

# Trousse du participant



## Édition 2009

Une occasion unique de soumettre vos meilleurs dossiers  
et de contribuer au rayonnement de l'excellence  
en relations publiques au Québec

## Table des matières

<b>Présentation</b> .....	3
<b>Comment participer au concours ?</b> .....	4
<b>Étape I</b> .....	4
<b>Étape II</b> .....	5
<b>Étape III</b> .....	6
<b>Étape IV</b> .....	8
<b>Coordonnées et responsables</b> .....	9
<b>Annexe 1 : Catégories des Prix d'excellence de la SQPRP</b> .....	i
<b>Annexe 2 : Critères d'évaluation et sélection des lauréats</b> .....	iii
<b>Annexe 3 : Formulaire d'identification du candidat</b> .....	v
<b>Annexe 4 : Déclaration sur le développement durable</b> .....	vi
<b>Annexe 5 : Serment des membres du jury</b> .....	vii

Veillez noter que tous les liens hypertextes de ce document sont actifs. En cliquant sur ceux-ci, vous serez en mesure de consulter le site Web des Prix d'excellence de la SQPRP. Vous pourrez donc accéder à de plus amples informations sur le concours et ses éditions antérieures et vous inscrire en ligne.

# Présentation



Chère collègue, Cher collègue,

Au nom des coprésidents de la Société québécoise des professionnels en relations publiques (SQPRP), Arlette Côté, ARP, et Anatole Pouliot, ARP, et en mon nom personnel, il me fait plaisir de vous convier à faire reconnaître l'excellence de vos interventions en relations publiques.

Cette année, la SQPRP relance ses Prix d'excellence et invite tous les professionnels - membres et non membres de la Société - à soumettre leurs candidatures. Les deux co-présidentes du comité des Prix d'excellence de la SQPRP, Leslie Quinton et Marlène Casciaro, ont rassemblé une équipe dynamique et dévouée de bénévoles pour donner un nouvel élan à l'édition 2009.

Divers groupes de travail ont revu les différents aspects relatifs au concours, incluant la soumission des candidatures, la remise des prix et l'appellation du concours. Nous sommes maintenant prêts à vous offrir une formule revue et améliorée. En voici quelques faits saillants :

- **Des règles de gouvernance transparentes et plus strictes**, qui excluent le président du concours, les membres des jurys et les membres du conseil d'administration de la Société du processus de dépôt de candidatures, durant l'année de leur mandat.
- **Une harmonisation avec les critères de sélection de la Société canadienne des relations publiques (SCRIP)**, permettant de soumettre des candidatures à la fois à la SQPRP et à la SCRIP sans avoir à tout recommencer à zéro.
- **Une période d'éligibilité au concours allongée à deux ans**, soit deux fois plus longue qu'auparavant. Ainsi, pour cette année, les initiatives de relations publiques peuvent avoir été lancées à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2007.
- **Un plus grand nombre de catégories de prix (10 au total)**, reconnaissant une plus large palette d'initiatives en relations publiques.
- **Une reconnaissance de l'excellence stratégique (6 catégories de prix) et de l'excellence tactique (4 catégories de prix).**

Faites-nous connaître vos bons coups ! À titre de présidents et membres du jury, des professionnels expérimentés de la Société - pour la plupart ARP ou Fellows - feront une lecture et une évaluation attentives des dossiers soumis et reconnaîtront avec éclat celles et ceux qui se distinguent.

En plus des 10 catégories mentionnées, nous honorerons un professionnel exceptionnel en relations publiques, en lui décernant le Prix Yves-St-Amand, et un gestionnaire remarquable qui reconnaît les relations publiques comme une fonction de gestion, en lui remettant le Prix Hommage.

Au plaisir de célébrer avec vous l'excellence en relations publiques !

