



Politique associative de communication

Communication auprès des personnes accompagnées, des familles, des professionnels, des partenaires et du grand public

Version de travail – à valider en gouvernance associative

Finalité du document

Cette politique fixe un cadre commun pour une communication claire, accessible, éthique et cohérente avec les valeurs des PEP 76. Elle s'applique aux établissements et services médico-sociaux, ainsi qu'aux actions hors champ médico-social portées par l'association. Elle vise à garantir le respect des droits, à valoriser les actions des établissements et services, et à porter une parole associative engagée en faveur de l'inclusion, de la dignité et de l'accès effectif aux droits.

Repère	Contenu retenu
Périmètre	Siège associatif, établissements et services des PEP 76, activités médico-sociales et hors médico-sociales.
Pilote associatif	Direction générale / siège associatif, avec deux professionnels référents communication à identifier.
Pilotes locaux	Directions d'établissements et services, avec relais opérationnels désignés selon les organisations.
Documents associés	Charte graphique PEP, supports familles, procédures AGEVAL, autorisations de droit à l'image, RGPD, secret professionnel et discrétion professionnelle, compte associatif Canva Pro avec interdiction d'y intégrer ou d'y traiter des données sensibles, modèles d'en-tête transmis par le siège et signature mail PEP 76 uniformisée.
Révision	À planifier dans AGEVAL ou dans le système documentaire associatif, avec mise à jour au minimum lors de chaque évolution significative des pratiques ou supports.

1. Contexte et enjeux

La communication des PEP 76 constitue un levier stratégique, éthique et opérationnel. Elle ne se limite pas à la diffusion d'informations : elle participe à l'effectivité des droits, à la compréhension des accompagnements, à la reconnaissance de la parole des personnes accompagnées et à la lisibilité de l'action associative sur les territoires.

Au regard du référentiel HAS d'évaluation des ESSMS, la communication contribue directement à plusieurs attendus : respect des droits, confidentialité, expression et participation de la personne, co-construction du projet, bientraitance, qualité de l'accompagnement, gouvernance et amélioration continue. Elle doit donc être pensée comme un processus transversal et piloté, articulant communication associative, communication institutionnelle locale et communication de proximité auprès des familles.

Principe directeur

Toute communication doit être utile, loyale, compréhensible, proportionnée et respectueuse de la personne concernée. Les communications générales doivent toujours valoriser les personnes accompagnées et renvoyer une image positive, digne et non stigmatisante.

2. Principes fondateurs

Principe	Déclinaison opérationnelle
Accessibilité	Adapter les messages au public visé : français simplifié ou facilité, supports illustrés au minimum, et, lorsque possible, supports en FALC ou avec appui à la CAA ; prévoir des supports multicanaux et une reformulation orale si nécessaire. Veiller également à la lisibilité des supports : police simple et suffisamment grande, mise en page aérée, contraste suffisant entre le texte et le fond, afin de faciliter l'accès à l'information, notamment pour les personnes malvoyantes.
Respect des choix et des droits	Respecter les souhaits des personnes accompagnées et des familles, notamment concernant le canal de communication, la diffusion d'images, le consentement, la confidentialité et la participation.
Dignité et image positive	Veiller à ce que les personnes soient présentées de manière valorisante, non infantilisante, non réduite à une difficulté ou à un handicap, et jamais dans une situation préjudiciable.
Confidentialité	Appliquer le secret professionnel, la discrétion professionnelle, le RGPD et les règles internes dans toutes les communications écrites, orales, numériques et visuelles.
Cohérence associative	Garantir une identité visuelle, des messages et une posture institutionnelle communs, tout en permettant l'adaptation aux réalités de terrain.
Vigilance militante	Porter une parole associative engagée en faveur des droits des personnes, de l'inclusion, de l'égalité d'accès et de la solidarité, en articulation avec les positions de la Fédération générale des PEP.
Traçabilité et amélioration continue	Tracer les décisions et autorisations nécessaires, capitaliser les retours des familles, usagers, professionnels et partenaires, et intégrer les enseignements dans la démarche qualité.

