

PROVINCE DE QUÉBEC
MUNICIPALITÉ DE LA PÊCHE



POLITIQUE DE COMMUNICATION

Adoptée par résolution n° 15-557
25 septembre 2017

TABLE DES MATIÈRES

.....	5
LISTE D'ACRONYMES	6
PRÉAMBULE / CONTEXTE	7
DISPOSITIONS PRÉLIMINAIRES	7
ARTICLE 1 : PRINCIPES DIRECTEURS DE LA POLITIQUE	7
ARTICLE 2 : DÉFINITIONS	8
ARTICLE 3 : DROIT D'ACCÈS À L'INFORMATION ET RESPONSABILITÉ DE S'INFORMER	11
ARTICLE 4 : DIFFUSION DE L'INFORMATION	11
ARTICLE 5 : OBJECTIFS	12
ARTICLE 5.1 OBJECTIFS GÉNÉRAUX	12
ARTICLE 5.2 : OBJECTIFS SPÉCIFIQUES.....	12
ARTICLE 6 : RÔLES ET RESPONSABILITÉS DES INTERVENANTS MUNICIPAUX	12
ARTICLE 6.1 : LE MAIRE.....	13
ARTICLE 6.2 : LES MEMBRES DU CONSEIL	13
ARTICLE 6.3 : LE DIRECTEUR GÉNÉRAL	13
ARTICLE 6.4 : LE SERVICE DES COMMUNICATIONS	14
ARTICLE 6.5 : LES DIRECTEURS DE SERVICE	15
ARTICLE 6.6 : LE PERSONNEL MUNICIPAL	16
ARTICLE 7 : COMMUNICATIONS EXTERNES	16
ARTICLE 7.1 : ACTIVITÉS D'INFORMATION	17
ARTICLE 7.1.1 : Rencontres publiques.....	17
ARTICLE 7.1.2 : Rencontres non publiques.....	18
ARTICLE 7.1.3 : Relations avec les médias.....	19
ARTICLE 7.1.4 : Publications municipales	20
ARTICLE 7.1.5 : Communications professionnelles	22
ARTICLE 7.1.6 : Avis publics	22
ARTICLE 7.2 : MODES DE CONSULTATION.....	22
ARTICLE 7.2.1 : Sondages.....	22
ARTICLE 7.2.2 : Référendum.....	22
ARTICLE 7.2.3 : Enquête maison.....	23

ARTICLE 8 : COMMUNICATIONS INTERNES.....	23
ARTICLE 9 : IDENTIFICATION INSTITUTIONNELLE ET REPRODUCTION	23
ARTICLE 9.1. IDENTIFICATION INSTITUTIONNELLE.....	23
ARTICLE 9.2. REPRODUCTION.....	24
ARTICLE 9.3. UTILISATION AUTORISÉE POUR DES ASSOCIATIONS, DES GROUPES OU DES ORGANISMES.....	24
ARTICLE 9.4. NORMES ET PRÉSENTATION GRAPHIQUE	24
ARTICLE 9.5 UTILISATION SUR DES ARTICLES PROMOTIONNELS	24
ARTICLE 9.6 SIGNATURE ET SIGNATURE COURRIEL DES EMPLOYÉS.....	25
ARTICLE 10 : PUBLICITÉ	25
ARTICLE 10.1 PRINCIPES DIRECTEURS	25
ARTICLE 10.2 PUBLICITÉ EN COMMANDITE	26
ARTICLE 10.3 PUBLICITÉ PROMOTIONNELLE (FORME ET CONTENU)	26
ARTICLE 10.4 ARTICLES PROMOTIONNELS ET CADEAUX-SOUVENIRS	26
ARTICLE 10.5 ACTIVITÉS PROMOTIONNELLES DE LA MUNICIPALITÉ DANS LE CADRE DE SALONS	27
ARTICLE 11 : ORGANISATION DE RÉCEPTIONS, CÉRÉMONIES ET ÉVÉNEMENTS	27
ARTICLE 12 : RELATIONS PUBLIQUES ET ACCUEIL.....	27
ARTICLE 12.1 : ACCUEIL DES CITOYENS PAR LE CONSEIL MUNICIPAL.....	28
ARTICLE 12.2 : ACCUEIL DES CITOYENS PAR LES EMPLOYÉS.....	28
ARTICLE 12.3 : ACCUEIL DES NOUVEAUX RÉSIDANTS	28
ARTICLE 13 : PROTOCOLE DE COMMUNICATION/ÉTIQUETTE	28
ARTICLE 13.1 CONFIDENTIALITÉ.....	28
ARTICLE 13.2 TON DES ÉCHANGES.....	29
ARTICLE 13.3 UTILISATION DE LA LANGUE FRANÇAISE.....	29
ARTICLE 13.4 CRÉDIT DE L'APPUI DE LA VILLE.....	29
ARTICLE 14 : COMMUNICATION EN SITUATION D'URGENCE	29
ARTICLE 14.1 MESURES PRISES PAR LA MUNICIPALITÉ DE LA PÊCHE EN CAS DE COMMUNICATION D'URGENCE	30
ARTICLE 15 : DISPOSITIONS FINALES.....	31
ARTICLE 15.1 APPLICATION	31
ARTICLE 15.2 PÉRIODE D'APPLICATION.....	31
ARTICLE 16 : PLAN D'ACTION	31

ANNEXE I PROCÉDURES RELATIVES AUX DEMANDES D'INFORMATION ACHÉMINÉES AUX SERVICES.....	32
ANNEXE II NORMES DE SERVICE EN MATIÈRE DE COMMUNICATIONS PROFESSIONNELLES ...	33
ANNEXE III CHARTE ÉDITORIALE DE LA MUNICIPALITÉ DE LA PÊCHE.....	34

Dans le présent document, le masculin est utilisé sans discrimination, dans le seul but d'alléger le texte.

LISTE D'ACRONYMES

CCU	Comité consultatif d'urbanisme
PPU	Programme particulier d'urbanisme
MADA	Municipalité amie des aînés
MRC	Municipalité régionale de comté
OMH	Office municipal d'habitation
OMSC	Organisation municipale de la sécurité civile
PGMR	Plan de gestion des matières résiduelles

PRÉAMBULE / CONTEXTE

CONSIDÉRANT que la Municipalité est consciente du fait que la qualité de ses relations avec les citoyens et de ses services à la population est fortement liée à l'efficacité de ses communications;

CONSIDÉRANT que la Municipalité reconnaît que la mise en commun de l'information contribue à créer un sentiment d'appartenance et encourage la participation et le partenariat entre la Municipalité et ses citoyens;

CONSIDÉRANT que la Municipalité, par le biais de ses communications, confirme le respect qu'elle porte à ses différents publics et partenaires;

CONSIDÉRANT que la Municipalité de la Pêche connaît une croissance démographique soutenue depuis plusieurs années;

CONSIDÉRANT que la Municipalité souhaite mieux encadrer ses communications;

EST ADOPTÉ CE QUI SUIT :

DISPOSITIONS PRÉLIMINAIRES

La présente politique a pour titre : « Politique de communication ».

La présente politique s'applique à tous les employés de la Municipalité de La Pêche, ainsi qu'aux membres du conseil municipal et aux différents intervenants avec lesquels la Municipalité fait affaire.

ARTICLE 1 : PRINCIPES DIRECTEURS DE LA POLITIQUE

1. Assurer le rayonnement de l'ensemble des actions de la Municipalité

- a. Présenter la Municipalité comme une organisation ouverte et transparente, où le citoyen se trouve au cœur des préoccupations;
- b. Fournir une information de qualité fondée sur le principe de transparence et sur le droit d'accès à l'information, tout en respectant la Loi sur les renseignements personnels et en tenant compte du devoir du citoyen de s'informer;
- c. Favoriser le sentiment d'appartenance et de fierté des citoyens envers la Municipalité et la participation citoyenne;

2. Assurer une circulation efficace et efficiente de l'information

- a. Rendre compte à la population en se conformant aux lois, aux politiques, aux règlements et aux codes d'éthique;
- b. Informer de manière exacte, objective et adéquate les publics internes et externes;
- c. Tenir compte des besoins des publics.