**Antoine Landry, ARP, Fellow SCRIP**

Président du concours des Prix d'excellence de la SQPRP 2009  
Directeur des communications, École de technologie supérieure

# Comment participer au concours ?

## Étape I

*Identifier les projets de relations publiques les plus significatifs réalisés par votre organisation au cours des deux dernières années<sup>1</sup> et pouvant appartenir à l'une ou l'autre des catégories suivantes :*

### Excellence stratégique

1. Programme global de relations publiques
2. Programme interne de relations publiques
3. Programme externe de relations publiques
4. Événement
5. Gestion des enjeux et communication de crise
6. Campagne sociétale

### Excellence tactique (moyens et outils de communication)

1. Projets audiovisuels
2. Projets imprimés
3. Communications électroniques et interactives
4. Rédaction

Vous trouverez une description détaillée de chacune des catégories en annexe du présent document (voir Annexe 1 « Catégories de Prix d'excellence de la SQPRP »). Si vous n'êtes pas certain de la catégorie dans laquelle inscrire votre projet (ou vos projets), envoyez-nous votre question à [info@prixexcellence.com](mailto:info@prixexcellence.com) et un membre de la permanence communiquera avec vous.

Les membres du comité organisateur et les membres du jury du concours des Prix d'excellence de la SQPRP ne sont pas autorisés à donner de l'information de nature confidentielle ou particulière (voir Annexe 5 « Serment des membres du jury »). Seule la permanence est autorisée à donner de l'information ou à répondre à vos questions d'ordre général.

---

<sup>1</sup>Les projets peuvent avoir été lancés à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2007.

## Étape II

*S'inscrire par l'intermédiaire de notre service d'inscription en ligne, d'ici le 23 mars 2009. Si vous avez des questions concernant le fonctionnement de l'inscription en ligne, n'hésitez pas à contacter la permanence de la Société québécoise des professionnels en relations publiques (SQPRP) au (514) 845-4441.*

Des **frais d'inscription** non remboursables de 150 \$ pour les membres de la SQPRP et de 250 \$ pour les non-membres sont applicables pour chaque dossier présenté.

Les modalités de paiement sont les suivantes :

- En ligne : par carte de crédit (MasterCard ou Visa)
- Par la poste : chèque, mandat poste à l'ordre de la SQPRP - Prix d'excellence de la SQPRP ou carte de crédit (MasterCard ou Visa)

Pour vous inscrire par la poste, veuillez nous faire parvenir les documents suivants :

- Formulaire d'identification du candidat (voir Annexe 3)
- Chèque, mandat poste ou numéro de carte de crédit

### **Adresse :**

Concours des Prix d'excellence de la SQPRP (Inscription)  
SQPRP  
4316, boul. Saint-Laurent, bureau 200  
Montréal (Québec) H2W 1Z3

**Inscription  
en ligne,  
simple et  
rapide !**

Suite à la réception de votre formulaire et de votre paiement complet, nous vous ferons parvenir un accusé de réception qui confirmera votre inscription en bonne et due forme.

## Étape III

### *Soumettre votre dossier de candidature*

Pour chaque projet de relations publiques soumis, vous devez préparer un dossier complet de candidature.

#### **Dossier de candidature**

Votre dossier de candidature doit comprendre :

- le formulaire d'identification du candidat (cf Annexe 3)
- le résumé de votre projet d'une à deux pages
- le document d'appui (cf Annexe 2)
- les annexes (si nécessaire)

Votre résumé (1 à 2 pages) doit comporter une brève description des éléments suivants de votre projet :

- la recherche
- la planification
- l'analyse
- la stratégie
- la réalisation
- la production
- la communication
- l'évaluation

Le résumé permet aux juges de saisir rapidement les grandes lignes du projet à évaluer. Il est recommandé aux candidats de s'inspirer de la grille d'évaluation (cf Annexe 2) des candidatures lors de la rédaction de ce résumé.

#### **Dépôt du dossier**

Vous devez soumettre à la fois par courriel et par la poste les documents suivants au plus tard le 3 avril 2009, à 17 h 30.