3. Objectifs de la politique de communication

- Rendre les informations essentielles accessibles et compréhensibles par les personnes accompagnées, leurs familles et leurs représentants légaux.
- Sécuriser les communications en garantissant la confidentialité, le respect du droit à l'image, la protection des données et le respect des choix des personnes.

- Valoriser les actions, projets, innovations et initiatives des établissements et services, en interne comme en externe.
- Renforcer l'identité associative des PEP 76 et la lisibilité de ses missions sur les territoires.
- Soutenir une parole associative militante, en défense des droits des usagers et des familles, en cohérence avec les valeurs du mouvement PEP.
- Clarifier les rôles entre le siège, les directions d'établissements et les équipes de proximité.
- Mettre en place des repères communs pour les professionnels, notamment concernant les usages numériques, les réseaux sociaux, les médias et les supports destinés aux familles.

4. Gouvernance : trois niveaux de pilotage

Niveau	Acteurs	Responsabilités principales	Exemples de supports/actions
Niveau 1 – Siège associatif	Direction générale et deux professionnels référents communication.	Définir la stratégie globale, la charte commune, les supports associatifs, les règles de validation, les relations presse et les communications institutionnelles sensibles.	Communication associative, campagnes transversales, positionnements militants, site internet, réseaux officiels, communiqués, supports communs.
Niveau 2 – Établissements et services	Directions d'établissements et services.	Décliner localement la politique, valider les communications relatives aux activités, projets, événements, partenariats et supports locaux.	Livret d'accueil, Padlet ou tableau d'informations familles, newsletters locales, affichages, articles, présentations de projets, bilans d'activité.
Niveau 3 – Proximité de l'accompagnement	Directions et équipes professionnelles.	Mettre en œuvre les communications au plus proche des familles, avec adaptation au besoin, respect du secret professionnel et traçabilité des informations importantes.	Entretiens, appels, mails, courriers, transmissions, supports en français simplifié et illustrés, et, lorsque possible, supports FALC ou avec appui à la CAA, documents de suivi, informations sur les droits et le fonctionnement.

Règle de validation

Toute communication externe engageant l'image de l'association, comportant une image identifiable ou traitant d'un sujet sensible doit faire l'objet d'une validation par la direction concernée et, selon l'enjeu (notamment national), par le siège associatif. Les supports institutionnels transversaux relèvent du pilotage du siège.

5. Communication auprès des personnes accompagnées et des familles

La communication destinée aux familles et aux personnes accompagnées doit être pensée dans une logique d'accessibilité, de participation et de respect des choix. Elle doit favoriser la compréhension des droits, des démarches, du fonctionnement de l'établissement ou du service, du projet d'accompagnement et des recours possibles.

Il convient de distinguer, dans la communication avec les familles, la communication institutionnelle de la communication individuelle. La communication institutionnelle doit être adaptée au plus grand nombre, afin de garantir une information claire, accessible et compréhensible par l'ensemble des publics concernés. La communication individuelle, quant à elle, doit être adaptée à chaque personne, en tenant compte de sa situation, de ses besoins de compréhension, de ses préférences de communication et de son contexte familial.

Exigence	Modalités attendues
Langage accessible	Utiliser un français facilité, des phrases courtes, des titres explicites, une mise en page aérée, des pictogrammes ou illustrations quand cela aide à comprendre.

	Traductions de certains documents en anglais ou autres pouvant être envisagées Pour les supports numériques ou visuels, porter une attention particulière au choix de la police, à la taille des caractères, aux contrastes, à la hiérarchisation de l'information et à la compatibilité avec les besoins des personnes malvoyantes ou ayant des difficultés de lecture. Lorsque des vidéos sont utilisées, prévoir autant que possible des sous-titres, une transcription écrite, une traduction du contenu lorsque le public le nécessite, voire une traduction en langue des signes française (LSF) pour les supports structurants ou largement diffusés.
Français simplifié, supports illustrés, et si possible FALC ou CAA	Produire ou adapter les supports structurants dans un langage accessible : français simplifié ou facilité, supports illustrés et, lorsque cela est pertinent et possible, supports en FALC ou avec appui à la CAA. Cela concerne notamment : droits, consentement, règlement de fonctionnement, réunions, enquêtes, informations pratiques.
Diversité des canaux	Combiner affichage, papier, Padlet/tableau d'informations, mail, entretien oral, réunion, téléphone, message institutionnel ou support numérique, selon les besoins et les choix des familles.
Respect des choix familiaux	Tenir compte des préférences de communication, des contraintes de langue, de compréhension, de disponibilité ou de situation familiale, dans l'intérêt de l'enfant ou de la personne accompagnée.
Information utile et proportionnée	Éviter la surcharge d'informations ; distinguer l'information générale, l'information personnalisée et l'information sensible.
Traçabilité	Tracer les informations importantes données aux familles lorsque cela engage les droits, le consentement, le projet, les décisions ou le parcours.

