



Fédération québécoise
du loisir en institution

ORGANISME NATIONAL
EN LOISIR RECONNU PAR :

Québec 

PLAN STRATÉGIQUE DE COMMUNICATION

2022-2023

Approuvé par le conseil d'administration

le 18 février 2022

TABLE DES MATIÈRES

1- Analyse	3
2- Objectifs de communication	4
3- Champs de la communication	4
4- Plan d'action annuel	5

1- Analyse

La Fédération québécoise du loisir en institution a le défi d'améliorer les communications de l'organisme, autant à l'interne (délégués-es régionaux-ales au conseil d'administration provincial, administrateurs-trices au sein des conseils d'administration régionaux) qu'à l'externe (ensemble des installations membres et leurs représentants, la population en général). La façon qui est préconisée pour déterminer les différentes actions passe par un plan de communication.

Pour actualiser et développer l'ensemble des outils de communication pour répondre aux besoins des installations membres et des intervenants-es qui y œuvrent, différentes stratégies seront déterminées afin de revoir l'ensemble des outils de communication et de les adapter en fonction des nouvelles réalités du milieu.

- Avoir un système de communication actualisé;
- Développer un ensemble d'outils de communication;
- Rendre l'organisme plus visible.

Points forts actuels des communications dans l'organisme :

- L'organisme existe depuis 43 ans et bénéficie d'une excellente crédibilité auprès des membres et des partenaires;
- L'organisme a déjà des outils de communication tels que :
 - Revue virtuelle « Échanger pour mieux faire »;
 - Infolettre FQLI Express;
 - Infos C. A.;
 - Informations par courriel (aux membres, aux non-membres, aux partenaires, aux partenaires commerciaux membres et non-membres);
 - Site Internet avec une zone réservée aux membres;
 - Brochures des publications (officielles et distribuées);
 - Page Facebook et sous-groupes pour les ASLIQ;
 - Bannière corporative FQLI;
 - Bannières corporatives régionales;
 - Chaîne YouTube;
 - ZOOM Café;
 - Plans de visibilité (numérique, évènementiel et donateurs);
 - Prix de reconnaissance;
 - Semaine du loisir;
 - Aide-mémoire du nouveau membre ou du nouveau représentant (délégué) d'une installation

2- Objectifs de communication

- Actualiser les différents outils de communication;
- Créer des outils de communication et d'échanges pour se rapprocher du quotidien des membres;
- Continuer à informer les membres.

3- Champs de la communication

La communication accomplit diverses fonctions et joue donc des rôles essentiels qui s'inscrivent dans quatre champs d'activités.

Les relations publiques : l'ensemble des méthodes et des techniques de communication empruntées au monde de l'information, de la publicité et de la propagande. Elles visent à informer ponctuellement tous les publics de l'organisme afin de susciter la confiance, l'adhésion, la sympathie ou la compréhension.

La promotion et le marketing : l'ensemble des méthodes et des techniques de communication utilisées pour attirer l'attention, vendre ou mettre en marché un produit, une activité, une organisation, une cause, lui conférer une personnalité attrayante et surtout, inciter un certain public à l'acheter, à participer ou passer à l'action.

L'information : porter des faits à la connaissance d'une personne ou d'un public. Les faits ainsi transmis permettent aux personnes qui les reçoivent de se forger une opinion, de développer des savoirs et d'exercer un certain pouvoir d'influence ou de décision. Être informé, c'est savoir et pouvoir.

La consultation et l'animation : fonctions essentielles et primordiales pour tout organisme qui prétend se baser ou développer une culture démocratique et participative, une culture citoyenne ainsi que l'*empowerment* individuel et collectif de ses membres ou de sa communauté.

Différentes stratégies peuvent être envisagées, au cours des prochaines années, pour connaître les besoins des membres.

- Consultation des membres du conseil d'administration provincial;
- Consultation des membres des conseils d'administration régionaux.

4- Plan d'action annuel

Outils de communication

DOSSIER	CIBLES	OBJECTIFS	ACTIONS	ÉCHÉANCIER
Site Internet	Membres et population en général	Actualisation Information	Mise à jour des informations et de la Zone membre. Création d'une nouvelle section pour les dons.	En continu
Actualiser des outils de communication pour les délégués-es au C. A.	Délégué-e régional-e et C. A. régionaux	Actualisation Information	Mise à jour du dossier « La succession au sein des ASLIQ » et des outils. Réalisation de formations numériques. Mise à jour de l'Infos C .A.	En continu
Politique sur l'usage de la raison sociale, du logo, de la bannière et autre matériel de promotion	Délégué-e régional-e et C. A. régionaux	Règles d'utilisation	Rédaction d'une politique.	Hiver 2022
Revue « Échanger pour mieux faire »	Membres et partenaires	Informations générales	Mise à jour des chroniques et du visuel.	Voir l'échéancier