Soumettre par courriel à [info@prixexcellence.com](mailto:info@prixexcellence.com)

- Le nom de votre organisation et votre catégorie
- Le résumé de votre projet d'une à deux pages
- Le document d'appui (cf Annexe 2)

Soumettre par la poste

Dans une reliure à trois anneaux ayant une tranche de 2,5 cm/1" et sur CD/DVD-ROM<sup>2</sup> :

- le formulaire d'identification du candidat (cf Annexe 3)
- le résumé de votre projet d'une à deux pages

---

<sup>2</sup> En format électronique universel tels que PDF, Quick Time, Windows Media Player, fichiers et site Internet lisibles dans un navigateur hors ligne); les fichiers audio en format MP3, .wav)

- le document d'appui (cf Annexe 2)
- les annexes (si nécessaire)

Tout document d'un autre format devra être étiqueté et attaché à la reliure à trois anneaux.

Le dossier doit être soumis en **un seul exemplaire** à l'adresse suivante :

Les Prix d'excellence de la SQPRP 2009 (Dossier)

**Réf. [Nom de votre organisation]**

SQPRP

4316, boul. Saint-Laurent, bureau 200

Montréal (Québec) H2W 1Z3

Note importante : **Le contenu des dossiers de candidature devient la propriété de la SQPRP et n'est pas retourné au candidat.**

### **Date limite**

Votre dossier devra nous parvenir au plus tard le **3 avril 2009, à 17 h 30**, le cachet de la poste faisant foi. Le jury ne tiendra pas compte des dossiers ou annexes envoyés après cette date.

## **Étape IV**

### *Le processus de sélection*

#### ***Évaluation préliminaire des soumissions***

Les dossiers reçus sont soumis à une première lecture. Leur admissibilité au concours et à la catégorie dans laquelle ils ont été soumis est revue par le président du concours et son comité organisateur. En cas de doute, le président du concours communique avec le responsable de la catégorie concernée.

#### **Évaluation des projets par les membres du jury**

Les membres du jury des différentes catégories reçoivent par courriel les résumés des candidatures et les documents d'appui, et procèdent individuellement à leur évaluation en utilisant les grilles d'évaluation prévues à cet effet. Cette évaluation individuelle a lieu avant la soirée de délibération du jury, qui a lieu approximativement trois semaines après la fermeture de réception des soumissions.

#### **Compilation des résultats**

Lors de la soirée de délibération finale, les président(e)s et les membres des jurys des différentes catégories se réunissent et remplissent une grille d'évaluation pour chacun des dossiers soumis dans leur catégorie. La section « commentaires » de la grille d'évaluation est obligatoirement remplie (forces, points à améliorer) et est partagée avec tous les candidats, et, par la suite, conservée pendant une période de 60 jours.

Selon les résultats de ces délibérations, trois niveaux de prix seront remis :

- Platine : dossiers ayant obtenu une note de 90 % et plus
- Or : dossiers ayant obtenu une note de 85 à 89 %
- Argent : dossiers ayant obtenu une note de 80 à 84 %

Plusieurs dossiers de candidatures dans chaque catégorie peuvent remporter le même prix (exemple : deux prix Or dans une seule catégorie sont possible). Aussi, les membres de jury peuvent ne pas attribuer un prix s'ils estiment qu'aucune candidature ne peut être qualifiée d' "excellente".

Vous trouverez les critères d'évaluation des dossiers en annexe du présent document (voir Annexe 2).

#### **Suivi des candidatures**

Les finalistes seront dévoilés au début du mois de mai 2009.

#### **Dévoilement des noms des lauréats**

La remise des Prix d'excellence de la SQPRP aura lieu à la fin du mois de mai 2009.

## Coordonnées et responsables

### Questions

Pour toute question ou commentaire, la permanence de la SQPRP reste à votre disposition. N'hésitez pas à nous envoyer vos questions ou commentaires par courriel à l'adresse suivante : [info@prixexcellence.com](mailto:info@prixexcellence.com) ou au (514) 845-4441.

