Actualiser le **bottin des ressources** de la Table des aînés et en assurer une bonne distribution;*
- *Développer des **outils de communication** permettant d'informer les aînés;*
- *Organiser et assurer la mise à jour, par le biais d'une équipe de bénévoles dans chacune des dix municipalités de la MRC des PDH, des **présentoirs** publics qui proposent les dépliants des organismes dont la mission est d'offrir des services aux aînés;*
- *Élaborer et pourvoir la mise à jour d'un **cartable des services** pour les aînés et s'assurer que les principales personnes ressources de chaque communauté puissent se munir d'une réplique;*
- *Faire connaître la Table des aînés des PDH par la création d'outils de promotion.*

## PLAN DE COMMUNICATION 2015-2016

OBJECTIF SPÉCIFIQUE <b>1</b>	CIBLE	MOYENS		PORTEUR	BUDGET	2015	2016	INDICATEURS
		ACTIVITÉS	OUTILS					
<i>Faire la promotion du mandat de l'agente de liaison de la Table des aînés des PDH et du service centralisé d'information pour les aînés</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aînés;</li> <li>- Ass. d'aînés;</li> <li>- Organismes proposant des services aux aînés;</li> <li>- Résidences et habitations pour les aînés autonomes;</li> <li>- Résidences pour aînés mi-autonomes;</li> <li>- Municipalités</li> </ul>	Rencontrer les aînés en assurant une présence sur le terrain et en informant du numéro de téléphone centralisé.	Repas communautaires Santés amicales Activités Âge d'or Comptoirs alimentaires	Comité de coordination de la Table des aînés (coco)	Selon les dépenses adoptées pour le financement du projet Agent de liaison	X	X	Statistiques des activités et des appels reçus
		Rencontrer tous les organismes proposant des services aux aînés.	Bien connaître les services offerts par les organismes Faire connaître le mandat de l'agente de liaison			X		Relevé des rencontres
		Organiser des rencontres de groupe afin de présenter l'ensemble des services.	Résidences/habitations Groupes âge d'or Autres groupes ciblés			X	X	Relevé des présentations
		Créer des outils de promotion	Cartes affaire Affiches Dépliants			X	X	Les outils de promotion créés
		Utiliser tous les médias possibles pour faire connaître le mandat de l'agent de liaison	Communiqués de presse Articles dans les bulletins municipaux Bulletin de la Table des aînés			X	X	Nombre de publications

## PLAN DE COMMUNICATION 2015-2016

OBJECTIF SPÉCIFIQUE <b>2</b>	CIBLE	MOYENS		PORTEUR	BUDGET	2015	2016	INDICATEURS
		ACTIVITÉS	OUTILS					
<i>Actualiser le <b>Bottin des ressources de la Table des aînés</b> et en assurer une bonne distribution.</i>	Que <b>TOUS</b> les aînés possèdent leur bottin.	Connaître l' <b>historique</b> du Bottin 2008	- Contacter Ève Robinson (personne ressource) - Valider le travail accompli en 2008: nbre de copies imprimées, imprimeur, coût d'impression, mode de distribution, bons et mauvais coups , etc.	Comité de communication (comcom)		X		Nombre de Bottin 2016 imprimés et distribués
		Faire l' <b>inventaire</b> des Bottins 2008 toujours disponibles	- Vérifier avec les pharmacies, le CSSS et autres organismes si des <i>stocks</i> sont toujours disponibles et motiver la distribution rapide.			X		
		Actualiser le <b>contenant</b> du Bottin 2016	- Décider du format, couleur, nb de pages, etc.; - Bien identifier avec le logo de la Table des aînés.			X		
		Évaluer les <b>coûts d'impression</b>	- Évaluer le nombre de copies requises; - Contacter les imprimeurs et négocier les prix; - Obtenir trois (3) soumissions .		4 000\$	X		
		Rechercher des <b>partenaires financiers</b> (au besoin)	- Lister les bailleurs de fonds possible; - Rencontrer et solliciter une aide financière; - Négocier une visibilité (logo).			X	X	
		Actualiser le <b>contenu</b> du Bottin 2016	- Décider comment présenter les différents services, par thème ou autre façon; - Vérifier si les informations du bottin 2008 sont toujours pertinentes, corriger ou bonifier; - Rechercher et évaluer les nouveaux services à ajouter (ex: téléphone de l'Agent de liaison).			X	X	
		Assurer une bonne <b>distribution</b> du Bottin 2016	- Évaluer les meilleurs moyens de distribution; - Négocier avec les partenaires identifiés; - Organiser le processus de distribution (continu).				X	

