POLITIQUE DE RELATIONS AVEC LES MÉDIAS

Définitions

1. Les termes utilisés dans la présente politique sont définis comme suit;
   a) **Avis** - Un avis émis à l'intention des médias au sujet d'une compétition ou d'un événement médiatique à venir, d'un résultat notable, d'un développement important pour Ringuette Canada, ou de toute autre question susceptible d'intéresser les médias.
   b) **Événement médiatique** - Réunion en personne ou conférence téléphonique organisée par Ringuette Canada à l'intention des médias, à laquelle participeront un porte-parole et peut-être d'autres représentants de Ringuette Canada (comme des athlètes ou des entraîneur·euse·s). Les représentant·e·s des médias sont invité·e·s à assister aux événements médiatiques pour recevoir des renseignements et poser des questions.
   c) **Formation aux médias** - Formation et assistance sur la façon d'interagir avec les médias qui sont fournies par Ringuette Canada (ou par une personne externe) aux porte-parole, à lae directeur·rice des communications, de l'engagement et du marketing et aux représentant·e·s de Ringuette Canada qui assisteront à un événement médiatique.
   d) **Porte-parole** - Personne (ou personnes) autorisée à représenter Ringuette Canada. Lae porte-parole est généralement lae directeur·rice administratif·ve ou son, sa ou ses représentant·e·s.
   e) **Déclaration** - Une réponse approuvée par Ringuette Canada sur un sujet d'intérêt particulier et/ou sur une question ou une crise en cours, qui peut être publiée par Ringuette Canada et/ou livrée par un·e porte-parole en réponse à une demande des médias. Les déclarations peuvent être accompagnées d'autres documents ou ressources.

Objet

2. La présente politique a pour objet de décrire comment Ringuette Canada publiera des avis et des déclarations, comment et quand Ringuette Canada organisera des événements médiatiques, et comment et quand Ringuette Canada répondra aux demandes des médias.

Avis

3. De temps à autre, Ringuette Canada publiera des avis à l'intention des médias. Des avis peuvent être émis lorsqu'il y a une compétition ou un événement médiatique à venir ou lorsqu'une personne associée à Ringuette Canada a obtenu un résultat remarquable. Des avis devraient également être émis lorsque des événements majeurs se produisent, comme un partenariat important, une entente de commandite, une nouvelle programmation, un changement au sein du personnel de direction ou de la présidence de Ringuette Canada, ou d'autres questions importantes pour la communauté sportive.

4. Les avis doivent comprendre les éléments suivants :
   a) les détails de la réalisation, de la question ou du développement (c'est-à-dire la raison de l'avis);
   b) l'importance de la question pour Ringuette Canada et ses valeurs d'entreprise;
   c) les commentaires des personnes concernées;
   d) tout détail administratif (comme la date et le lieu d'une compétition ou d'un événement médiatique); et
   e) les coordonnées de lae directeur·rice des communications, de l'engagement et du marketing.

5. Les avis peuvent être émis, à la discrétion de Ringuette Canada, de la façon suivante :
   a) sur le site Web de Ringuette Canada;
   b) par courriel direct à la ou aux bases de données des parties prenantes de Ringuette Canada;
   c) sur Twitter, Facebook ou une autre plateforme de réseaux sociaux;
   d) au Centre de documentation pour le sport (CDS);
   e) à certains médias; et/ou
   f) par tout autre moyen à la disposition de Ringuette Canada.

Événements médiatiques

6. De temps à autre, Ringuette Canada peut organiser des événements médiatiques. Les événements médiatiques devraient être organisés lorsqu'il y a eu (ou qu'il y aura) un événement majeur impliquant Ringuette Canada ou un·e ou plusieurs de ses représentant·e·s. Les événements médiatiques peuvent être organisés pour des raisons positives (par exemple, un athlète gagne une compétition importante) ou pour des raisons négatives (par exemple, un·e entraîneur·euse en chef est expulsé·e de Ringuette Canada).

7. Lorsque Ringuette Canada prévoit organiser un événement médiatique, elle émettra un avis indiquant les détails de l'événement, le ou les sujets qui seront abordés, si des photos peuvent être prises (pour les rassemblements en personne) et la ou les personnes qui seront disponibles pour répondre aux questions.

8. À sa discrétion, Ringuette Canada peut interdire à certaines personnes (comme les membres du public - et non les représentant·e·s des médias) d'assister à un événement médiatique.

9. Ringuette Canada veillera à ce que les porte-parole, lae directeur·rice des communications, de l'engagement et du marketing et les représentant·e·s de Ringuette Canada qui assisteront à un événement médiatique reçoivent une formation sur les médias donnée par Ringuette Canada ou par une personne externe.

Formation aux médias

10. La formation aux médias devrait être aussi complète que nécessaire pour la personne concernée (c'est-à-dire que lae porte-parole, qui interagit souvent avec les médias, devrait recevoir une formation plus détaillée qu'une personne qui assiste à un seul événement médiatique).

