



Politique no. :

POLITIQUE DE COMMUNICATION

Date d'entrée en vigueur : Le 16 mai 2018

Résolution no. : C.M. 2018-05-06

Dans le présent document, les termes employés pour désigner des personnes sont pris au sens générique; ils ont à la fois valeur d'un féminin et d'un masculin.

La Politique de communication de la MRC de Pontiac

Préparée par : Danielle Belec, conseillère stratégique aux communications — 20 octobre 2017

TABLE DES MATIÈRES

ENTRÉE EN VIGUEUR	5
APPLICATION	5
CONTEXTE.....	5
Objectifs de la politique de communication	5
ÉNONCÉS DIRECTEURS	5
RÔLES DES INTERVENANTS EN COMMUNICATION	6
La préfète	6
Les membres du Conseil.....	6
Le directeur général, les directeurs de service et les employés	6
Communications externes	6
Communications internes	6
Demandes des médias	7
La conseillère stratégique en communication	7
LE MANDAT DU SERVICE DE COMMUNICATION.....	7
La communication interne	8
Les objectifs :.....	8
Les tâches :.....	8
La communication externe et les relations de presse	8
Les objectifs :.....	9
Les tâches :.....	9
Services linguistiques	9
L'IMAGE DE MARQUE.....	9
LES MOYENS DE COMMUNICATION.....	10
Le site Internet de la MRC de Pontiac	10
Le site Internet touristique.....	10
Les médias sociaux	10
Facebook	11

Twitter.....	11
LinkedIn.....	12
YouTube.....	12
Instagram.....	12
La presse.....	12
Les demandes d’information et d’entrevues.....	12
Comment traitée une demande des médias.....	12
La conférence de presse.....	13
Le communiqué de presse.....	13
Le breffage de la préfète.....	13
Le point de presse.....	13
Visibilité et promotion.....	14
Les allocutions et présentations.....	14
Les dons et commandites.....	14
Les notes ou cartes de félicitations, remerciements et sympathies.....	14
L’information aux citoyens.....	14
L’avis public.....	14
La consultation publique (sondages et enquêtes maison).....	14
Les séances du Conseil de la MRC.....	14
Les demandes d’accès à l’information.....	15
L’accueil et l’approche des citoyens.....	15
LE MARKETING TERRITORIAL.....	15
La publicité et le publireportage.....	15
Le contenu et la présentation.....	15
Les objets promotionnels.....	15
LA COMMUNICATION DE CRISE ET LES MESURES D’URGENCE.....	15
DOCUMENTS DE RÉFÉRENCE.....	15

POLITIQUE DE COMMUNICATION DE LA MRC DE PONTIAC

ENTRÉE EN VIGUEUR

La présente politique entre en vigueur le 16 mai 2018.

APPLICATION

La présente politique s'adresse à la préfète, au Conseil et aux employés de la MRC de Pontiac.

CONTEXTE

Les communications sont essentielles au travail de la MRC de Pontiac et contribuent directement à accroître la confiance de ses divers publics envers elle.

Après plus de 30 années d'existence, la MRC de Pontiac a évolué. De nouvelles compétences s'y sont greffées, comme par ex. le développement économique, la protection de l'environnement, le marketing territorial, les mesures d'urgences... et avec elles, la mise en place des services nécessaires pour les assumer.

Aujourd'hui, la MRC de Pontiac compte près de 40 employés répartis dans huit services et a une préfète élue, à temps plein, ce qui alourdit sensiblement la charge de travail au service des communications.

De plus, l'évolution de la communication numérique et le phénomène des réseaux sociaux, ont contribué à une demande accrue de services et d'information de la part des

divers départements, des médias et des publics et clientèles cibles.

La présente politique établit les lignes directrices et définit clairement les cadres d'intervention pour les communications, afin de rehausser l'efficacité et la productivité du service.

Elle repose surtout sur une volonté de répondre aux attentes et aux besoins d'information des divers publics.