## PLAN DE COMMUNICATION 2015-2016

OBJECTIF SPÉCIFIQUE <b>3</b>	CIBLE	MOYENS		PORTEUR	BUDGET	2015	2016	INDICATEURS
		ACTIVITÉS	OUTILS					
<i>Développer des outils de communication permettant d'informer les aînés.</i>	Informer régulièrement tous les aînés.	Négocier une insertion régulière d'une capsule " <b>La Table des aînés vous informe...</b> ", dans les dix Bulletins Municipaux de la MRC des PDH.	- Rencontrer les municipalités et négocier un espace réservé dans chaque parution de leur Bulletin municipal pour la Table des aînés; - Définir l'espace disponible dans chacune des municipalités; - Obtenir l'échéancier des 4 parutions par année et la personne contact.	Comité de communication (comcom)		X		Le nombre de municipalités ayant acceptées
		Former un comité de rédaction, responsable de rédiger les textes des capsules " <b>La Table des aînés vous informe...</b> " publiées dans les Bulletins municipaux.	- Solliciter la collaboration d'aînés qui ont de la facilité pour écrire dans chacune des municipalités;  - Prévoir un plan de rédaction: ✓ Définir les thèmes à élaborer au cours de l'année; ✓ Rencontrer les organismes reliés au thème défini pour relier les services disponibles au sujet traité; ✓ Tenir à jour un calendrier des activités pour les aînés permettant d'en faire la promotion au besoin; ✓ Rédiger les capsules et les faire valider par le comcom et coco; ✓ Envoyer les textes selon les échéanciers dans chacune des municipalités.	Comité de communication (comcom)  + Équipe de rédaction composée d'aînés		X	X	Le nombre de capsules parues
		Élaborer un projet pour réaliser un journal "Info-aînés" distribué directement aux aînés	Réfléchir aux possibilités de réaliser un tel projet (six parutions par année, envoi informatisé et distribution de copies papier) et le rédiger.					X

## PLAN DE COMMUNICATION 2015-2016

OBJECTIF SPÉCIFIQUE <b>4</b>	CIBLE	MOYENS		PORTEUR	BUDGET	2015	2016	INDICATEURS
		ACTIVITÉS	OUTILS					
<p><i>Organiser et assurer la mise à jour, par le biais d'une équipe de bénévoles dans chacune des dix municipalités de la MRC des PDH, des <b>présentoirs</b> publics qui proposent les dépliants des organismes dont la mission est d'offrir des services aux aînés;</i></p>	<p>S'assurer que les présentoirs soient installés dans des endroits stratégiques dans chacune des municipalité.</p>	<p>Faire l'inventaire des présentoirs municipaux et négocier un partenariat avec chacune</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Valider le partenariat des 10 municipalités et vérifier si un présentoir existant peut être mis à la disposition de la Table des aînés;</li> <li>- Évaluer si le présentoir existant est situé dans un endroit stratégique et si non, négocier les possibilités de le déplacer;</li> <li>- Pour les municipalités ne possédant pas de présentoir disponible, valider les possibilités d'achat de leur part (Coût approximatif \$500);</li> <li>- Pour les municipalités ne possédant pas le budget disponible, évaluer les possibilités de partenariat privé pouvant financer l'achat;</li> <li>- Obtenir une entente permettant que des bénévoles gèrent la mise à jour du présentoir de la Table des aînés.</li> </ul>	<p>Comité de communication (comcom)  + Sous-comités locaux</p>		X		<p>Nombre de présentoirs de la Table des aînés installés dans les municipalités</p>
		<p>Faire l'inventaire des présentoirs publics, autres que municipaux.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vérifier si des présentoirs existent dans certains commerces, institutions financières, presbytères...</li> <li>- Évaluer si ces présentoirs sont situés à des endroits plus stratégiques que les présentoirs municipaux;</li> <li>- Si oui, valider avec la communauté;</li> <li>- Négocier avec le commerçant ou autre, une entente de partenariat pour l'identification d'un présentoir au nom de la Table des aînés et pour la gestion des dépliants par les aînés bénévoles.</li> </ul>			X		
		<p>Au besoin, réfléchir à la possibilité de construire des présentoirs sur mesure.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Créer un modèle adéquat pouvant contenir tous les modèles et grandeurs des dépliants;</li> <li>- Négocier un projet avec une école d'ébénisterie;</li> <li>- Trouver des aînés menuisiers qui sont (ou non) retraités et bénévoles;</li> <li>- Négocier le don des matériaux;</li> </ul>			X	X	