ARTICLE 2 : DÉFINITIONS

1. Champ d'application

Indique la portée de la politique et définit les objets, les personnes, les activités ou les sujets couverts ou auxquels elle s'applique.

2. Client

La Municipalité fait affaire avec des clients. Par clients, on entend les résidants, les organismes, les fournisseurs, les membres du personnel, les organismes publics, etc.

3. Communication administrative

Désigne toute correspondance entre des structures administratives ou la correspondance à destination de toute personne appartenant à l'administration (directives, notes de service, courriels, etc.).

4. Communication municipale

La communication est une fonction essentielle de la gestion municipale qui prend diverses formes : politiques diverses, plans de communication, moyens écrits et imprimés, communications électroniques (internet), consultations, médias, moyens, outils et activités et instruments divers, identité visuelle, protocole et marketing.

5. Communication politique

Désigne la transmission de l'information entre les acteurs politiques, les médias d'information et le public.

6. Consultation

Action de consulter une collectivité, de prendre son avis dans les limites de sa compétence.

7. Direction générale

Selon le code municipal, désigne le directeur général et son adjoint.

8. Domaines de communication

Les domaines de la communication comprennent notamment :

Communication visuelle et graphique	p. ex. : logo et charte graphique (identité visuelle)
Communication d'entreprise	p. ex. : répondeur téléphonique, signature des courriels, bulletin d'information, site Web, rapport annuel, signalisation sur les véhicules, cartes de vœux
Communication média et publicitaire	p. ex. : affichage, parutions dans la presse, publi-reportage, etc.
Communication événementielle	p. ex. : salons, foire, conférences, journées portes ouvertes, journées de reconnaissance, etc.
Communication interne	p. ex. : notes, rapport annuel, lettres d'information, réunions, etc.
Relations de presse	p. ex. : communiqué, conférence de presse, invitation, revues de presse

9. Identité visuelle

L'identité visuelle est la représentation graphique de l'identité de la Municipalité et met en place sa communication visuelle. Elle s'exprime par des signes graphiques (logo, forme, couleurs, mises en forme, textes, slogan) qui symbolisent la Municipalité. Elle s'accompagne d'une charte graphique qui donne les recommandations d'utilisation et précise les caractéristiques des différents éléments graphiques (logos, couleurs, polices, symboles, etc.) qui peuvent être utilisés sur les différents supports de communication de l'entreprise, garantissant ainsi l'homogénéité et la cohérence de la communication visuelle de la Municipalité.

10. Image de marque

Image résultant de la combinaison de trois composantes : la personnalité de l'organisation, l'image qu'elle veut donner d'elle-même et l'image qui est perçue par le public.

11. Médias

Moyen de communication destiné à diffuser de l'information de nature sonore, écrite ou visuelle.

12. Municipalité

Désigne la Municipalité de La Pêche.

13. Outils de communication

La Municipalité utilise divers outils de communication pour s'assurer que les citoyens sont constamment informés et pour susciter leur engagement.

Parmi ceux-ci, il existe des outils dont l'utilisation est obligatoire, comme les avis publics, le rapport annuel du maire sur la situation financière de la Municipalité et d'autres rapports, un document explicatif sur le budget, un résumé du plan d'urbanisme, etc. La Municipalité tient par ailleurs des consultations pour présenter les plans et règlements d'urbanisme, apporter certaines modifications aux règlements de zonage ou de lotissement et approuver les règlements d'emprunts, et peut avoir à tenir des assemblées publiques d'information et des référendums décisionnels en matière d'urbanisme.

Il existe d'autres outils dont l'utilisation est facultative. Comme précédemment, ils peuvent comprendre des consultations ou des assemblées publiques d'information, des référendums consultatifs, des comités ou des commissions. D'autres moyens de communication facultatifs sont aussi utilisés : la Municipalité publie un bulletin municipal (l'Info-La Pêche) et a un site Web (www.villelapeche.qc.ca). Elle pourrait également, si elle le souhaitait, avoir recours aux médias sociaux, organiser des tournées d'information, faire des sondages, etc.

Enfin, la Municipalité peut faire appel, à sa discrétion, aux médias écrits et électroniques (quotidiens, hebdomadaires, stations de radio ou de télévision, etc.).

14. Plateforme médiatique

Ensemble de moyens pour la diffusion de l'information.

15. Porte-parole

Personne autorisée formellement à s'exprimer au nom de la Municipalité de La Pêche.

16. Public interne

Les publics internes sont :

- les membres du conseil municipal;
- le personnel de la Municipalité, incluant les employés permanents et temporaires, les stagiaires, les contractuels et les bénévoles qui œuvrent au sein de la Municipalité ou de ses organismes mandataires.

17. Public externe

Les publics externes regroupent l'ensemble des clientèles visées ou touchées par la Municipalité dont :

- les citoyens;
- les clients des services municipaux;
- les partenaires de la Municipalité;
- les représentants des médias;
- le grand public.

18. Publicité

La publicité est une forme de communication de masse, dont le but est de fixer l'attention d'une cible visée (consommateur, utilisateur, client, électeur, etc.) afin de l'inciter à adopter un comportement souhaité : achat d'un produit, élection d'une personnalité politique, incitation à l'économie d'énergie, etc.

19. Relations publiques

Les relations publiques consistent en la gestion des relations entre une organisation et ses divers publics par l'entremise de la communication, afin d'atteindre une compréhension mutuelle, de réaliser les objectifs organisationnels et de servir l'intérêt public.

ARTICLE 3 : DROIT D'ACCÈS À L'INFORMATION ET RESPONSABILITÉ DE S'INFORMER

La Municipalité a pour mandat d'informer ses citoyens sur les décisions municipales et les politiques et les règlements municipaux, notamment. Elle s'assure de diffuser de l'information sur les réalisations de la Municipalité et les projets futurs, de même que sur les services et les programmes offerts à la population, et tout autre sujet d'intérêt général.

Le citoyen a pour sa part la responsabilité de s'informer en consultant les divers moyens d'information à sa disposition (presse, télévision, radio, internet).

En ce qui concerne le droit d'accès à l'information, selon la loi, l'information de nature confidentielle ou touchant la vie privée ne peut être diffusée. Cette règle vise à protéger les droits des personnes et, par le fait même, à préserver les intérêts de toute la communauté. La Municipalité applique la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels.

ARTICLE 4 : DIFFUSION DE L'INFORMATION

Il faut savoir porter un jugement sur la nature de l'information à livrer, surtout si elle touche la vie privée ou peut nuire au respect du secret professionnel. Il y a donc une règle restrictive qui s'applique, et ce, autant pour protéger les droits d'une personne que pour préserver les intérêts de toute la communauté.

ARTICLE 5 : OBJECTIFS

ARTICLE 5.1 OBJECTIFS GÉNÉRAUX

La présente politique vise à assurer une saine gestion des communications au sein de la Municipalité de La Pêche, de façon à développer et à maintenir des relations de communication efficaces et harmonieuses entre l'administration municipale, les membres du conseil municipal, le personnel, les médias et la population.

Cette politique de communication établit un ensemble de principes directeurs et d'objectifs de communication pour l'organisation municipale. Elle constitue pour cette dernière un cadre de référence en matière de communication et précise le rôle et les responsabilités de chaque membre de cette organisation en plus de définir les champs d'application de la politique et de désigner les porte-paroles.

ARTICLE 5.2 : OBJECTIFS SPÉCIFIQUES

De manière plus précise, cette politique vise à :

- développer, maintenir, promouvoir et préserver l'image de marque de la Municipalité;
- véhiculer une information régulière, accessible et permanente à l'égard de ses services, projets et réalisations, ainsi que de ses diverses politiques et réglementations;
- favoriser une communication continue entre les différents intervenants de l'organisation;
- développer les communications en tenant compte des besoins et des priorités de la Municipalité et de ses publics;
- encourager la contribution continue des employés et du public à l'amélioration des services;
- diffuser l'information en utilisant les moyens de communication appropriés, et ce, dans le respect des priorités, des valeurs et des orientations établies par le conseil municipal.