Objectifs de la politique de communication

- Informer les élus, les employés et les partenaires des règles entourant le processus de communication;
- Adopter une démarche cohérente et efficace en matière de relations de presse;
- Assurer la bonne utilisation des outils de communication;
- Assurer la qualité et l'efficacité des activités de communication;
- Établir les valeurs à privilégier dans toutes les communications;
- Respecter les diverses lois visant la diffusion de l'information.
- Assurer la bonne utilisation de l'image de marque.

ÉNONCÉS DIRECTEURS

La MRC de Pontiac a le devoir de :

- Rendre compte à la population de ses décisions, actions et orientations;
- Faciliter l'accès à l'information à tous les dossiers d'intérêt public;
- S'assurer que toute communication soit objective, factuelle, claire, simple et non partisane;

- Assurer aux employés un environnement de travail inclusif et agréable;
- Protéger la confidentialité de certains renseignements, en conformité avec la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels;
- Produire et diffuser toute communication qui s'adresse aux citoyens en anglais et en français.¹

RÔLE DES INTERVENANTS EN COMMUNICATION

La préfète

La préfète est la première officière de communication de la MRC de Pontiac et elle en est la porte-parole officielle.

En sa qualité de chef du Conseil de la MRC, la préfète fait toute déclaration publique relative aux affaires de la MRC. Elle peut s'exprimer au nom du Conseil ou en son nom personnel. Si elle le fait au nom du Conseil, ses propos doivent respecter les décisions ou orientations du Conseil.

Les membres du Conseil

Les membres du Conseil de la MRC peuvent faire des déclarations publiques (verbale ou écrite) d'ordre personnel, mais ne peuvent s'exprimer au nom du Conseil sans le consentement explicite de ce dernier ou de la préfète.

¹ Selon les termes de la Loi 101, la MRC de Pontiac jouit d'un statut « bilingue » en raison de sa majorité d'habitants (68,5 %) de langue maternelle anglaise.

Le directeur général, les directeurs de service et les employés

Communications externes

Le directeur général de la MRC et les directeurs de service peuvent diffuser des informations relatives au fonctionnement et aux services de la MRC, ou fournir des renseignements techniques relevant de leur compétence.

Cependant, aucun employé, quel que soit son échelon, ne doit publiquement commenter les décisions du Conseil ou s'engager dans des questions politiques.

Les employés doivent aussi consulter le service des communications avant toute diffusion d'information de nature médiatique ou publique fait au nom de la MRC et en lien avec les affaires de la MRC, y compris la diffusion de messages dans les médias sociaux tels Facebook, Twitter, YouTube, Instagram et autres.

Communications internes

Le directeur général est l'ultime responsable des communications internes. Il travaille en étroite collaboration avec le service des communications dans la gestion du partage d'information entre la MRC et l'ensemble des employés sur les projets, programmes et enjeux d'intérêt public.

Pour leur part, les directeurs de service doivent assurer que les employés à leur charge aient accès à toute information pertinente à l'exercice de leurs fonctions. Ils doivent aussi encourager les membres de leur équipe à entretenir de bonnes relations avec les clients et de favoriser l'échange d'information avec leurs collègues de travail.

Demandes des médias

Le service des communications est la porte d'entrée pour toute demande des médias. Les employés doivent aviser le service des communications de toute demande directe d'entrevue ou de renseignements, ou diriger les journalistes immédiatement vers le service des communications, sauf pour les demandes d'accès à l'information qui sont traitées par l'adjointe administrative à la direction. (V. « Comment traiter une demande des médias », p.12, pour plus d'information.)

La conseillère stratégique en communication

La conseillère stratégique en communication veille à la mise en place de la politique de communication et à la planification stratégique des communications.

Elle est la personne ressource auprès des médias et la responsable des relations de presse. Elle achemine les demandes d'entrevues à la préfète ou aux directeurs de service, selon la nature de la demande et effectue les recherches nécessaires. Elle a le mandat de répondre aux demandes des journalistes dans les meilleurs délais possible, avec neutralité, transparence et probité. Au besoin, elle se réfère au code d'éthique de sa profession.

La Conseillère stratégique en communication est également au service du Conseil de la MRC dans la préparation et la diffusion des éléments de communication en lien avec les réunions du Conseil, et peut, au besoin, être la porte-parole pour toute question d'ordre technique en lien avec les décisions du Conseil.