## PLAN DE COMMUNICATION 2015-2016

### OBJECTIF SPÉCIFIQUE 4 (SUITE)

	Organiser uniformément et efficacement les présentoirs de la Table des aînés.	- Évaluer la meilleure façon de présenter les dépliants et bien identifier: par thème, ordre alphabétique, etc.			X		
	Identifier les présentoirs au nom de la Table des aînés .	- Logo de la Table et numéro de téléphone de l'agent de liaison; - Évaluer le meilleur affichage et les coûts reliés.		1 000\$	X		
	Soutenir les représentants municipaux qui siègent au comcom dans la mise en place d'un sous-comité "Présentoirs" dans chacune des municipalités.	- Identifier des aînés bénévoles dans chacune des municipalités, intéressés à s'occuper de la mise à jour du présentoir de la Table des aînés situé dans leur municipalité; - Bien informer les aînés bénévoles des tâches dont ils deviendront responsables.			X	X	
	S'assurer que les sous-comités "Présentoirs" dans chaque municipalité, tiennent un inventaire des dépliants.	- Dresser une liste des tous les organismes qui offrent des services aux aînés; - Prioriser les organismes qui correspondent le plus aux besoins locaux de chaque municipalité; - Contacter les organismes et commander des dépliants ; - Tenir un inventaire et commander ponctuellement des dépliants afin de pouvoir assurer efficacement le renouvellement des dépliants dans le présentoir.			X	X	Rapport de chaque bénévole responsable concernant la mise à jour
	Soutenir les sous-comités "Présentoirs" dans la gestion des présentoirs.	- S'assurer que les aînés responsables des présentoirs dans chaque municipalité assurent régulièrement la mise à jour de leur présentoir respectif.				X	

## PLAN DE COMMUNICATION 2015-2016

OBJECTIF SPÉCIFIQUE <b>5</b>	CIBLE	MOYENS		PORTEUR	BUDGET	2015	2016	INDICATEURS
		ACTIVITÉS	OUTILS					
<p><i>Élaborer et pourvoir la mise à jour d'un <b>cartable des services</b> pour les aînés et s'assurer que les principales personnes ressources de chaque communauté puissent se munir d'une réplique;</i></p>	<p><i>Club Âge d'or Hôtel de ville</i></p>	Création	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Utiliser les modèles déjà existants (ex: CISSS, agente de liaison, Entraide bénévole, ect);</li> <li>- Évaluer le contenant: format, mise en page, etc.</li> <li>- Évaluer le contenu: organismes, coordonnées, descriptif des services offerts, etc.;</li> <li>- Vérifier toutes les informations;</li> <li>- Etc.</li> </ul>	<p>Comité de communication (comcom)</p>	<p>1 000\$</p>	X	X	<p>Nombre de cartables réalisés</p>
		Informatisation	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Informatiser les données pour impression et accès en ligne;</li> <li>- Créer des liens vers les sites internet;</li> <li>- Etc.</li> </ul>				X	
		Soumission	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Évaluer les coûts de production et d'impression;</li> <li>- Évaluer le coût de vente des cartables au besoin ou trouver des partenaires financiers.</li> </ul>				X	
		Distribution	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Évaluer combien de cartables seront nécessaires en validant dans chaque municipalité les personnes ressources.</li> </ul>				X	
		Mise à jour	<ul style="list-style-type: none"> <li>- S'assurer que le cartable en ligne soit mis à jour régulièrement.</li> <li>- Mettre en place un système permettant d'assurer la mise à jour des cartables au moins une fois par année;</li> <li>- Etc.</li> </ul>					

## PLAN DE COMMUNICATION 2015-2016

OBJECTIF SPÉCIFIQUE <b>6</b>	CIBLE	MOYENS		PORTEUR	BUDGET	2015	2016	INDICATEURS
		ACTIVITÉS	OUTILS					
<i>Assurer la promotion de la Table des aînés des PDH</i>		Dépliant		Coco	4 000\$			
		Site internet			6 000\$			
		Bulletin de la Table des aînés						
		Communiqués de presse						