ARTICLE 6 : RÔLES ET RESPONSABILITÉS DES INTERVENANTS MUNICIPAUX

ARTICLE 6.1 : LE MAIRE

À titre de représentant de l'ensemble de la population de la Municipalité, le maire est le premier porte-parole des décisions officielles du conseil et le seul et unique communicateur des dossiers relevant des décisions du conseil municipal. Il peut émettre des propos en son nom personnel et au nom de la Municipalité, selon leur nature. S'il le fait au nom du conseil municipal, il doit respecter les orientations prises par le conseil et les valeurs de gestion de la Municipalité. Ces déclarations sont de nature politique, et le maire en est le seul responsable.

Ces responsabilités s'appliquent également au maire suppléant, en l'absence du maire, ou lorsque le maire suppléant est mandaté par le maire pour s'exprimer sur un dossier.

Le maire est également responsable de s'assurer que la communication est efficace, transparente et harmonieuse au sein du conseil et entre l'administration et le conseil.

ARTICLE 6.2 : LES MEMBRES DU CONSEIL

Considérant qu'ils participent à la prise de décisions, les membres du conseil peuvent faire des déclarations d'ordre personnel dans le cadre des séances du conseil municipal.

Les membres du conseil ont un devoir de discrétion et doivent s'abstenir de transmettre à des tiers des renseignements obtenus dans l'exercice de leurs fonctions et qui ne sont pas généralement communiqués au public, ou de dévoiler le contenu de tout dossier jugé confidentiel ou de sujets discutés lors d'un comité plénier en conformité avec les dispositions du *Code d'éthique et de déontologie en matière municipale* des élus municipaux.

Le conseiller municipal représente à la fois son quartier et la municipalité dans son ensemble. À ce titre, il se doit de partager avec le ou les conseillers concernés toute information se rapportant aux citoyens de leur quartier respectif.

Advenant qu'un média communique directement avec un conseiller, ce dernier devra en aviser le maire et le Service des communications, avant la tenue de l'entretien, afin d'assurer la cohérence quant au traitement des dossiers. Le conseiller conserve la liberté d'émettre une opinion personnelle.

ARTICLE 6.3 : LE DIRECTEUR GÉNÉRAL

Le directeur général est le premier responsable des activités administratives de la Municipalité après le maire et, à ce titre, il veille à l'intégrité et à l'image de l'organisation. À cet effet, il oriente les activités de communication de toutes les directions des services municipaux et il en confie le travail au Service des communications. Il demeure cependant autorisé à faire toute déclaration publique de nature administrative, conformément à la loi et quand la situation le requiert.

Le directeur général est aussi l'interlocuteur des élus dans leurs communications avec l'administration. Il doit transmettre aux élus les renseignements provenant de l'administration qui les concernent ou déléguer aux directeurs de service la responsabilité de ce faire (par

exemple : aviser les élus des travaux ou des projets prévus dans leur quartier ou susceptibles de toucher leur quartier).

ARTICLE 6.4 : LE SERVICE DES COMMUNICATIONS

Sous la supervision de la direction générale, le Service des communications a pour mission :

- d'assurer l'application de la présente politique;
- de planifier, d'organiser, de diriger, de coordonner et de contrôler les activités d'information, de communication et de relations publiques de la Municipalité;
- d'élaborer la politique de communication et de coordonner le plan de communication de la Municipalité;
- de concevoir un plan de communication en situation d'urgence;
- de développer et d'appliquer les formules protocolaires de la Municipalité à travers les différents événements et activités de communication;
- de fournir une information précise et pertinente à ses publics internes et externes, clients et partenaires;
- d'assurer la transmission de l'information vers les citoyens en provenance du conseil municipal et des différents services de la Municipalité;
- de coordonner la diffusion de l'information par l'entremise de différents outils et moyens de communication;
- de veiller à l'application des normes et règles graphiques d'affichage public, au respect et à la promotion de l'image de marque de la Municipalité, et à l'uniformisation des communications;
- de maintenir une communication constante entre l'administration municipale et le public;
- de conseiller l'administration municipale et les unités administratives dans leurs activités de communication;
- d'apporter un soutien à la direction générale et aux instances politiques, et notamment au maire dans l'exercice de ses fonctions de porte-parole;
- d'entretenir de bonnes relations avec les médias en offrant un service rapide et courtois.

Le Service des communications assume des responsabilités de gestion administrative et financière dans les domaines suivants :

- information aux citoyens;
- relations avec les médias;
- communications internes;
- activités protocolaires;
- accueil et réceptions;
- publicité;
- promotion et marketing;
- relations publiques;

- rédaction et correction de textes.

Le Service des communications est le responsable de la communication institutionnelle de la Municipalité et l'éditeur officiel de toutes les plates-formes.

La direction générale assume la responsabilité de l'application de la présente politique.

Le responsable du Service des loisirs, de la culture, de la vie communautaire et des communications veille au respect de la présente politique. Il élabore des procédures de communication pour les divers publics de la Municipalité. Il diffuse l'information utile aux citoyens au moyen des outils de communication appropriés. Il rédige ou supervise le contenu et le contenant de toutes les publications officielles diffusées par la Municipalité. Il assume la responsabilité de l'application des normes et des règles graphiques d'affichage public ainsi que le respect et la promotion de l'image de marque de la Municipalité. Il coordonne le suivi des demandes d'information présentées par les médias. Enfin, en l'absence du directeur général ou directeur général adjoint ou à leur demande, le responsable des communications peut faire une déclaration publique de nature administrative.

Les journalistes doivent adresser toutes leurs demandes d'entrevue ou d'information au Service des communications. La personne chargée d'assister les médias veillera alors à bien identifier le dossier concerné et, s'il y a lieu, à mettre le ou la journaliste en contact avec l'intervenant le mieux en mesure de répondre à ses questions.

ARTICLE 6.5 : LES DIRECTEURS DE SERVICE

Les directeurs de service apportent un soutien à la direction générale et au Service des communications pour toutes les communications reliées à leur champ de compétences. Ils ont la responsabilité de veiller à favoriser les bonnes relations avec la population. À cette fin, et afin d'assurer la cohérence et l'efficacité des communications avec les élus, les directeurs de service doivent convenir avec la direction générale de la répartition des responsabilités en matière de communication aux élus des questions qui touchent leur quartier, lorsque des projets ou des travaux sont prévus, et doivent appliquer les procédures prévues à l'Annexe I pour ce qui concerne les demandes d'information de nature administrative et les demandes d'information provenant des médias (voir Annexe I : Procédures concernant le rôle des directeurs de service relativement aux demandes d'information).

Dans le but d'accroître l'efficacité des communications, les directeurs de service sont invités à préparer une planification annuelle des communications de leur service et à l'acheminer au responsable des communications. Ils sont aussi invités à lui faire part de leurs besoins en matière de publications, de dépliants, de communiqués et d'autres publications. De plus, chaque service municipal a la responsabilité de soumettre au Service des communications toute information complémentaire et jugée pertinente, et toute information pouvant servir à renseigner les citoyens. Dans ce contexte, les directeurs de service ont la responsabilité de voir à la préparation des informations en vue de leur transmission au Service des communications.

Les directeurs de service ont aussi la responsabilité d'informer en temps opportun le Service des communications de tout événement pouvant comporter un risque, qu'il soit faible ou élevé, pour la santé et la sécurité des citoyens, et de lui communiquer la position de la Municipalité dans le dossier, afin d'assurer une cohérence dans les propos divulgués et l'information précise à diffuser. Le Service des communications est d'office la principale source d'information de la Municipalité et, pour cette raison, l'ensemble des services municipaux doivent collaborer étroitement avec lui.

ARTICLE 6.6 : LE PERSONNEL MUNICIPAL

Le personnel est appelé à communiquer avec le public dans diverses situations. Quel que soit le type d'interaction, le personnel représente la Municipalité de La Pêche et doit agir dans le respect des valeurs qu'elle prône. Premier point de contact avec la population, le personnel municipal joue un rôle primordial dans l'image que projette la Municipalité auprès de ses citoyens.