### Présidents des jurys

Les noms des présidents des jurys sont :

<b>Excellence stratégique</b> <i>Programmes stratégiques de relations publiques</i>	<b>Excellence tactique</b> <i>Moyens et outils de communication novateurs nécessitant une approche stratégique</i>
<b>Programme global de relations publiques</b> Présidé par Philippe Roy, ARP	<b>Projets audio-visuels</b> Présidé par Michel Corriveau, ARP
<b>Programme interne de relations publiques</b> Présidé par Martine Dorval, ARP, Fellow SCRP	<b>Projets imprimés</b> Présidé par Paule Genest, ARP
<b>Programme externe de relations publiques</b> Présidé par Marie Morneau, ARP	<b>Communications électroniques et interactives</b> Présidé par Béatrice Guay. Pepper, ARP
<b>Événement</b> Présidé par Lucie-Anne Fabien, ARP, Fellow SCRP	<b>Rédaction</b> Présidé par Patrice Leroux, ARP
<b>Gestion des enjeux et communication de crise</b> Présidé par Dominique Roy, ARP	
<b>Campagne sociétale</b> Présidé par Hélène Gagné, ARP	

Le comité organisateur du concours des Prix d'excellence de la SQPRP 2009 souhaite la meilleure des chances à tous les candidats et candidates et vous offre ses meilleurs vœux d'excellence !

# **Annexe 1 : Catégories des Prix d'excellence de la SQPRP**

Les prix sont répartis entre deux grandes catégories; d'une part **l'excellence dans la stratégie** et, d'autre part, **l'excellence tactique (outils et moyens de communications)**.

## **Excellence stratégique**

Les catégories suivantes récompensent des programmes stratégiques de relations publiques.

### **1. Programme global de relations publiques**

Un programme de relations publiques qui s'adresse à des publics internes et externes, construit à partir d'une analyse du contexte, des enjeux de l'entreprise et d'objectifs mesurables. Le programme global de relations publiques utilise plusieurs disciplines des relations publiques (relations de presse, événements, relations gouvernementales, relations publiques-marketing, etc.).

### **2. Programme interne de relations publiques**

Un programme de relations publiques qui s'adresse à des publics internes, construit à partir d'une analyse du contexte, des enjeux de l'entreprise et d'objectifs mesurables. Le programme peut faire appel à tout un éventail d'outils et d'activités.

### **3. Programme externe de relations publiques**

Un programme de relations publiques qui s'adresse à des publics externes, construit à partir d'une analyse du contexte, des enjeux de l'entreprise et d'objectifs mesurables. Le programme peut faire appel à tout un éventail d'outils et d'activités.

### **4. Événement**

Un programme de relations publiques principalement orchestré autour d'un événement important sur le plan du nombre de participants ou en termes symboliques (anniversaire, cérémonie, inauguration, etc.), conçu à partir d'une analyse du contexte, des enjeux de l'entreprise et d'objectifs mesurables, Le programme événementiel peut faire appel à un ensemble de moyens et d'outils de relations publiques, incluant la commandite.

### **5. Gestion des enjeux et communication de crise**

Un programme de relations publiques principalement orchestré autour de l'analyse des enjeux d'une entreprise ou mis en œuvre à l'occasion d'une crise importante, et conçu à partir d'une analyse du contexte, des enjeux et d'objectifs mesurables. Le programme peut faire appel à tout un éventail d'outils et d'activités.

## **6. Campagne sociétale**

Un programme de relations publiques réalisé au bénéfice d'une entreprise, d'une organisation ou d'une cause à caractère social et conçu à partir d'une analyse du contexte, des enjeux et d'objectifs mesurables. Le programme peut faire appel à tout un éventail d'outils et d'activités.

### **Excellence tactique (moyens et outils de communication)**

Les catégories qui suivent récompensent des outils novateurs réalisés en fonction d'une analyse du contexte, des enjeux d'une organisation et d'objectifs mesurables.