La conseillère stratégique en communication agit aussi à titre d'experte-conseil auprès de la

préfète et du Conseil de la MRC, de l'administration, des différents services, de la Table GIRTO et de l'organisme Fibre Pontiac. Elle analyse les besoins en matière de communication et encadre la diffusion des informations et de l'image de marque de la MRC.

LE MANDAT DU SERVICE DE COMMUNICATION

Le Service de communication fait le lien entre la MRC et ses publics (médias, municipalités locales, partenaires stratégiques, employés...) dans la diffusion des informations. Il est sollicité par tous les départements de la MRC, la préfète et l'administration, ce qui peut conduire à un certain étranglement dans les délais de traitement. Pour assurer l'efficacité du service, le département des communications exige, en temps normal, des délais raisonnables pour la production des outils de communication, par ex., un délai de trois jours ouvrables pour la production d'un communiqué de presse et de cinq jours ouvrables pour l'organisation d'une conférence de presse.

Toute demande est traitée en fonction de l'urgence de la demande et de la disponibilité d'un agent de communication.

Le Service de communication a pour mandat :

- De veiller à la mise en place des plans de communication interne et externe et assurer leur mise-en-œuvre;
- D'informer les publics de la MRC par l'entremise des outils de communications appropriés à sa disposition;
- De créer et entretenir tous les outils de communication nécessaires pour atteindre les publics clés, et ce, en fonction des

ressources financières et humaines disponibles;

- D'effectuer une veille médiatique quotidienne;
- De conseiller les employés de la MRC, la haute direction et les membres du Conseil en matière de communication;
- De veiller à la bonne utilisation de l'identité visuelle de la MRC et à la protection de la réputation de la MRC.

La communication interne

Les employés de la MRC de Pontiac, les élus et la direction des municipalités sont nos plus grands ambassadeurs et vecteurs d'information de premier plan auprès de la population. La MRC a donc grand intérêt à assurer qu'ils soient bien renseignés sur tous les projets, programmes et enjeux d'intérêts publics en temps opportun afin de les préparer à répondre correctement aux interrogations. Idéalement, les employés et les élus devraient être informés avant que les citoyens le soient.

Pour ce qui est de la communication aux employés, le service des communications travaille en étroite collaboration avec la direction de la MRC de Pontiac dans la gestion du partage d'information entre la direction et l'ensemble des employés.

Les objectifs :

- Transmettre les valeurs, la mission et les orientations de la MRC;
- Forger le sentiment d'appartenance des employés;
- Contribuer à une saine relation de travail entre la direction et les employés;
- Assurer le partage d'information véridique avec les citoyens.

Les tâches :

- Diffuser les « nouvelles » de la MRC et transmettre toute information d'intérêt public aux employés et aux municipalités en temps opportun;
- Définir les normes de professionnalisme et d'uniformité pour les signatures électroniques et les messages d'accueil des boîtes de messagerie vocale et en assurer la conformité;
- Assurer la mise à jour et la diffusion électronique du « Guide d'intégration des nouveaux élus »;
- Au besoin, rédiger la correspondance officielle du bureau de la préfète destinée aux paliers gouvernementaux supérieurs;
- Planifier les rencontres d'équipe du directeur général;
- Chapeauter l'organisation d'événements sociaux de la MRC, p. ex. : la soirée de Noël, l'échange de cadeaux et le repas-partage des fêtes, les fêtes de départ des employés, les cérémonies de reconnaissance des employés...;
- Épauler la direction dans toute initiative en lien avec les ressources humaines, p. ex. : offres d'emploi, programme de reconnaissance des employés, pochette d'accueil des employés...

La communication externe et les relations de presse

Le Service de communication contribue au rayonnement régional de la MRC. Il est responsable de toute diffusion d'information d'intérêt public relative au fonctionnement de la MRC, y compris les services, programmes de financement, décisions du Conseil des maires, grands projets de développement économique, mesures en situation d'urgences, etc.