Dans cette optique, le personnel doit favoriser la communication et l'échange d'information entre collègues de travail et avec le public. Tout employé doit partager l'information de manière objective et dans la mesure de ses connaissances. Les membres du personnel ont un devoir de demeurer informés des politiques générales, des programmes et des projets en cours de développement, et des décisions prises par le conseil municipal concernant leur service .

Le personnel municipal doit avoir une attitude positive et respectueuse dans ses communications. Il doit s'abstenir d'émettre des commentaires négatifs au sujet de ses collègues, de ses supérieurs, de la Municipalité et des membres du conseil municipal lors d'interactions avec le public.

Les employés municipaux se doivent d'être intègres et de veiller à ne divulguer aucun contenu à caractère confidentiel. Ils doivent assurer en tout temps un suivi efficace des demandes.

L'employé d'un service doit s'informer des politiques de régie interne et de toute réglementation touchant ses tâches et doit les appliquer.

Il doit visiter régulièrement le site Internet de la Municipalité et se tenir informé de l'actualité municipale. Il doit aussi aviser son directeur s'il remarque de l'information erronée ou non valide dans les diverses publications de la Municipalité.

ARTICLE 7 : COMMUNICATIONS EXTERNES

Les activités de communication énumérées ci-dessous visent à faciliter la communication avec la population et à transmettre diverses informations sur les activités municipales.

ARTICLE 7.1 : ACTIVITÉS D'INFORMATION

ARTICLE 7.1.1 : Rencontres publiques

7.1.1.1 Séances du conseil municipal

Il y a deux types de séances du conseil municipal, soit les séances ordinaires et les séances extraordinaires.

Le calendrier des séances ordinaires du conseil est établi par résolution adoptée en novembre ou en décembre pour l'année suivante. Ce calendrier est affiché sur le site Web de la Municipalité.

Une séance extraordinaire du conseil peut être convoquée en tout temps par le maire, le secrétaire-trésorier ou par deux membres du conseil, en donnant par écrit un avis spécial de telle séance à tous les membres du conseil autres que ceux qui la convoquent. Le délai en vue de la convocation à une séance extraordinaire est fixé par le code municipal. Dans une séance extraordinaire, on ne peut traiter que les sujets et les affaires mentionnés dans l'avis de convocation, sauf avec le consentement unanime des membres du conseil, s'ils sont tous présents.

Les ordres du jour et les procès-verbaux des séances du conseil municipal sont archivés au fur et à mesure sur le site Internet de la Municipalité.

On peut consulter sur le site Web de la Municipalité le [Règlement sur le déroulement des séances du conseil municipal](#) (règlement 14-678).

7.1.1.2 Consultations publiques

Le conseil municipal peut organiser des consultations publiques sur divers sujets qui touchent la vie municipale, afin de valider ses orientations auprès de la population ou de sonder l'opinion publique. Certaines consultations sont obligatoires et d'autres, facultatives.

Consultations obligatoires

Des consultations obligatoires ont lieu pour présenter les plans et les règlements d'urbanisme, pour effectuer certaines modifications aux règlements de zonage ou de lotissement (p. ex. : demandes de dérogation mineure, changement de zonage et processus d'adoption d'un programme particulier d'urbanisme ou PPU) et pour approuver des règlements d'emprunt. Dans certains cas, le comité consultatif d'urbanisme (CCU) doit également être consulté. La Municipalité peut ainsi être amenée à tenir des assemblées publiques d'information et des référendums décisionnels en matière d'urbanisme ou encore à constituer des comités et des commissions.

Les consultations obligatoires concernent :

- Schéma d'aménagement et de développement;
- Plan de gestion des matières résiduelles (PGMR);
- Schéma de couverture de risques;

- Plan d'urbanisme;
- Dérogation mineure (Comité consultatif d'urbanisme);
- Zone et activité agricole (comité consultatif agricole).

Consultations facultatives

Par ailleurs, à sa discrétion, le conseil municipal peut tenir des consultations facultatives dans le but de mieux connaître le point de vue des citoyens. Ces consultations thématiques prennent aussi, en général, la forme d'assemblées publiques. Elles ont normalement lieu dans le cadre du développement de politiques (p. ex. politique des loisirs, politique MADA) ou de projets de grande envergure.

Sous la supervision du directeur général, le Service des communications peut apporter un soutien aux services responsables de l'organisation de la consultation publique.

Les rapports issus des consultations publiques sont archivés sur le site Internet de la Municipalité.

7.1.1.3 Séances d'information

Les séances d'information regroupent des conseillers et des employés municipaux et servent à informer la population sur des sujets précis. Sous l'autorité du directeur général, l'organisation de ces séances d'information relève du service concerné, en collaboration avec le Service des communications pour la promotion de l'activité auprès de la population et des médias (s'il y a lieu), par le biais des diverses plateformes médiatiques.

Les documents relatifs aux séances d'information sont disponibles sur le site Internet de la Municipalité.

7.1.1.4 Réceptions et lancements

Lorsqu'il s'agit de mettre en œuvre une intervention de communication d'envergure, la démarche doit être faite en collaboration avec le maire, le directeur général, le service des communications et le directeur du service responsable du dossier, le cas échéant. Généralement, les événements organisés sont des dévoilements de projets, des lancements ou des réceptions civiques.

ARTICLE 7.1.2 : Rencontres non publiques

7.1.2.1 Comités

La formation de comités et leur mandat relèvent du conseil municipal qui en désigne les membres. Les comités énumérés ci-dessous ne constituent pas une liste exhaustive. Ces comités regroupent des conseillers municipaux, des employés municipaux et, dans certains cas, des citoyens, et ont pour mandat de faire des recommandations au conseil municipal relativement à la mission du comité.

7.1.2.2 Comités consultatifs obligatoires en vertu de la loi

Le comité consultatif d'urbanisme (CCU avec participation citoyenne) est obligatoire en vertu des dispositions de la Loi sur l'aménagement et l'urbanisme (chapitre A-19-1 art. 146-148).

7.1.2.3 Comités ad hoc

Le Conseil peut mettre sur pied des comités ad hoc pour répondre à des besoins organisationnels ponctuels. La composition de ces comités est déterminée par le conseil. Ces comités sont normalement liés à un événement ou à un sujet en particulier et leur mandat se termine lorsque le besoin ponctuel est comblé..

Dans le cadre de leurs fonctions, les membres citoyens nommés par le conseil ne sont pas des porte-parole de la Municipalité mais fournissent une expertise à l'appui de la réalisation du mandat du comité.

ARTICLE 7.1.3 : Relations avec les médias

7.1.3.1 Conférence de presse

Une conférence de presse est organisée lorsque la Municipalité a un message d'importance à annoncer. Une conférence de presse est un événement, et la décision de convoquer et de tenir une conférence de presse sur des dossiers importants de la Municipalité relève du maire.

Le directeur général, en collaboration avec le responsable des communications, est le seul mandaté pour convoquer une conférence de presse. En général, la convocation doit être envoyée cinq (5) jours avant la tenue de la conférence de presse, et un rappel téléphonique doit être fait la veille ou le matin même aux médias convoqués.

La documentation à remettre est préparée par le responsable des communications en collaboration avec le service concerné, et approuvée par le directeur général. Au moins un communiqué doit être fourni aux médias. .

Toute conférence de presse est donnée par le maire ou son représentant, accompagné du responsable du dossier en cause si nécessaire. La conférence de presse se déroule à un lieu déterminé en fonction du sujet traité, et à un moment tenant compte des heures de tombée des médias.

La conférence de presse d'urgence ou le point de presse est organisé à la discrétion du maire avec le directeur général, le directeur général adjoint, le responsable des communications et, s'il y a lieu, les directeurs concernés.

La conférence de presse se déroule normalement en trois parties :

- Un exposé du message
- Une période de questions
- Une période d'entrevues individuelles

Toute collaboration ou soutien technique provenant de l'un ou l'autre des services municipaux doit être souligné, soit à l'intérieur d'une publication, par un affichage quelconque ou au moment des allocutions d'usage remerciant les commanditaires ou collaborateurs ayant contribué au succès de l'événement.