DOSSIER	CIBLES	OBJECTIFS	ACTIONS	ÉCHÉANCIER
Infolettre FQLI Express	Membres	Actualisation Information	Établir un calendrier de diffusion.	Voir l'échéancier
Brochures des publications officielles et distribuées par la FQLI	Population en général	Information	Mise à jour.	Automne 2022, 2023, 2024
Communication par courriel	Membres	Information Échange	Garder la base de données à jour pour faciliter l'envoi des messages courriel.	En continu
Centre de documentation	Membres et population en général	Information	Mise à jour à chaque parution de la revue « Échanger pour mieux faire ».	En continu
Médias sociaux	Membres et population en général	Actualisation Information Partage d'informations et d'expertises	Mise à jour hebdomadaire.	En continu
Plan de visibilité numérique	Partenaires	Visibilité pour les partenaires	Mettre à jour le plan. Faire l'envoi aux partenaires. Assurer les suivis avec les partenaires.	Voir l'échéancier
Plan de visibilité évènementiel	Partenaires	Visibilité pour les partenaires	Mettre à jour le plan autant pour le Symposium – Journées annuelles de formation que la Semaine du loisir. Faire l'envoi aux partenaires. Assurer les suivis avec les partenaires.	Voir l'échéancier
Plan de visibilité donateurs	Donateurs	Visibilité pour les donateurs	Mettre à jour le plan. Faire l'envoi aux donateurs. Assurer les suivis avec les donateurs.	Hiver 2022

Événements de communication

DOSSIER	CIBLES	OBJECTIFS	ACTIONS	ÉCHÉANCIER
Symposium – Journées annuelles de formation + Sondage	Membres et population en général	Information	Planification de l'événement et diffusion de l'information. Recueillir l'opinion des participants-es sur l'événement.	Voir l'échéancier
Formation + Sondage	Membres et population en général	Information	Planification de l'événement et diffusion de l'information. Recueillir l'opinion des participants-es sur l'événement.	Voir l'échéancier
AGA	Membres	Information	Planification de l'événement et diffusion de l'information.	Voir l'échéancier
Biennale de la Semaine du loisir + Sondage	Membres et population en général	Actualisation Information	Former un comité de travail. Conception de la thématique et des outils promotionnels en soutien. Réalisation des infolettres en lien avec cet événement. Recueillir l'opinion des participants-es sur l'événement.	Biennale 2023-2024
Prix de reconnaissance de la FQLI	Membres	Souligner l'apport de chacun-e au développement du loisir dans le réseau de la santé	Lancement de la campagne 2022. Mise à jour des formulaires. Analyse des candidatures. Remise des prix.	Décembre 2021 à octobre 2022

ÉCHÉANCIER DE TRAVAIL DES DIFFÉRENTS DOSSIERS DU 1^{er} JANVIER AU 31 DÉCEMBRE 2022 :

PAR INFOLETTRE (I) ET/OU REVUE (R)

MOIS	REVUE ET PLAN DE VISIBILITÉ	FQLI EXPRESS	SEMAINE DU LOISIR ET ÉVÈNEMENTIEL	MÉDIAS ET PARTENAIRES SEMAINE DU LOISIR	SYMPO ET SONDAGE	AGA	EXPOSANTS SYMPO	FORMATION ET SONDAGE
JANVIER								
1								
2	X (plan de visibilité) (I)							X (I)
3								
4								
FÉVRIER								
1								
2								
3								
4								
MARS								
1								
2	X (R)							
3								X (I)
4								
AVRIL								
1		X (I)						
2								
3								
4								

MOIS	REVUE ET PLAN DE VISIBILITÉ	FQLI EXPRESS	SEMAINE DU LOISIR ET ÉVÈNEMENTIEL	MÉDIAS ET PARTENAIRES SEMAINE DU LOISIR	SYMPO ET SONDAGE	AGA	EXPOSANTS SYMPO	FORMATION ET SONDAGE
MAI								
1		X (I)						
2								
3								
4								
JUIN								
1								
2	X (R)							
3					X (I)			
4			X (plan évènementiel) (I)				X (I)	
JUILLET								
1		X (I)						
2								
3								
4								
AOÛT								
1								
2								
3								
4								

MOIS	REVUE ET PLAN DE VISIBILITÉ	FQLI EXPRESS	SEMAINE DU LOISIR ET ÉVÈNEMENTIEL	MÉDIAS ET PARTENAIRES SEMAINE DU LOISIR	SYMPO ET SONDAGE	AGA	EXPOSANTS SYMPO	FORMATION ET SONDAGE
SEPTEMBRE								
1						X (I)		
2	X (R)							
3			X (I)					
4								
OCTOBRE								
1		X (I)						
2			X (I)		X (sondage) (I)			
3				X (I)				
4								
NOVEMBRE								
1								
2								
3		X (I)	X (I)					
4								
DÉCEMBRE								
1								
2	X (R)							
3								
4								

PRIORISATION POUR L'ANNÉE 2022

IMMÉDIAT - COURT TERME : JANVIER - MARS 2022

- Lancement de la campagne 2022 des prix de reconnaissance de la FQLI.
- Mise à jour du plan de visibilité numérique et envoi aux partenaires.
- Actualiser des outils de communication pour les délégués-es au C. A. (dossier « La succession au sein des ASLIQ »).
- Publication de la formation gratuite.
- Publication du programme de formation annuel.
- Envoi du plan de visibilité donateurs.

MOYEN TERME : MARS À MAI 2022

- Politique sur l'usage de la raison sociale, du logo, de la bannière et autre matériel de promotion.
- Planification du Symposium – Journées annuelles de formation 2022.
- Mise à jour du plan de visibilité événementiel et envoi aux partenaires.

LONG TERME : MAI À DÉCEMBRE 2022

- Lancement de la campagne 2022 des prix de reconnaissance de la FQLI.
- Brochures des publications officielles et distribuées par la FQLI.
- Lancement de la prochaine Semaine du loisir 2022.
- Création d'un comité de travail pour la Semaine du loisir 2023-2024.

EN CONTINUE

- Alimenter constamment l'information sur la page Facebook.
- Alimenter et maintenir à jour l'information sur le site Internet.
- Infolettre FQLI Express.
- Communication par courriel.
- Revue « Échanger pour mieux faire ».