6. Communication associative : visibilité, cohérence et plaidoyer

La communication associative doit valoriser les actions des PEP 76, rendre lisible l'identité de l'association et porter une parole orientée vers l'intérêt général. Elle s'inscrit dans les valeurs de laïcité, égalité, citoyenneté, solidarité, inclusion, dignité et participation.

- Mettre en avant les actions concrètes des établissements et services, en évitant une communication descendante ou uniquement institutionnelle.
- Valoriser les initiatives des personnes accompagnées, des familles et des équipes dans le respect du droit à l'image et des choix exprimés.
- Renforcer l'identification des PEP 76 comme association gestionnaire et comme acteur territorial engagé.
- Relayer, lorsque c'est pertinent, les positionnements et ressources de la Fédération générale des PEP ou d'autres partenaires sur l'accès aux droits, l'inclusion, la solidarité, l'école publique, la démocratie sociale et sanitaire.
- Développer des supports communs : site internet, réseaux sociaux officiels, newsletter, supports presse, rapport d'activité, événements associatifs, documents d'accueil des adhérents et partenaires, modèles pouvant être créés via le compte associatif Canva Pro, sans utilisation de données sensibles.
- Construire une culture commune de la communication : charte graphique, validation des supports, banques de visuels autorisés, modèles de documents et repères juridiques.
- L'usage de Canva Pro est possible, sans caractère obligatoire, comme outil de création graphique associatif via un compte institutionnel dédié, afin de produire des supports cohérents avec la charte graphique et les modèles validés lorsque cela est utile. Canva Pro ne doit toutefois pas être utilisé pour créer, stocker, importer ou traiter des données sensibles, nominatives, confidentielles ou relatives aux personnes accompagnées, aux familles ou aux professionnels.
- L'accès au compte associatif Canva Pro est contrôlé par la Direction générale : les droits sont attribués aux professionnels autorisés, selon les besoins identifiés, avec retrait ou ajustement des accès en cas de changement de mission ou de départ.

7. Communication des établissements et services

Chaque établissement et service communique sur ses activités, projets, événements et actions, sous la responsabilité de sa direction. Cette communication doit être adaptée à son public, articulée avec la stratégie associative et conforme aux règles de confidentialité, d'image et de protection des données.

Type de communication	Objectifs	Canaux possibles	Vigilances
Communication interne établissement/service	Informar les équipes, harmoniser les pratiques, soutenir la dynamique collective.	Réunions, Teams, mails, affichage interne, notes de service, AGEVAL, supports de rentrée.	Clarté des consignes, confidentialité, limitation de la dispersion des outils.
Communication familles/personnes accompagnées	Informar, faciliter la compréhension, soutenir la participation et le pouvoir d'agir.	Livret d'accueil, Padlet, affichage, courriers, mails, entretiens, réunions, supports en français simplifié et illustrés, et si possible FALC ou CAA.	Consentement, choix des familles, langage accessible, traçabilité des informations importantes.
Communication externe locale	Valoriser les projets, partenariats, événements et innovations.	Site, réseaux officiels, presse locale, newsletters, partenaires, collectivités.	Validation direction, droit à l'image, anonymisation, image positive.
Communication partenariale	Renforcer la coordination et la lisibilité des missions.	Comptes rendus, plaquettes, réunions, conventions, informations institutionnelles.	Partage strictement nécessaire, secret professionnel, proportionnalité des informations.