7.1.3.2 Renseignements demandés par des journalistes

Les représentants des médias ont parfois besoin de renseignements complémentaires qu'ils peuvent demander par téléphone ou dans le cadre d'une entrevue radiophonique ou télédiffusée. Généralement, une telle demande est adressée directement au Service des communications. Si, pour une raison ou une autre, celle-ci est faite à l'un des différents services de la Municipalité, ces derniers doivent transférer la requête au Service des communications, qui fera le suivi auprès du maire ou du journaliste afin d'assurer une cohérence dans les propos divulgués.

Le maire est le premier porte-parole de la Municipalité pour des questions touchant les décisions du Conseil municipal, ainsi que pour des sujets d'ordre administratif. Toutefois, le directeur général ou le Service des communications peuvent, pour des sujets d'ordre administratif et opérationnel, répondre à certaines questions des journalistes.

Le maire, le directeur général ou le Service des communications peuvent faire appel à un cadre pour obtenir des compléments d'information plus techniques pour les aider à répondre adéquatement aux questions des journalistes.

Les relations avec les journalistes doivent en tout temps être courtoises et professionnelles pour favoriser des relations harmonieuses à long terme.

7.1.3.3 Le communiqué

Un communiqué doit avant tout comporter des éléments de type « nouvelles ». Il sert à transmettre une mesure administrative, à annoncer un événement ou à commenter une situation.

Tout communiqué relatif aux décisions du conseil municipal émanant de l'administration municipale relève de la responsabilité du maire. Il est émis par le responsable des communications.

Dans ce domaine, le Service de sécurité-incendie bénéficie d'une exception. Ce service peut communiquer avec les médias ou publier un communiqué strictement pour des événements de type opérationnels tels que des sujets liés à des incendies (criminels ou suspects), des sinistres, des accidents, etc. Dans ce cas, l'information doit être diffusée par le directeur du service qui doit informer la direction générale et le responsable des communications afin qu'ils puissent transmettre les informations au maire.

ARTICLE 7.1.4 : Publications municipales

C'est par le biais de diverses plateformes médiatiques que la Municipalité diffuse de l'information aux citoyens. Toutes les plateformes médiatiques et toutes les publications de la Municipalité, qu'elles soient produites par la Municipalité ou par un tiers, sont assujetties à la [Charte éditoriale de la Municipalité](#) (Annexe 3) et possèdent leur propre politique éditoriale.

7.1.4.1 Site Internet

Le site Internet municipal est le principal outil de communication de la Municipalité. Il vise à servir de référence aux citoyens pour tout ce qui concerne la municipalité et à fournir aux citoyens toute l'information nécessaire. La mise à jour du site Internet est faite régulièrement par le Service des communications avec la collaboration des différents services municipaux.

La mise à jour du site est faite en fonction de priorités préalablement établies. Chaque directeur a la responsabilité d'identifier une personne de son service qui est le gardien de l'information du service, afin d'assurer la pertinence et l'actualité de cette dernière. Pour assurer la cohérence et l'efficacité de la mise à jour, les modifications ou ajouts doivent être acheminés au Service des communications selon la procédure établie par le Service des communications en collaboration avec les différents services municipaux. Le Service des communications se réserve le droit de corriger ou de modifier ces textes, après discussion avec les personnes concernées.

Le site Internet est encadré par la [Charte éditoriale de la Municipalité](#) et a sa propre politique éditoriale.

7.1.4.2 Bulletin municipal

L'Info-La Pêche est publié mensuellement et diffuse de l'information sur des sujets d'intérêt qui touchent la municipalité et sur les services offerts à la population par la Municipalité, de même que de l'information produite par la Municipalité en vue de renseigner efficacement les citoyens concernant des mesures administratives ou des services municipaux. Le bulletin municipal est encadré par la [Charte éditoriale de la Municipalité](#) et a sa propre ligne éditoriale.

Le bulletin municipal doit contenir des éléments de nouvelles visant à informer la population de sujets variés tels que programmes, politiques, règlements, événements, services municipaux, vie municipale et communautaire, etc. Son contenu est basé sur la préoccupation de renseigner efficacement sur les mesures administratives et de favoriser l'utilisation maximale des services offerts par la Municipalité. Par conséquent, chaque fois qu'un changement dans un service touche la vie du citoyen, l'élément de nouvelle est présent et il faut en prioriser la publication.

Toute demande de publication doit être acheminée au Service des communications dans les délais prescrits et selon un calendrier fourni chaque année par ce dernier.

Il relève de la responsabilité des services municipaux de soumettre des textes ou encore de fournir toutes les informations nécessaires à la rédaction d'un texte et de fournir des photos ou toute autre documentation nécessaire. Le Service des communications pourra guider et orienter les services à cette fin.

Dans le cas de textes fournis par les différents services municipaux, le Service des communications se réserve le droit de les reporter, de les corriger ou de les modifier après discussion avec les personnes concernées.

Le Service des communications informe le directeur général et le Comité des communications des sujets retenus pour les parutions et, dans certains cas, les textes sont soumis aux fins d'approbation.

7.1.4.3 Guide du citoyen

À intervalles déterminés par la direction générale et selon le budget attribué à cette fin par le conseil municipal, la Municipalité publie un guide du citoyen offrant aux citoyens des informations de base sur la municipalité.

7.1.4.4 Dépliants et brochures thématiques

La Municipalité publie périodiquement ou ponctuellement des dépliants et brochures sur des points précis. Les services municipaux doivent soumettre au Service des communications les documents destinés à être distribués aux publics internes et externes et toute lettre destinée à un envoi massif, ceci aux fins de vérification et d'approbation de conformité aux normes prescrites dans la Charte graphique de la Municipalité et du contenu.

ARTICLE 7.1.5 : Communications professionnelles

La communication verbale et les communications papier et électronique font partie des tâches de communication quotidiennes de la Municipalité, et constituent des outils indispensables, aussi bien pour les entreprises et les organismes que pour le grand public. L'image que la Municipalité de La Pêche projette est transmise par chaque employé dans le cadre de ses fonctions. Les normes de service en matière de communications professionnelles sont présentées à l'Annexe II.

ARTICLE 7.1.6 : Avis publics

Les avis publics prescrits par la loi sont la responsabilité des services municipaux concernés selon leur domaine d'intervention et doivent être soumis à la direction générale, qui est responsable de leur approbation finale et de leur publication. Ces avis sont rendus disponibles dans l'Info-La Pêche et sur le site Internet de la Municipalité.

ARTICLE 7.2 : MODES DE CONSULTATION

La consultation peut se faire de différentes manières, énumérées et décrites ci-dessous. Dans chaque cas, la direction générale doit s'assurer que les résultats sont publiés sur le site Internet de la Municipalité et dans le bulletin municipal dans un délai adéquat.

ARTICLE 7.2.1 : Sondages

La tenue d'un sondage scientifique doit être approuvée par le conseil municipal et confiée à une firme spécialisée sous la responsabilité du directeur général et du responsable des communications de la Municipalité.

ARTICLE 7.2.2 : Référendum

Il existe deux types de référendums : obligatoires et consultatifs.

Référendums obligatoires

Vote direct des citoyens en vue de faire approuver ou désapprouver un règlement adopté par le conseil municipal; ces référendums sont sous la responsabilité de la direction générale.

Référendums consultatifs

Vote direct des citoyens en vue de s'exprimer sur une question soumise par le conseil municipal portant sur un projet municipal d'importance avant qu'il ne soit mis en œuvre; ces référendums sont également sous la responsabilité de la direction générale.

ARTICLE 7.2.3 : Enquête maison

L'enquête maison est une démarche de communication réalisée dans le but de recevoir des avis, des opinions ou des suggestions pouvant faciliter ou orienter la prise de décisions.

Cette consultation peut se faire à partir des appels reçus, de la correspondance quotidienne, de la rencontre avec les organismes du milieu, du site Internet, etc.

ARTICLE 8 : COMMUNICATIONS INTERNES

Au niveau interne, le personnel de direction doit s'assurer que les politiques et procédures sont connues de leurs employés et que ceux-ci les appliquent.

Les directeurs de service assurent la diffusion interne des informations relatives aux activités qui relèvent de leur service. Lorsqu'un dossier concerne plus d'un service, les directeurs ont également la responsabilité de partager l'information avec les autres services concernés.