Les objectifs :

- Favoriser la diffusion de l'information transparente aux citoyens, c.-à-d., des communications plus fréquentes et une approche renouvelée adaptée à la MRC d'aujourd'hui;
- Entretenir de bonnes relations de presse avec les médias régionaux.

Les tâches :

- Rédiger et mettre en œuvre les plans de communications pour les projets d'envergure où les enjeux exigent une stratégie complexe;
- Rédiger et diffuser les informations reliées aux opérations de la MRC;
- Coordonner les événements de communication médiatique, y compris le breffage mensuel de la préfète;
- Rédiger ou réviser les communiqués de presse et les diffuser aux médias appropriés;
- Créer et entretenir les dossiers de presse électroniques pour les projets d'envergure;
- Assister aux séances du Conseil de la MRC et à toute autre activité ou consultation publique à laquelle les médias sont invités à participer.

Services linguistiques

Un sondage auprès des employés effectué en 2016 indique un fort besoin en matière de traduction du français à l'anglais (93%) et (53%) de l'anglais vers le français. De plus, 60% ont besoin de faire réviser leurs textes anglais et 13% leurs textes français.

Ces besoins en matière de services linguistiques créent une forte demande de services du département de communication, qui ne possède pas les ressources nécessaires pour assumer la traduction de tous les textes. Au besoin, le service des communications

dirige les « créateurs de contenu » vers des traducteurs professionnels, de façon à assurer la qualité du contenu et de libérer le département pour les besoins de révision et vérification du contenu à l'intention des médias.

L'IMAGE DE MARQUE



L'identité visuelle de la MRC de Pontiac constitue la représentation graphique de la figure et de la coiffe du chef amérindien, Pontiac. L'utilisation du logo est régie par une série de normes, énoncée dans le « Guide de normes graphiques de la MRC de Pontiac. » L'usage du logo est strictement réservé à la MRC de Pontiac et aux publications en lien avec la gouvernance et l'administration de la MRC.



La MRC de Pontiac détient également l'image de marque « Pontiac Outaouais » qui est surtout utilisée, mais sans s'y limiter, à la promotion de la destination touristique. Ses couleurs évoquent la nature généreuse d'eau et de forêt du territoire du Pontiac.

Ce logo peut aussi être utilisé à des fins de promotion du territoire en tant que terre

d'opportunités dans les secteurs de la foresterie, de l'agriculture, des affaires et des communautés sociales.

L'utilisation du logo et du slogan « Riche de découvertes » est régie par une série de normes énoncée dans le Cahier de normes graphiques.

LES MOYENS DE COMMUNICATION

Le site Internet de la MRC de Pontiac

mrcpontiac.qc.ca — Le développement, la gestion et la mise à jour du site Internet de la MRC de Pontiac relèvent du service des communications, en collaboration avec les employés de la MRC.

Le site comprend les informations pertinentes concernant la gouvernance de la MRC et de son TNO, ainsi que les services et programmes relevant de ses compétences, un centre de documentation et une section entière dédiée aux médias et aux nouvelles de la MRC.

De plus, le site Internet renferme des liens vers les organismes partenaires et promoteurs, p. ex. : Association touristique, SADC, SAAQ...

La mise à jour se fait au besoin et à la demande du « gardien de l'information » de chaque département, qui assure l'actualisation du contenu.

Le site Internet touristique

tourisme-pontiac.com — La gestion et la mise à jour du site Internet touristique relèvent de la commissaire au tourisme. Ce site fait la promotion de l'offre touristique du Pontiac.

Au besoin, le Service des communications agit en tant que conseiller technique dans le développement du site.

Les médias sociaux

Les directeurs de services doivent s'assurer que tous les employés sous leur charge aient pris connaissance du contenu de la Politique d'utilisation des médias sociaux.

La MRC est présente dans les réseaux sociaux les plus fréquentés (Facebook, Twitter et LinkedIn) et dans les grands sites de partage de médias (YouTube et Instagram).

Comme la plupart des communications vers un public externe, la gestion des médias sociaux relève du Service des communications qui assure la qualité du contenu.

L'agente de marketing territorial, la commissaire au tourisme et tout autre employé préalablement désigné peuvent collaborer à la diffusion de messages dans les réseaux sociaux de la MRC, sous réserve des conditions de publication qui suivent.

