Charte de COM2GRENOBLE

Les adhérents sont tous des ambassadeurs du club des communicants de l'Isère. Ils partagent une même ambition : une mise en dynamique de nos métiers sur notre territoire.

PREAMBULE

Créé en 1973, le Club des Communicants de l'Isère, devenu en 2015 de COM2GRENOBLE, le Club des Communicants de l'Isère, adopte cette présente charte. Elle a pour objet de formaliser les valeurs et de définir l'esprit du Club.

1. LES OBJECTIFS DU COM2GRENOBLE

COM2GRENOBLE se fixe pour ambition de :

- ✓ Promouvoir la communication et ses métiers auprès des entreprises et institutions.
- ✓ Permettre à chaque adhérent de perfectionner ses pratiques et méthodes professionnelles par l'échange et le partage d'expérience entre communicants.
- ✓ Développer et maintenir un lieu de convivialité, en proposant différents formats de participation (formels/informels)
- ✓ Proposer une prestation de conseil en communication à des associations qui en expriment le besoin à titre gracieux

2. LES VALEURS DU CLUB DES COMMUNICANTS GRENOBLE – ISERE

Dans le cadre de son adhésion à COM2GRENOBLE, association professionnelle des communicants de l'Isère, chacun s'engage à respecter les valeurs qui animent le club depuis sa création et définissent l'éthique du club :

- **Echange et ouverture**: mise en commun d'expériences, échanges de pratiques, mutualisation de savoirs professionnels, richesse d'expertises, diversité des profils, … Autant d'ingrédients qui nourrissent de façon pérenne la vie de notre réseau et en décuple l'efficience.
- **Engagement et réseau**: le réseau est un organisme vivant où chacun doit prendre et trouver sa place. Pour que le club se renouvelle et perdure, cela passe par l'engagement et l'implication de ses adhérents. Ils contribuent à la vie du Club par leur présence aux manifestations organisées, par le recrutement de nouveaux adhérents, par une participation occasionnelle ou régulière à la vie du club.

Chaque membre peut proposer une intervention, une formation, … à la commission « Animation » et prendre en charge l'organisation de cette manifestation du Club. L'initiative et l'implication des membres, même ponctuelle, est garante de la qualité et la pertinence des formats.

- **Convivialité et respect**: développer un espace de convivialité, d'écoute et de respect entre les adhérents est la base d'un climat de bienveillance et favorise la confiance.
- **Solidarité et coopération** : Le club cultive un esprit de famille professionnelle et tient à être en lien constant avec les jeunes générations en formation et en primo-emploi et permet aux personnes en transition professionnelle d'être pleinement adhérentes le temps de leur repositionnement sur le marché du travail.
- **Expertise et innovation :** Le Club est un lieu de partage, de réflexions croisées sur l'évolution de nos pratiques professionnelles où chaque membre est invité à apporter son expertise, son expérience, sa valeur ajoutée. Créativité, audace et veille sont une bonne équation pour être un club de référence.

3. CODE DE BONNE CONDUITE ET DEONTOLOGIE

Dans le cadre de l'activité du Club, le démarchage commercial général et non sollicité des adhérents est interdit et ne correspond pas aux attitudes attendues des adhérents.

Les relations d'affaires et les mises en contact font partie de la vie du Club mais le démarchage commercial direct, avec une utilisation des données personnelles et professionnelles des adhérents ne peut se faire au travers des outils mis à disposition par le Club.

Le non-respect de ces principes ou l'utilisation de l'appartenance au club à d'autres fins que celles qui sont énumérées ci-dessus entraînera l'exclusion du membre.

Le Conseil d'Administration s'engage au nom des adhérents à ce que ces règles de bonnes conduites soient respectées.
Les adhérents s'engagent, enfin, à être à jour de leur cotisation, ce qui donne le droit de vote à l'Assemblée Générale annuelle, et à respecter les règles de fonctionnement du Club, conformément au règlement intérieur de l'association.