Par ailleurs, les directeurs de service doivent favoriser la communication, autant dans leur service qu'avec les autres services municipaux et les élus, afin de faciliter l'échange d'informations et d'assurer le maintien de bonnes relations entre collègues.

Les communications internes font l'objet d'une procédure distincte, visant à favoriser les bonnes relations et à optimiser la circulation de l'information à l'interne.

ARTICLE 9 : IDENTIFICATION INSTITUTIONNELLE ET REPRODUCTION

ARTICLE 9.1. IDENTIFICATION INSTITUTIONNELLE

L'identification institutionnelle de la Municipalité de La Pêche est composée des éléments suivants : le logo, la dénomination officielle « Municipalité de La Pêche » et la signature qui l'accompagne. Ces éléments sont indissociables.

L'identification institutionnelle de la Municipalité ne doit jamais être altérée, que ce soit par l'addition ou la soustraction d'éléments du logo ou de la dénomination officielle.

ARTICLE 9.2. REPRODUCTION

La reproduction du logo doit se faire d'après les modèles réglementaires officiels mis à la disposition des clients par le Service des communications. Nul ne doit, dans le cadre d'un usage officiel, utiliser une reproduction artisanale. Toute situation spécifique non prévue dans le système d'identification visuelle de la Municipalité de La Pêche doit être soumise au Service des communications de la Municipalité.

La Municipalité de La Pêche se réserve le droit de refuser de payer les travaux non conformes à ses exigences graphiques, ou d'exiger qu'ils soient recommencés. L'approbation des épreuves avant impression est exigée.

ARTICLE 9.3. UTILISATION AUTORISÉE POUR DES ASSOCIATIONS, DES GROUPES OU DES ORGANISMES

Toute demande d'utilisation du nom ou de l'identification institutionnelle de la Municipalité de La Pêche par un groupe ou un organisme externe dans une publicité, sur son site Internet ou sur tout autre document, doit être approuvée par écrit, avant utilisation, par le Service des communications. L'utilisation de l'identité visuelle de la Municipalité doit respecter les règles et normes graphiques établies. De plus, avant l'impression ou la diffusion, l'épreuve du document doit obligatoirement être acheminée au Service des communications pour approbation.

ARTICLE 9.4. NORMES ET PRÉSENTATION GRAPHIQUE

Des normes graphiques encadrent l'utilisation de l'identification visuelle de la Municipalité de La Pêche en vue d'assurer à celle-ci une image homogène et cohérente. L'application de ces normes doit être rigoureusement respectée.

Les normes régissant la disposition et l'impression des documents et de la papeterie sur lesquels figure l'identification institutionnelle de la Municipalité sont déterminées par le Service des communications de la Municipalité. Elles feront l'objet d'une annexe.

L'application et le contrôle des normes graphiques régissant la signature institutionnelle sont assurés par la direction générale afin que leur traitement soit rationnel, conforme et harmonieux.

Toute personne ou tout organisme (employé, graphiste, imprimeur, artiste ou autre) qui utilise ou reproduit l'identification visuelle de la Municipalité de La Pêche doit obtenir l'autorisation du responsable des communications pour ce faire. La personne ou l'organisme susmentionné devra respecter rigoureusement les règles relatives à l'identification visuelle de la Municipalité.

ARTICLE 9.5 UTILISATION SUR DES ARTICLES PROMOTIONNELS

Le Service des communications peut autoriser, dans le cadre d'ententes contractuelles spécifiques ou de politiques institutionnelles, l'apposition du nom, des armoiries, du blason ou de l'identification institutionnelle de la Municipalité de La Pêche, en version monochrome ou polychrome, sur des objets destinés à la vente, à la publicité ou à la promotion.

Toute autre utilisation du nom ou de l'identification institutionnelle de la Municipalité de La Pêche sur des articles promotionnels doit être autorisée par écrit par le Service des communications. Cette autorisation indique les modalités, les buts et l'étendue de l'utilisation projetée et, le cas échéant, les redevances exigibles et les modalités de fabrication et de distribution des objets concernés.

Les modalités et l'étendue de l'autorisation du Service des communications doivent être inscrites dans un contrat signé entre la Municipalité, représentée par le responsable des communications, et le bénéficiaire de l'autorisation. Tout contrat doit se conformer à la politique d'achat de la Municipalité.

Le Service des communications peut exiger un spécimen de tout objet promotionnel portant le nom ou l'identification institutionnelle de la Municipalité de La Pêche pour le déposer dans le fonds d'archives de la Municipalité.

ARTICLE 9.6 SIGNATURE ET SIGNATURE COURRIEL DES EMPLOYÉS

Par souci d'harmonisation et par respect pour l'identité visuelle de la Municipalité de La Pêche, chaque employé doit utiliser la signature courriel obtenue auprès du Service des communications.

ARTICLE 10 : PUBLICITÉ

La Municipalité de La Pêche doit établir avec le milieu où elle est implantée et avec les autres milieux où il y a des clientèles potentielles, des relations actives reposant sur la meilleure communication possible.

La publicité constitue un des moyens de communication entre la Municipalité de La Pêche et ses citoyens, ses partenaires et ses clientèles potentielles, en plus d'être un mode de promotion de l'image de la Municipalité.

ARTICLE 10.1 PRINCIPES DIRECTEURS

La publicité, aux fins du présent document, désigne l'ensemble de l'espace ou du temps acheté dans les médias pour informer les citoyens et faire connaître la Municipalité de la Pêche, ses politiques et programmes, ses réalisations et les différents services qu'elle peut offrir.

Deux modes principaux de publicité sont utilisés :

La publicité d'avis légaux (comprenant les appels d'offres, les offres d'emploi, etc.) et la publicité de promotion qui vise à faire connaître l'image de la Municipalité ou d'un de ses services.

La publicité de promotion peut être de deux ordres :

Elle peut être sollicitée par l'extérieur (p. ex. : invitation par un groupe extérieur à publier un message de courtoisie dans une publication, sollicitations provenant des médias en vue de la publication d'un encart portant sur la Municipalité en vue de la saison touristique);

Elle peut être achetée dans les médias à la suite de décisions d'un service ou de la direction d'annoncer en réponse à un besoin précis (p. ex. : tenue d'activités spéciales, campagne de sensibilisation, avis de nomination, tenue d'événements spéciaux).

ARTICLE 10.2 PUBLICITÉ EN COMMANDITE

Le responsable des communications municipales partage avec le maire et la direction générale la responsabilité de la diffusion des messages tels les vœux, les encouragements, les félicitations, etc. La décision d'acheter de l'espace publicitaire relève du conseil municipal sur recommandation du directeur général ou du responsable des communications.

Dans tous les cas où la Municipalité collabore de près ou de loin à des événements pour lesquels des publications sont réalisées, il doit y avoir un message du maire ou un encart publicitaire sans que la Municipalité soit obligée de déboursier.

ARTICLE 10.3 PUBLICITÉ PROMOTIONNELLE (FORME ET CONTENU)

Les documents concernant la publicité promotionnelle, qu'ils soient écrits, visuels ou radiophoniques ou autres, servent à transmettre un message plus précis. Cette publicité promotionnelle est conçue de façon plus élaborée et utilise des techniques de communication appropriées, telles que dépliant, guide du citoyen, affiche permanente ou temporaire, panneau, brochure, vidéo, etc. La préparation du contenu est la responsabilité du Service des communications en collaboration étroite avec le ou les services concernés, après avoir obtenu l'autorisation du maire et du directeur général.

Dans le but de s'assurer que la présentation générale respecte l'image de la Municipalité, le Service des communications a la responsabilité de vérifier et de corriger, s'il y a lieu, la sémantique des textes, ainsi que de voir à l'application des normes graphiques prescrites dans le cahier des normes.

Le Service des communications supervise la conception, le montage et l'impression de tous les documents qui portent la signature de la Municipalité de La Pêche pour assurer une uniformité.