8. Communication des professionnels : cadre éthique, juridique et institutionnel

Les professionnels communiquent dans le cadre de leurs missions et sous la responsabilité de l'établissement ou du service. Toute communication professionnelle doit être factuelle, respectueuse, utile à l'accompagnement et conforme au secret professionnel, à la discrétion professionnelle, au RGPD et aux procédures internes.

Les communications écrites formalisées, notamment les courriers, notes, documents institutionnels et supports transmis à l'externe, doivent respecter le formalisme associatif en vigueur. Elles utilisent les modèles d'en-tête transmis par le siège de l'association, afin de garantir une présentation homogène, identifiable et conforme à l'identité institutionnelle des PEP 76.

Les correspondances électroniques professionnelles doivent également faire apparaître une signature mail uniformisée « PEP 76 », selon le modèle validé par l'association. Cette signature contribue à l'identification claire de l'expéditeur, à la cohérence de l'image associative et à la sécurisation des échanges professionnels.

Situation	Bon réflexe attendu
Échanges avec une famille	Adapter le langage, vérifier la compréhension, respecter le choix du canal, tracer les informations importantes lorsque nécessaire.
Mail professionnel	Limiter les destinataires, éviter les informations sensibles inutiles, utiliser un objet clair, privilégier les outils sécurisés pour les données sensibles et intégrer la signature mail PEP 76 uniformisée définie au niveau associatif.
Réunion ou transmission	Partager uniquement les informations nécessaires à l'accompagnement, dans un espace confidentiel et avec les professionnels concernés.
Affichage ou support public	Ne jamais afficher d'information nominative ou sensible ; vérifier l'accessibilité du message et l'actualisation des informations.
Réseaux sociaux	Ne pas publier d'éléments professionnels, images, situations ou informations relatives

	aux personnes accompagnées sans validation institutionnelle.
Relations presse ou partenaires	Orienter vers la direction et/ou le siège ; ne pas engager seul la parole de l'association sur un sujet sensible.

Repère professionnel

Je communique comme si la personne accompagnée ou sa famille pouvait lire ou entendre mon message : je reste factuel, utile, respectueux, proportionné et conforme au cadre institutionnel.

Mentions spécifiques – site internet et LinkedIn

Les communications publiées sur le site internet de l'association, sur le compte LinkedIn associatif ou sur les comptes LinkedIn de certains établissements engagent l'image des PEP 76. À ce titre, elles doivent faire l'objet d'une validation préalable par la direction concernée et, selon la portée du message, par le siège associatif ou les référents communication.

- Toute publication doit respecter la charte graphique, utiliser une formulation professionnelle et accessible, et valoriser les actions sans divulguer d'informations nominatives, confidentielles ou sensibles.
- Les photos, vidéos, témoignages ou verbatim ne peuvent être diffusés que si les autorisations nécessaires sont recueillies, actualisées et conservées ; en cas de doute, l'anonymisation ou l'utilisation d'un visuel non identifiable doit être privilégiée.
- Les professionnels ne publient pas, depuis leur compte personnel, d'éléments relatifs à une situation d'accompagnement, à une famille, à une personne accompagnée ou à l'organisation interne, sauf communication institutionnelle déjà validée et relayable.
- Le relais d'une publication institutionnelle par un professionnel doit rester conforme au cadre associatif : commentaire mesuré, absence d'information complémentaire sensible, respect du devoir de réserve, de la discrétion professionnelle et de l'image positive des personnes accompagnées.
- Une trace des publications importantes, des validations et des autorisations associées est conservée selon les règles internes, afin d'alimenter la démarche qualité et de sécuriser les pratiques de communication externe.

9. Droit à l'image, consentement et image positive

Le droit à l'image constitue un point de vigilance majeur. Aucune image permettant d'identifier une personne accompagnée, un enfant, une famille ou un professionnel ne doit être diffusée sans autorisation adaptée, actualisée et conservée selon les règles internes. Les documents de droit à l'image à compléter par les professionnels et les familles sont disponibles dans AGEVAL.