#### **1. Projets audiovisuels**

Présentation multimédia, vidéo, vidéoclip, document audio, DVD ou diaporama élaborée par ordinateur, destiné(e) à un public interne ou externe. L'outil a été conçu et réalisé à partir d'une analyse du contexte, des enjeux d'une organisation et d'objectifs mesurables.

#### **2. Projets imprimés**

Matériel imprimé conçu pour un public interne ou externe, par exemple, communiqués, bulletins d'information, journaux d'entreprise, rapports annuels, intercalaires, dépliants publicitaires, manuels, campagnes de publicité, affiches, programmes ou présentoirs. L'outil a été conçu et réalisé à partir d'une analyse du contexte, des enjeux d'une organisation et d'objectifs mesurables.

#### **3. Communications électroniques et interactives**

Sites Internet externes, sites intranet, diffusions Internet, médias sociaux<sup>1</sup>, publications électroniques ou kiosques interactifs. L'outil a été conçu et réalisé à partir d'une analyse du contexte, des enjeux d'une organisation et d'objectifs mesurables.

#### **4. Rédaction**

Cette catégorie comprend du matériel original écrit pour des projets de communications, incluant: profils biographiques, discours, articles ou chroniques faits sur une base régulière, autres types d'articles comme ceux dans un magazine, des éditoriaux, des articles publicitaires, articles de forum ou communiqués de presse. Le prix sera jugé sur la base de la qualité de l'écriture tout comme sur la créativité et l'alignement stratégique avec les objectifs de l'organisation.

---

<sup>1</sup> Le site (sur DVD) et son adresse URL doivent être soumis avec la candidature. L'outil a été conçu et réalisé à partir d'une analyse du contexte, des enjeux d'une organisation et d'objectifs mesurables.

## **Annexe 2 : Critères d'évaluation et sélection des lauréats**

Selon la nature de votre projet, votre dossier sera évalué en fonction de l'une ou l'autre des grilles ci-dessous, soit l'excellence stratégique ou l'excellence tactique (outils et moyens de communications).

### **EXCELLENCE STRATÉGIQUE**

Voici les critères que les membres des jurys utilisent pour l'évaluation des dossiers et la sélection des lauréats pour des catégories faisant partie de **l'Excellence stratégique** :

#### **Recherche et analyse**

- Diagnostic et analyse de la situation
- Prise en compte des données primaires (documents existants) et des données secondaires (évaluation menée par le candidat)
- Identification de la problématique, des publics cibles et synthèse du mandat

#### **Planification et mise en œuvre**

- Pertinence des indicateurs de performance retenus permettant de mesurer tous les aspects du programme de relations publiques
- Objectifs mesurables se traduisant en actions dans le programme de relations publiques (lien entre objectif et action)
- Cohérence et pertinence entre stratégies et objectifs
- Le programme de relations publiques prend en compte les principes de développement durable de la SQPRP (voir Annexe 4)
- Pertinence de l'échéancier et du budget

#### **Résultats et évaluation**

- Respect de l'échéancier, du budget et du mandat
- Qualité et pertinence des moyens utilisés
- Démonstration de la réaction des publics aux messages du programme de relations publiques
- Démonstration de la rétention des messages du programme de relations publiques
- Démonstration de l'impact des messages du programme de relations publiques

#### **Qualité générale du programme de relations publiques**

- Programme considéré comme innovateur et efficace
- Dossier bien écrit
- Dossier facile à suivre et à comprendre
- Dossier complet (tous les documents d'appui sont inclus)

TOTAL DES POINTS POSSIBLES = 85

## **EXCELLENCE TACTIQUE**

Voici les critères que les membres des jurys utilisent pour l'évaluation des dossiers et la sélection des lauréats pour des catégories faisant partie de **l'Excellence tactique** :

### **Justification**

- Démonstration du but et/ou objectifs
- Identification des publics/audiences cibles
- Démonstration des attentes en matière d'exposition (portée) et de réception (compréhension)
- Éléments pris en compte pour le budget

