



Notre monde tourne à toute allure; il est exigeant, nous submerge d'informations et nous dépasse parfois. Pour tous les dirigeants, trouver et définir sa propre voie à travers cette complexité est un défi permanent.

Chez CASACOM, nous croyons que c'est en faisant des affaires de façon plus humaine que nous arrivons à relever ce défi et à réaliser nos rêves les plus ambitieux. Et nous croyons aussi que notre vision globale des relations publiques peut aider les leaders à construire des organisations solides, capables de se développer d'une manière durable et compatible avec le bien commun.

VOICI LES CONVICTIONS QUI NOUS GUIDENT, TOUS LES JOURS.

- / Nous croyons que les *relations publiques* sont l'un des moyens les plus puissants dont dispose une organisation pour atteindre ses objectifs d'affaires.
- / Que la *vision* d'une organisation, sa *marque* et les *relations* qu'elle entretient constituent la fondation d'une entreprise solide. Les dirigeants doivent avoir une idée claire de leur raison d'être, de leur destination et de leur promesse, qui sont les bases mêmes de leur organisation. Pour ériger un gratte-ciel qui résiste aux vents et au temps, il faut des fondations profondes et stables.
- / Que les *relations publiques* d'une organisation sont d'abord et avant tout les relations qu'elle entretient avec *tous ses publics*: elles aident les organisations à établir et à maintenir de solides relations avec des *personnes*, tant à l'interne qu'à l'externe.
- / Que l'état des relations d'une organisation est le reflet fidèle de l'état de sa *réputation*, son actif le plus précieux et la plus importante responsabilité du chef de la direction.
- / Que les organisations doivent bâtir des ponts de pertinence avec leurs publics, demeurer en lien constant avec eux et rester connectées sur ce qui se passe dans le monde qui les entoure, 24 heures sur 24, 7 jours sur 7.
- / Que les dirigeants doivent entretenir un dialogue permanent avec leurs publics, en leur parlant certes, mais aussi en les *écoutant* et en *s'adaptant* au besoin.
- / Que la cohérence et la clarté sont primordiales; ce qui nous passionne, c'est d'intégrer les idées et de simplifier ce qui est complexe.
- / Que les histoires – *les vraies* – ont une valeur inestimable. Une histoire vraie, transmise avec cœur, est bien plus efficace qu'un discours créé de toutes pièces pour faire vendre.
- / Que l'authenticité est essentielle. Il faut être vrai, être unique et avoir le courage de suivre son propre chemin.
- / Que la générosité est une clef du succès. Le savoir se multiplie quand on le partage. Et une organisation ne croît jamais plus vite que les gens qui la composent.
- / Que l'intangible, notamment l'aspect humain de la gestion, est en fait ce qui importe le plus. Sans lui, nous ne pouvons inspirer, influencer ou motiver les autres avec nos idées et nos rêves.
- / Que notre rôle, c'est de guider, d'inspirer, de questionner et parfois de pousser nos clients. Chaque jour, nous les protégeons et nous nous battons pour eux. Mais ce que nous aimons le plus, c'est les faire briller.
- / Nous croyons que c'est notre mission d'amener les organisations plus haut.

C'est en vivant et en travaillant selon ces principes que nous avons su créer et alimenter des relations significatives dans notre maison de relations publiques, ainsi qu'avec nos clients et le monde qui nous entoure. Et c'est ainsi que nous poursuivons notre chemin avec ceux et celles qui, jour après jour, nous accordent leur confiance.