11. La formation aux médias permet aux individus de répondre aux demandes et aux questions des médias de manière claire, appropriée et sans controverse. La formation aux médias devrait inclure :
    a) la manière de présenter clairement une déclaration (le cas échéant);
    b) la quantité d'informations supplémentaires appropriées qui peuvent ou doivent être fournies;
    c) quand ne pas faire de commentaires;
    d) comment mettre en évidence les valeurs d'entreprise de Ringuette Canada;
    e) ce qu'il faut dire pour préserver la vie privée et la confidentialité des renseignements personnels (tel que décrit dans la politique de confidentialité);
    f) les mots et les comportements à éviter (p. ex. les jurons, la rhétorique dédaigneuse, les insultes, et ainsi de suite);
    g) comment répondre à des questions ou accusations difficiles; et
    h) comment mettre fin à l'interaction avec tact.

Déclarations

12. Dans le cas d'une affaire en cours ou d'une crise, Ringuette Canada rédige une déclaration qui peut être communiquée aux médias ou diffusée par un·e porte-parole. Lors de l'élaboration de la déclaration, Ringuette Canada devrait communiquer avec toutes les personnes ou toustes les représentant·e·s qui sont concerné·e·s par l'affaire et qui peuvent fournir des renseignements exacts. Pour les questions délicates, Ringuette Canada devrait également communiquer avec un·e conseiller·ère juridique ou un·e consultant·e en communications.

13. Les déclarations devraient comprendre;
    a) une reconnaissance de l'incident ou de l'affaire;
    b) des commentaires du·de lae porte-parole;
    c) un plan d'action;
    d) un engagement déclaré envers les valeurs de Ringuette Canada; et
    e) les coordonnées de lae directeur·rice des communications, de l'engagement et du marketing.

14. Des déclarations peuvent être émises, à la discrétion de Ringuette Canada, de la façon suivante
    a) sur le site Web de Ringuette Canada;
    b) par courriel direct à la ou aux bases de données des parties prenantes de Ringuette Canada;
    c) sur Twitter, Facebook ou une autre plateforme de réseaux sociaux;
    d) au Centre de documentation pour le sport (CDS);
    e) à certains médias; et/ou
    f) par tout autre moyen à la disposition de Ringuette Canada.

15. Les déclarations peuvent inclure des ressources, des documents ou des liens externes, à la discrétion de Ringuette Canada.

16. Ringuette Canada peut publier une déclaration avant qu'une question ou un incident ne fasse l'objet d'une demande des médias.

17. Ringuette Canada peut créer une déclaration à titre préventif mais, s'il n'y a pas de demande des médias, ne pas la communiquer aux médias.

Réception des demandes des médias

18. Les demandes des médias qui sont envoyées à Ringuette Canada doivent être transmises à lae directeur·rice des communications, de l'engagement et du marketing, qui doit utiliser son pouvoir discrétionnaire pour déterminer si la demande est légitime. Dans l'exercice de son pouvoir discrétionnaire, lae directeur·rice des communications, de l'engagement et du marketing doit tenir compte des éléments suivants;
    a) si la demande provient d'une personne qui semble être affiliée à un média réputé (par exemple, un courriel provenant d'une source réputée contiendra des renseignements sur le média et ses coordonnées);
    b) si la personne se présente correctement comme faisant partie des médias; et
    c) si la demande porte sur un sujet susceptible d'intéresser les médias.

19. Si la demande des médias n'est pas légitime, lae directeur·rice des communications, de l'engagement et du marketing la rejettera.

20. Si la demande des médias semble être légitime, lae directeur·rice des communications, de l'engagement et du marketing prendra les mesures suivantes :
    a) enregistrer le nom, les coordonnées et le média de la personne;
    b) déterminer les sujets que la personne souhaite aborder et/ou la nature de la demande (lae directeur·rice des communications, de l'engagement et du marketing ne doit pas commenter le sujet ou la demande, même si elle peut fournir des informations ou si on lui demande de répondre);
    c) noter à qui la personne souhaite parler;
    d) orienter la personne vers toute déclaration publiée (si elle est déjà disponible) et tout événement médiatique à venir; et
    e) informer la personne qu'un·e porte-parole lui répondra dans un délai déterminé.

21. Les demandes subséquentes de la même personne doivent être traitées avec les mêmes informations que la première demande. Après trois (3) demandes, et/ou si la demande semble vexatoire, lae directeur·rice des communications, de l'engagement et du marketing peut répondre en disant ou en écrivant : "Merci pour votre demande. Aucune autre information ne sera fournie pour le moment."

Porte-parole

22. Ringuette Canada désignera des porte-parole pour représenter Ringuette Canada, répondre aux demandes des médias en temps opportun, assister aux événements médiatiques et faire des déclarations.

23. Les porte-parole doivent être éduqués et informés sur le sujet de la demande des médias et sur tout sujet abordé lors d'un événement médiatique. Ringuette Canada mettra à la disposition du·porte-parole tout membre du personnel, directeur·rice ou autre représentant·e qui peut lui fournir des renseignements précis et appropriés.

24. Ringuette Canada déterminera, au cas par cas, s'il y a lieu de faire appel à un·e conseiller·ère juridique ou à un·e consultant·e en communications pour aider un porte-parole.

La présente politique fait l'objet d'une révision au moins une fois tous les trois ans.
Date de la dernière révision : septembre 2021
La publication des politiques de Ringuette Canada se fait en anglais et en français. En cas d'interprétations contradictoires, la version anglaise prévaut.