### **Évaluation**

- Démonstration de la performance des moyens/outils utilisés en matière d'exposition (portée)
- Démonstration de la performance des moyens/outils utilisés en matière de réception (compréhension)
- Démonstration de la performance des moyens/outils utilisés en matière d'impact (ex : changements d'opinion, de perception, d'attitude, de comportement)

### **Qualité générale des moyens et/ou outils de communication**

- Moyens et/ou outils considérés comme innovateurs et efficaces
- Dossier bien écrit
- Dossier facile à suivre et à comprendre
- Prise en compte des principes de développement durable de la SQPRP (voir Annexe 4)
- Dossier complet (tous les documents d'appui sont inclus)

TOTAL DES POINTS POSSIBLES = 60

**À NOTER** : Chacun des critères est noté sur une échelle de 0 à 5 :

5 = Remarquable

4 = Excellent

3 = Satisfaisant

2 = Plus ou moins satisfaisant

1 = Lacunes importantes dans l'approche et la méthode

0 = Informations manquantes ou anomalies importantes dans l'approche

Par la suite, les notes seront converties en pourcentages pour déterminer l'éligibilité de chaque dossier pour les prix (Platine : une note de 90 % et plus ; Or : une note de 85 à 89 % ; Argent : une note de 80 à 84 %).

# Annexe 3 : Formulaire d'identification du candidat



## FORMULAIRE D'IDENTIFICATION DU CANDIDAT

Ce formulaire doit figurer en page couverture lors du dépôt de votre dossier de candidature. Toutes les candidatures deviennent la propriété de la SQPRP et ne seront pas retournées.

**Les frais d'inscription :**

- Membres SQPRP 150 \$ par catégorie
- Non-membres SQPRP 250 \$ par catégorie

Nom du candidat(e) : \_\_\_\_\_

Titre : \_\_\_\_\_

Entreprise : \_\_\_\_\_

Adresse : \_\_\_\_\_

Téléphone : \_\_\_\_\_ Télécopieur : \_\_\_\_\_

Courriel : \_\_\_\_\_

*Cochez la catégorie appropriée. Soumettre un formulaire distinct pour chaque candidature*

**EXCELLENCE STRATÉGIQUE**

- Programme global de relations publiques
- Programme interne de relations publiques
- Programme externe de relations publiques
- Événement
- Gestion des enjeux et communication de crise
- Campagne sociétale

**EXCELLENCE TACTIQUE : moyens et outils de communication**

- Projets audiovisuels
- Projets imprimés
- Communications électroniques et interactives
- Rédaction

La période d'inscription se termine le 23 mars 2009. Ensuite, vous avez jusqu'au 3 avril 2009 pour nous acheminer votre dossier de candidature.

Titre du dossier de candidature : \_\_\_\_\_

Pour toutes les candidatures : J'autorise le jury à communiquer avec moi ou, le cas échéant, avec mon client, pour obtenir de l'information additionnelle relative à mon dossier de candidature  Oui  Non

Pour les candidatures d'agences/consultants, cochez la case appropriée :

- Autorisation écrite du client jointe au dossier de candidature
- Engagement à fournir une autorisation écrite du client

Si votre dossier de candidature est gagnant, prière de nous indiquer si votre dossier peut être acheminé à un centre universitaire du Québec comme contribution à la promotion de l'excellence en relations publiques :

Cochez :  Oui  Non

Dans l'affirmative, veuillez nous indiquer si vous souhaitez que votre dossier de candidature soit numérisé en format électronique :  Oui  Non

**Date limite :** Les dossiers de candidatures doivent être reçus au plus tard le **vendredi 3 avril 2009 à 17 h 30** pour être considérés comme valides.

Signature du candidat(e)<sup>1</sup> : \_\_\_\_\_

<sup>1</sup> S'il s'agit d'une équipe de candidats, indiquez les noms et titres des membres de l'équipe soumettant le dossier sur une autre page.