ARTICLE 10.4 ARTICLES PROMOTIONNELS ET CADEAUX-SOUVENIRS

Le Service des communications encadre la conception des articles promotionnels, qui doivent refléter le souci de la promotion de la Municipalité. Il s'assure que ces articles respectent l'image de marque de la Municipalité, aussi bien du point de vue de la qualité que du bon goût et du prix, et qu'ils s'inscrivent dans un esprit de développement durable. Les cadeaux-souvenirs s'adressant aux invités spéciaux du maire sont choisis et remis par le maire ou son représentant selon les circonstances.

Les souvenirs destinés aux personnes ou groupes de personnes qui ont mérité des honneurs lors de rencontres ou d'activités régionales, provinciales, nationales ou internationales sont choisis et remis par le maire en collaboration avec la direction générale et le responsable des communications.

Dans le choix des cadeaux-souvenirs, une attention toute particulière doit être apportée à la promotion des artistes locaux et des produits du terroir.

ARTICLE 10.5 ACTIVITÉS PROMOTIONNELLES DE LA MUNICIPALITÉ DANS LE CADRE DE SALONS

La Municipalité préparera, avec le concours du Service des communications, une trousse promotionnelle pour sa participation à des salons, et s'assurera que cette trousse reflète l'image de marque de la Municipalité et reste constamment à jour.

ARTICLE 11 : ORGANISATION DE RÉCEPTIONS, CÉRÉMONIES ET ÉVÉNEMENTS

La direction générale ou le responsable des communications sont responsables de voir à l'organisation des réceptions, avec la contribution du service concerné au besoin.

La réception se tient au lieu déterminé par la direction générale en collaboration avec le Service des communications.

Pour les cérémonies civiques ou protocolaires, l'une ou l'autre ou plusieurs des activités suivantes peuvent être comprises :

- présence du maire ou de son représentant;
- présence des conseillers;
- allocutions de circonstance;
- signature du livre d'or;
- remise de souvenirs, s'il y a lieu;
- distribution de matériel d'information ou de promotion;
- présence des médias, s'il y a lieu;
- présence d'une personne attitrée à l'accueil;
- service de traiteur au besoin.

ARTICLE 12 : RELATIONS PUBLIQUES ET ACCUEIL

Les relations publiques et l'accueil sont des activités de communication qui incitent la Municipalité de La Pêche non seulement à recevoir dignement citoyens, invités ou employés, mais aussi à faciliter l'accès des citoyens aux organismes municipaux. Par un accueil chaleureux et hospitalier, la Municipalité favorise de bonnes relations, satisfait à certaines obligations sociales et parfois protocolaires, et crée des liens souvent utiles à la promotion et au développement de la municipalité.

ARTICLE 12.1 : ACCUEIL DES CITOYENS PAR LE CONSEIL MUNICIPAL

Aux séances du conseil municipal, il est important que les locaux soient aménagés de façon à les rendre accessibles aux citoyens. L'ordre du jour doit être disponible pour toute personne qui s'y présente, et les propositions de résolutions affichées sur un écran.

ARTICLE 12.2 : ACCUEIL DES CITOYENS PAR LES EMPLOYÉS

L'image que projette la Municipalité devant le public doit être la préoccupation de tout employé, peu importe sa place dans la hiérarchie. Par conséquent, qu'il soit au comptoir, au bureau, au téléphone, chez un citoyen ou dans la rue, tout employé municipal doit accueillir les citoyens, les contribuables, les fournisseurs, etc., avec empressement et avec une attitude positive.

Pour accueillir le citoyen dans les édifices municipaux, l'employé doit être soucieux de porter une tenue vestimentaire appropriée au poste de travail qu'il occupe.

Chaque employé doit s'assurer de bien comprendre les besoins du contribuable afin de l'acheminer au bon endroit et à la bonne personne.

ARTICLE 12.3 : ACCUEIL DES NOUVEAUX RÉSIDANTS

Dans le but de faciliter l'intégration des nouveaux arrivants, la Municipalité offre une trousse d'accueil, laquelle est mise à jour périodiquement. La trousse peut être distribuée lors de l'émission d'un premier permis de construction de résidence, ou lors du paiement d'un premier compte de taxes. Cette trousse est également disponible sur le site Web.

ARTICLE 13 : PROTOCOLE DE COMMUNICATION/ÉTIQUETTE

ARTICLE 13.1 CONFIDENTIALITÉ

La Municipalité est tenue à la confidentialité des informations personnelles qui lui sont transmises. Elle ne peut pas traiter d'un cas ou d'un dossier en particulier dans les médias ni divulguer de renseignements de nature confidentielle, telles que les informations relatives aux dossiers d'enquêtes.

La Municipalité est soumise à la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels. Cette loi garantit la protection des renseignements

personnels. Aucun renseignement personnel obtenu dans le cadre du travail ni aucune information non publique ne peuvent être divulgués sur les médias sociaux. Tout citoyen qui souhaite obtenir des renseignements précis doit faire une demande d'accès à l'information. Le formulaire de demande d'accès à l'information doit être disponible sur le site Internet de la Municipalité.

ARTICLE 13.2 TON DES ÉCHANGES

Le personnel de la Municipalité doit employer un langage courtois, respectueux et approprié en tout temps, et faire en sorte de dégager dans ses propos les valeurs de la Municipalité de La Pêche.

ARTICLE 13.3 UTILISATION DE LA LANGUE FRANÇAISE

La qualité de la langue utilisée dans les échanges doit être correcte en tout temps. La qualité de la langue utilisée dans les publications de la Municipalité doit être impeccable.

ARTICLE 13.4 CRÉDIT DE L'APPUI DE LA VILLE

Un plan de communication doit faire partie intégrante de toute entente de partenariat conclue entre la Municipalité et une tierce partie.

ARTICLE 14 : COMMUNICATION EN SITUATION D'URGENCE

Les municipalités sont les principaux diffuseurs d'information lors d'une situation d'urgence sur leur territoire¹. La communication en situation d'urgence ou de crise nécessite une excellente préparation pour être efficace et crédible. Elle s'appuie sur les huit grands principes suivants :

1. Aller vite en communiquant rapidement (dans un délai de deux heures) avec les publics concernés pour donner l'information de base et l'essentiel des faits et expliquer les mesures mises en œuvre;
2. Anticiper à moyen terme en imaginant l'évolution de la situation dans les heures et les jours à venir et les moyens à prendre (méthode des scénarios);
3. Être une source d'information crédible pour obtenir et conserver la confiance de tous les acteurs de l'événement en désignant un responsable qui sera la seule et unique porte d'entrée et de sortie de l'information.
4. Être en phase avec la perception et la nature de l'événement qui n'est pas la même selon qu'il s'agisse des médias ou du public; la perception de la situation est basée sur les émotions.
5. Positionner la crise en se comportant en fonction des valeurs éthiques de la Municipalité et émettant un message clair au public sur les positions et choix prioritaires.

¹ Ministère de la sécurité publique. (2015). Québec en alerte. *Foire aux questions*. Repéré à <https://alerte.securitepublique.gouv.qc.ca/faq.html>

6. Répondre immédiatement aux accusations et aux confusions, car le silence, dans cette situation, est perçu par le public comme un aveu de culpabilité;

7. Mobiliser et coordonner les ressources internes et externes en informant prioritairement les employés clairement et sur la base de la confiance. Au besoin, on pourra faire appel à des experts externes qui ajouteront de la crédibilité à la communication.

8. Mettre en place des actions pouvant influencer sur le cours de la crise en annonçant les mesures immédiates de solidarité ou de protection pour rassurer ou signifier l'engagement institutionnel, l'attitude responsable ou la volonté de transparence.

ARTICLE 14.1 MESURES PRISES PAR LA MUNICIPALITÉ DE LA PÊCHE EN CAS DE COMMUNICATION D'URGENCE

L'Organisation municipale de la sécurité civile (OMSC) de la Municipalité de La Pêche regroupe les personnes ci-dessous. Cette organisation représente une adaptation de l'organisation municipale visant à permettre de coordonner et mettre en œuvre les interventions nécessaires lors d'un sinistre.