- Le consentement doit être libre, éclairé, spécifique et compréhensible.
- L'autorisation doit préciser les usages prévus : photo, vidéo, support papier, site internet, réseaux sociaux, presse, projections, partenaires, durée et possibilité de retrait.
- La personne ou sa famille doit pouvoir refuser sans conséquence sur l'accompagnement.
- Les images doivent être choisies avec prudence : posture valorisante, contexte respectueux, absence d'éléments dégradants ou stigmatisants.
- En cas de doute, l'image n'est pas diffusée ou une solution d'anonymisation est privilégiée : cadrage non identifiable, floutage, photo d'objet, dessin, pictogramme, illustration ou témoignage anonymisé.
- Les professionnels veillent à ce que les communications générales renvoient toujours une image positive des personnes concernées.

10. Articulation avec le référentiel HAS des ESSMS

La politique de communication est un élément probant mobilisable dans le cadre de l'évaluation HAS. Elle permet de démontrer que l'association organise les conditions de l'effectivité des droits, de la participation, de l'information accessible et de la confidentialité, tout en soutenant la gouvernance et l'amélioration continue.

Thématique HAS	Contribution de la politique de communication	Éléments de preuve possibles
Bienveillance et éthique	Communication respectueuse, positive, non stigmatisante ; attention à la dignité et à l'image de la personne.	Charte de communication, supports validés, exemples de publications valorisantes, procédure droit à l'image.
Droits de la personne accompagnée	Information sur les droits, consentement, droit à l'image, confidentialité, choix de communication.	Livret d'accueil, charte des droits, autorisations, supports en français simplifié et illustrés, et si possible FALC ou CAA, traces d'information.
Expression et participation	Recueil de l'avis des personnes et familles sur les supports, enquêtes, réunions, consultations.	Questionnaires, comptes rendus, bilans, retours familles, adaptation après avis.
Co-construction et personnalisation	Communication individualisée et compréhensible autour du projet, des objectifs et des décisions.	DIPEC/projet personnalisé, comptes rendus, notes de bilan, traces dans le dossier.
Continuité et fluidité des parcours	Informations cohérentes entre services, familles et partenaires, dans le respect du secret professionnel.	Protocoles de transmission, courriers, comptes rendus, conventions de partenariat.
Politique RH	Repères donnés aux professionnels, formation/sensibilisation au secret, RGPD, langage accessible, français simplifié, supports illustrés, FALC, CAA, réseaux sociaux, droit à l'image.	Supports de formation, émargements, réunions, procédures AGEVAL.
Démarche qualité et gestion des risques	Analyse des dysfonctionnements de communication, plaintes/réclamations, actions d'amélioration.	Plan d'action AGEVAL, tableaux de suivi, CREX/RETEX, comptes rendus qualité.

11. Processus de validation d'une communication externe

1. Identification du sujet : activité, événement, projet, plaidoyer, information institutionnelle ou communication sensible.
2. Vérification du périmètre : communication locale, associative, partenariale, presse, réseaux sociaux, site internet ou support familles.
3. Vérification des droits : droit à l'image, consentement, anonymisation, confidentialité, RGPD, secret professionnel, accord des personnes concernées si nécessaire.
4. Rédaction dans un style accessible, valorisant et conforme à la charte graphique PEP 76, avec utilisation du formalisme associatif attendu pour les supports écrits : modèles d'en-tête transmis par le siège, signature mail PEP 76 uniformisée pour les correspondances électroniques, vérification de la lisibilité du support : police adaptée, contraste suffisant, mise en page aérée, sous-titrage ou transcription pour les vidéos lorsque cela est nécessaire.
5. Validation par la direction de l'établissement ou du service ; sollicitation du siège pour les communications sensibles, transversales, médiatiques ou engageant l'image associative.
6. Diffusion par un canal adapté, avec conservation d'une trace du support final et des autorisations utiles.
7. Évaluation éventuelle : retours des familles, professionnels, partenaires, visiteurs du site, presse ou réseaux sociaux ; intégration dans la démarche qualité si nécessaire.