**PAIEMENT :** Un paiement de 150 \$/catégorie pour les membres ou de 250 \$/catégorie pour les non-membres doit accompagner chacune des inscriptions (plus les taxes applicables).

Débitez le montant total de : \_\_\_\_\_ \$ sur ma carte  Visa  MasterCard

No de la carte : \_\_\_\_\_ Exp : \_\_\_\_\_ Titulaire : \_\_\_\_\_

Ci-joint un chèque libellé à l'ordre de la Société québécoise des professionnels en relations publiques (SQPRP)

**Faire parvenir votre dossier à :** SQPRP – 4316, boul. Saint-Laurent, Bureau 200, Montréal (Québec) H2W 1Z3

Courriel : [info@sqprp.ca](mailto:info@sqprp.ca) Site Web : [www.sqprp.ca](http://www.sqprp.ca)

## Annexe 4 : Déclaration sur le développement durable

Dans le cadre du colloque sur le Développement durable et communications qui a eu lieu à Montréal le 4 octobre 2006 et organisé par le Centre d'études sur les responsabilités sociales et le développement durable, la Société québécoise des professionnels en relations publiques (SQPRP), ainsi que ses partenaires (l'Alliance des cabinets de relations publiques du Québec, l'Association des communicateurs municipaux du Québec, et l'Association internationale des professionnels en communication - Montréal) ont signé la déclaration suivante :

*Les communicateurs et les professionnels en relations publiques du Québec s'engagent :*

- *à prôner une vision fondée sur le respect des personnes, des systèmes vivants et de l'environnement qui favorise une économie respectueuse des impacts de ses activités, une société juste et un environnement sain pour les générations actuelles et à venir, dans une perspective d'amélioration de la vie des personnes et de préservation des ressources.*
- *à apporter leur contribution professionnelle à la sensibilisation des différentes collectivités, organisations et entreprises de la société québécoise envers des pratiques respectueuses des principes du développement durable.*
- *à stimuler l'acquisition et le partage des savoirs et des savoir-faire sur l'aspect communicationnel du développement durable.*
- *à mettre en évidence les enjeux reliés au développement durable et à encourager le dialogue avec les groupes citoyens et les différentes parties prenantes des organisations et des entreprises.*
- *à ne négliger aucun effort de communication pour favoriser la concertation, la collaboration et l'imputabilité des décideurs face à ces questions.*
- *à favoriser l'essor du développement durable dans les différents réseaux où ils interviennent.*

En signant cette déclaration, la SQPRP et ses cosignataires s'engagent à respecter ces principes et à les intégrer dans tout élément de leur programmation et de leurs réalisations.

## Annexe 5 : Serment des membres du jury



### CONCOURS DES PRIX D'EXCELLENCE DE LA SQPRP 2009 LE SERMENT DES MEMBRES DU JURY

Je, \_\_\_\_\_, membre du jury des Prix d'excellence de la SQPRP 2009, m'engage à m'acquitter de ma tâche avec le plus haut degré de probité, d'indépendance, d'objectivité et d'impartialité, dans le respect du code d'éthique et de déontologie de ma profession, de même que sur mon honneur et de juger des dossiers soumis strictement en fonction de leur valeur intrinsèque selon les critères objectifs établis par la société – et - à cet effet :

- De ne subir aucune influence quelle qu'elle soit dans le processus de jugement des cas soumis;
- D'informer le (la) président(e) du jury de ma catégorie ou le président du concours de toute tentative d'influence s'il y a lieu;
- Et d'informer le (la) président(e) du jury de ma catégorie ou le président du concours dans le cas où il pourrait y avoir conflit d'intérêts ou apparence de conflit d'intérêt, afin que ce(s) dernier(s) ou dernière(s) pose(nt) un jugement et prennent une décision sur la situation.

Et j'ai signé, le \_\_\_\_\_ 2009, à Montréal.

\_\_\_\_\_  
Signature

\_\_\_\_\_  
Nom en lettres moulées

\_\_\_\_\_  
Catégorie