- Coordonnateur municipal de la sécurité civile
- Coordonnateur municipal de la sécurité civile adjoint
- Responsable Administration/Finances
- Responsable Sécurité incendie
- Responsable Communications
- Responsable Sécurité des personnes
- Responsable Services aux personnes sinistrées
- Responsable Services techniques
- Responsables Transports

Le coordonnateur municipal de la sécurité civile est la personne désignée par le conseil municipal pour exercer le leadership au sein de l'OMSC, afin de favoriser la concertation stratégique entre les divers intervenants municipaux. Il constitue le lien direct entre les différents services municipaux, le site et les autorités municipales. Il peut également faire le lien avec le palier gouvernement régional.

Dans un souci de transparence et pour bien informer les publics, certaines personnes pourraient être invitées ponctuellement à se joindre à cette organisation, selon leur domaine d'expertise et selon les besoins.

Les rôles et responsabilités

Le coordonnateur et porte-parole de la Municipalité en situation de crise est le directeur général. À moins qu'il n'en ait donné l'autorisation expresse à une autre personne, le directeur général est le seul autorisé à s'adresser aux représentants des médias en situation d'urgence.

Le Service des communications de la Municipalité est chargé de la rédaction et de la diffusion des communiqués, avis ou autres documents destinés à informer la population sur les actions ou mesures à prendre. Il est aussi chargé d'informer les employés de façon prioritaire.

Le Service des communications doit être tenu informé de tout événement pouvant comporter un risque, qu'il soit faible ou élevé, pour la santé et la sécurité des citoyens. Il est d'office la principale source d'information de la Municipalité et, pour cette raison, l'ensemble des services municipaux doivent collaborer étroitement avec lui.

Plusieurs moyens de communication peuvent être employés selon le niveau d'urgence décrété.

ARTICLE 15 : DISPOSITIONS FINALES

ARTICLE 15.1 APPLICATION

La direction générale et le responsable des communications sont responsables de l'application de la présente politique et des procédures et directives qui en découlent, et assurent les contrôles requis.

Les informations contenues dans le présent document ne prévalent pas sur la loi et la réglementation municipale en vigueur.

ARTICLE 15.2 PÉRIODE D'APPLICATION

La politique sera appliquée pour une période initiale d'un an, au terme de laquelle des ajustements pourront être apportés au besoin. Par la suite, la durée d'application de la politique avant révision sera synchronisée avec la durée du plan d'action.

ARTICLE 16 : PLAN D'ACTION

Un plan d'action sera élaboré et adopté tous les trois ans.

ANNEXE I

PROCÉDURES RELATIVES AUX DEMANDES D'INFORMATION ACHEMINÉES AUX SERVICES

Demandes d'information de nature administrative

En matière de communications, les directeurs de service sont autorisés à répondre par eux-mêmes, ou par l'intermédiaire des personnes désignées à cette fin, aux différentes demandes de renseignements de nature administrative, par exemple l'horaire de la bibliothèque, les règlements municipaux, les comptes de taxes, etc., et, à ce niveau, l'intervention du Service des communications n'est pas nécessaire.

Demandes d'information provenant des médias

Il arrive régulièrement que les représentants des médias demandent des renseignements complémentaires au sujet d'événements, de nouvelles, d'incidents, etc. Si, pour une raison ou une autre, ces derniers s'adressent à l'un des différents services, la demande doit être transférée au Service des communications ou, en son absence, au directeur général, pour s'assurer qu'un suivi est donné et qu'il y a cohérence dans les propos divulgués.

Quand la situation le requiert, les directeurs de service peuvent être amenés à faire une déclaration publique et à accorder des entrevues; cependant le tout devra au préalable être autorisé par le directeur général. Les parties devront en informer le Service des communications pour qu'il puisse effectuer un suivi auprès des médias au besoin. Des situations imprévisibles comme un incendie peuvent amener le directeur de service à s'entretenir sur place avec les médias, mais il devra s'en tenir aux éléments factuels nécessaires pour dresser le portrait de la situation. Le Service des communications assurera le suivi avec les médias.

ANNEXE II

NORMES DE SERVICE EN MATIÈRE DE COMMUNICATIONS PROFESSIONNELLES

La manière dont la Municipalité traite ses clients dans le cadre des échanges verbaux ou écrits témoigne du respect qu'elle porte à ses différents clients et de son souci d'efficacité. L'employé qui lui répond doit reformuler l'information pour s'assurer que le client a bien compris les éléments essentiels, et doit manifester en tout temps une attitude pressée et ouverte.

7.1.5.1 L'accusé de réception

Un accusé de réception doit être envoyé dans des délais raisonnables suivant la réception de toute demande, par courrier si la demande a été reçue par courrier et par courriel si la demande a été reçue par courriel. L'accusé de réception devra préciser le délai normal de traitement d'une demande de la nature concernée et indiquer qu'un suivi sera effectué au bout de ce délai.

7.1.5.2 Le traitement des demandes

Le service concerné a pour tâche première de déterminer si la lettre ou le courriel reçus sont envoyés pour information seulement, ou pour action. Dans ce dernier cas, la norme appliquée par la Municipalité prévoit une réponse dans un délai conséquent à la nature de la demande.

7.1.5.3 Traitement des plaintes

Les plaintes et requêtes des citoyens sont suivies par le département concerné sous la supervision de la direction générale. L'employé municipal qui reçoit une requête ou une plainte doit immédiatement saisir la requête ou la plainte dans le système Qualité des services. Si la requête ou la plainte est formulée par téléphone, l'employé devra s'assurer de fournir verbalement au client le numéro de référence. Dans le cas d'une plainte formulée par écrit, l'employé devra envoyer un accusé de réception au citoyen avec le numéro de référence attribué à la demande. La requête ou la plainte devra être envoyée au service concerné qui devra en assurer le suivi dans les meilleurs délais.

ANNEXE III

CHARTRE ÉDITORIALE DE LA MUNICIPALITÉ DE LA PÊCHE

CHARTRE ÉDITORIALE

L'objectif de ce document est de décrire les principes, les pratiques et les politiques suivies par la Municipalité de La Pêche dans ses communications officielles, afin de favoriser une cohérence à l'échelle de l'ensemble des communications de la Municipalité et des plateformes qu'elle utilise pour communiquer.

Principes

La Municipalité adhère au principe de communications transparentes en temps opportun et de pratiques claires et non équivoques permettant de tenir les citoyens informés des questions qui les touchent.

Appellations

Dans ses communications, la Municipalité de La Pêche utilisera l'appellation « La Pêche » pour désigner le territoire et la communauté dans son ensemble, et l'appellation « la Municipalité » pour désigner la gouvernance et l'appareil administratif, à moins de devoir employer l'appellation « Municipalité de La Pêche » au long pour éviter toute confusion.

Ton des échanges

La Municipalité s'engage à conserver en tout temps un discours institutionnel respectueux, soigné, inclusif et accessible, à faire preuve de courtoisie et à éviter les familiarités.

Accessibilité

La Municipalité s'engage à tenir compte, dans ses outils de communication, de ce qui peut faciliter la lecture et le repérage de l'information.

Langue officielle

Les communications de la Municipalité s'effectuent en français, mais le personnel peut répondre dans une autre langue, à la demande d'une personne physique. La Municipalité s'engage à préserver en tout temps, dans ses communications, une langue de qualité.

Communications avec les citoyens

Dans ses communications, la Municipalité adopte un comportement respectueux, responsable et diligent. Elle accuse réception officiellement de la communication en précisant les modalités et délais habituels du traitement de sa demande.

La Municipalité s'engage à s'assurer que le citoyen a obtenu toute l'information utile et l'a bien comprise. Elle maintiendra une communication avec le citoyen jusqu'à ce qu'il ait obtenu la réponse la plus complète possible à sa demande.

Plateformes de communication

Toutes les plateformes de communication de la Municipalité auront leur propre ligne éditoriale arrimée à la présente. Les textes, photos et contenus informatifs doivent respecter les droits d'auteur, se fonder sur des sources fiables et être fidèles à l'image de marque de la Municipalité.

Publicité et promotion

Toute publicité et promotion à laquelle la Municipalité est associée doit être de bon goût, respecter les normes graphiques et avoir été approuvée au préalable par le Service des communications.