12. Indicateurs de suivi proposés

Indicateur	Objectif de suivi	Périodicité proposée
Nombre de supports familles adaptés en	Mesurer l'amélioration de l'accessibilité de	Annuel

français simplifié ou facilité, illustrés, et si possible en FALC ou avec appui à la CAA	l'information.	
Nombre de communications valorisant les projets des établissements et services	Suivre la visibilité des actions et innovations.	Semestriel ou annuel
Taux de supports sensibles validés selon le circuit prévu	Sécuriser la gouvernance de communication.	Annuel
Nombre de situations ayant nécessité une correction ou un retrait de communication	Identifier les risques et actions préventives.	Au fil de l'eau / bilan annuel
Nombre de réclamations ou remarques liées à l'information ou à la communication	Alimenter l'amélioration continue.	Trimestriel ou annuel
Nombre de professionnels sensibilisés aux règles de communication, droit à l'image, secret, RGPD	Suivre l'appropriation du cadre.	Annuel

13. Plan d'action de déploiement proposé

Action	Responsable pressenti	Livrable attendu
Désigner les deux référents communication associatifs	Siège associatif / Direction générale	Missions formalisées, circuit de validation et coordonnées partagées.
Créer une grille/"pense bête" de validation des communications externes	Siège + directions	Fiche réflexe : sujet, cible, canal, validation, droit à l'image, confidentialité.
Recenser les supports familles existants et identifier ceux à adapter	Directions + équipes	Tableau de suivi : support, public cible, version en français simplifié ou facilité, support illustré, FALC ou CAA si possible, date de mise à jour.
Mettre à disposition un kit communication établissements	Référents communication	Modèles de mail, signature mail PEP 76 uniformisée, en-têtes associatifs transmis par le siège, affiche, communiqué, publication réseau social, article, charte graphique, modèles Canva Pro validés pouvant être utilisés par les professionnels autorisés, sans caractère obligatoire et sans recours à des données sensibles.
Retravailler et harmoniser les modèles de courriers avec en-tête associatif ainsi que la signature mail PEP 76 uniformisée	Siège associatif / Direction générale / référents communication	Modèles validés, diffusés à l'ensemble des établissements et services, avec consignes d'utilisation et communication interne dédiée.
Rappeler les règles de droit à l'image et d'autorisation	Directions + qualité	Note interne, modèles AGEVAL, rappel en réunion, traçabilité des autorisations.
Sensibiliser les professionnels au cadre de communication	Directions + référents qualité	Support court : secret professionnel, RGPD, réseaux sociaux, posture valorisante.
Intégrer le suivi dans AGEVAL / démarche qualité	Qualité + directions	Plan d'action, indicateurs, traçabilité des améliorations.

14. Points complémentaires à intégrer

- Prévoir un principe de relecture par des personnes concernées ou familles lorsque le support leur est destiné, en particulier pour les documents de droits et de fonctionnement.
- Clarifier les usages attendus des différents outils internes : Outlook, Teams, AGEVAL, éventuel intranet, Padlet ou supports familles, afin de limiter la dispersion des informations.
- Mettre à disposition une banque de formulations accessibles et de pictogrammes validés, pour faciliter la production locale de supports.
- Inscrire les communications sensibles dans un circuit renforcé : crise, maltraitance, incident, contentieux, médias, plainte, situation familiale complexe, prise de position publique.
- Prévoir des modèles de réponses aux familles et partenaires pour garantir cohérence, clarté et sécurité juridique.
- Faire de la communication un sujet annuel de bilan : actions valorisées, supports adaptés, retours familles/usagers, incidents de communication, besoins de formation.

15. Conclusion

La politique associative de communication des PEP 76 doit permettre de concilier trois exigences : rendre l'information accessible et utile aux personnes accompagnées et aux familles ; valoriser les actions des établissements et services dans une identité associative commune ; sécuriser juridiquement et éthiquement les communications des professionnels et de l'association.

Au regard du référentiel qualité de l'HAS, elle constitue un levier concret de respect des droits, de participation, de bientraitance, de confidentialité, de gouvernance et d'amélioration continue. Elle donne également aux PEP 76 un cadre pour porter une parole collective, positive et militante, au service des droits, de l'inclusion et de la dignité des personnes accompagnées.

Infographie de synthèse

Politique associative de communication – PEP 76

Information accessible



Droits et confidentialité



Image positive et dignité



Gouvernance et validation



Communication associative et locale



Qualité & amélioration continue



Une communication claire, éthique, accessible et cohérente au service
des droits, de l'inclusion et de la dignité.