Directives éditoriales et graphiques

- Les publications se limitent à des fins professionnelles et doivent être en lien avec les responsabilités, mandats et réalisations de la MRC;
- Les publications doivent être faites en anglais et en français et la qualité de la langue doit être impeccable;
- Les publications doivent être vraies et fondées; elles doivent éviter d'induire le public en erreur et de créer des rumeurs;
- Les publications à caractère partisan, religieux ou revendicateur sont interdites;
- L'employé doit effectuer une veille régulière des échanges consécutifs à son intervention et retirer tout commentaire

du public qui ne respecte pas la n tiquette de la page Facebook de la MRC;

- Un commentaire négatif du public, s’il est pertinent et respectueux, ne doit pas être retiré;
- Les employés ne doivent pas se livrer à des débats avec le public. Que très rarement, devront-ils répondre à une question directe, ou corriger une fausse information pouvant induire le public en erreur;
- Les employés doivent alerter le service des communications de tout dérapage dans nos réseaux sociaux;
- Les gestionnaires de la page Facebook de la MRC doivent se concerter afin de coordonner la diffusion des messages.

Facebook
(/mrcpontiac)

Sur les réseaux sociaux, comme ailleurs, l’apparence est déterminante sur l’impression que l’on veut laisser. Il faut donc peaufiner notre image pour avoir une présentation irréprochable à tous les niveaux.

Une image partagée est l'une des formes de partage les plus courantes sur Facebook. Ces images apparaîtront toujours dans notre page et, idéalement, dans la plupart des flux d'actualités de nos abonnés. C’est pourquoi, autant que possible, les annonces de la MRC seront accompagnées d’une **tuile graphique*** ou **photo** (validées par le Service des communications) et d’un **lien hypertexte** renvoyant nos abonnés vers le site Internet de la MRC ou touristique, selon le type d’information.

*   l’heure actuelle, Facebook recommande une taille de téléchargement de 1,200 x 639 pixels.

sproutsocial.com/insights/social-media-image-sizes-guide est une excellente source pour la taille des médias recommandée par les divers réseaux sociaux.

Type de contenu à privilégier : Facebook est le réseau social le plus utilisé dans le monde et l’un des meilleurs moyens de transmettre un message aux citoyens. Par sa popularité, Facebook est l’outil à privilégier en situation d’urgence.

Les autres types de communications adaptées à Facebook sont :

- Les annonces d’ v nement, de concours, de consultation publique, de sondage...;
- La présentation d’un nouvel employé;
- La conférence de presse ouverte au public.

La fonction principale de la page Facebook de la MRC est d'afficher les messages de la MRC. Cependant, sur demande, et à la discrétion du Service des communications, des messages d'intérêt public provenant d'autres organismes peuvent être affichés s'ils sont conformes à la politique de communication de la MRC et respectent les directives graphiques pour les publications Facebook.

Twitter
(/mrcpontiac)

Le recueil des journalistes et des politiciens, le microblogue   280 caractères se livre très bien à la diffusion des grands titres de la MRC. Le tweet doit toujours être accompagné d’un lien* dirigeant les abonnés vers le blogue des nouvelles du site Internet de la MRC.

* Parce que la limite de caractères importe sur Twitter, la MRC utilise la plateforme de gestion des liens Bitly (bit.ly) pour raccourcir le lien vers le site Internet.

Si cela est possible ou approprié, il convient d'ajouter une tuile graphique*, une photo ou une vidéo au tweet accompagné du hashtag #mrcpontiac.

* À l'heure actuelle, Twitter recommande une image carrée de 400 x 400 pixels; la taille du fichier ne doit pas dépasser 2 Mo.

Type de contenu à privilégier : La MRC de Pontiac utilise Twitter principalement pour informer les journalistes et les élus à l'extérieur de ses frontières. Rare est le cas qu'un tweet ne renvoie pas l'abonné vers un article ou une nouvelle publiée dans le site Internet de la MRC.

La MRC reconnaît l'évolution des médias sociaux et la nécessité de s'adapter aux besoins de ses divers publics. Ce réseau sera également utilisé pour communiquer directement avec les citoyens dès que l'usage local le justifiera.

Le retweet : L'objectif du retweet est essentiellement le même que celui d'un tweet, soit de renvoyer les journalistes et les élus vers un article correspondant dans le blogue des nouvelles de la MRC.

LinkedIn

LinkedIn se positionne comme un genre de « Facebook » pour entreprises. En effet, LinkedIn compte parmi ses abonnés, les plus grosses sociétés au monde. Il est un haut lieu d'échange professionnel et un excellent outil de recherche d'emploi. D'ailleurs, la MRC publie la plupart de ses offres d'emploi sur le réseau LinkedIn.

YouTube

La chaîne YouTube sert de recueil de toutes les vidéos produites et diffusées par la MRC. Cette plateforme facilite le partage de vidéo sur les sites Internet et les autres réseaux sociaux par

l'entremise d'un simple lien hypertexte ou intégré dans une page web.

Les vidéos diffusées sur la page YouTube officielle de la MRC doivent être de bonne qualité et respecter les droits d'auteur. En aucun cas un employé de la MRC ne publiera une vidéo que la MRC ne possède pas sans le consentement écrit du propriétaire des droits d'auteur.

Instagram

On dit souvent qu'une image vaut mille mots; ce dicton prend tout son sens avec Instagram. Puisque ce type de communication est beaucoup moins formel, notre comportement peut l'être aussi, tout en restant professionnel.

La presse

Les demandes d'information et d'entrevues

La MRC de Pontiac incite les membres des médias à contacter le Service des communications pour toute demande d'information ou d'entrevue, en publiant les coordonnées de la conseillère stratégique en communications dans son site Internet. Dans le but de développer et maintenir une relation de confiance avec les médias, ces demandes sont traitées dès que possible et au plus tard, **dans les deux heures suivant la réception de la demande**. Le Service des communications s'assure que les journalistes obtiennent l'information dont ils ont besoin au bon moment et auprès des bonnes personnes.

Comment traiter une demande des médias

Il arrive que les membres des médias contactent un employé directement. Les gestionnaires de département peuvent consulter le Service des communications pour obtenir des conseils et du soutien au besoin,

mais ils sont libres de répondre aux médias à tout moment.²

Les autres employés qui sont contactés par les médias doivent suivre les directives suivantes :

Contact par téléphone ou en personne :

1. Informer le journaliste qu'il doit contacter le Service des communications de la MRC.
2. Si le journaliste insiste, obtenir les informations énumérées ci-dessous et les envoyer immédiatement au Service des communications.
 - Nom du journaliste
 - Média qu'il représente
 - Adresse de messagerie électronique
 - Numéro de téléphone
 - Nature de la demande
 - Date/heure limite de la demande
3. Ne jamais promettre une entrevue ou confirmer qui est le porte-parole approprié.
4. Ne pas confirmer ou refuser aucune information.
5. Dites au journaliste que quelqu'un du Service des communications leur répondra dès que possible.

Contact par courriel :

1. Ne pas répondre.
2. Transférer le message immédiatement au Service de communication. Ne pas mettre les journalistes en copie.

La conférence de presse

La conférence de presse sert à annoncer une **actualité importante**, ou une **information complexe ou sensible**, à lancer un **événement**, à présenter un **bilan d'action** ou à faire **visiter un lieu** (en avant-première). Le Service des communications coordonne les conférences de presse, en collaboration avec la préfète, le directeur général et tout autre employé impliqué dans la conférence. La préfète agit à titre de porte-parole.

Le communiqué de presse

Le communiqué de presse sert à faire connaître une nouvelle importante de la MRC.

Avant de lancer un projet de communiqué, les employés doivent s'adresser au service des communications afin de déterminer s'il est le moyen de communication approprié.

Les communiqués sont validés et diffusés par le service des communications, qu'ils aient ou non été rédigés par celui-ci.

Le breffage de la préfète

Immédiatement après l'assemblée mensuelle du Conseil de la MRC, la préfète, accompagnée de la conseillère stratégique en communication, tient une séance d'information avec les journalistes. Le cas échéant, le service des communications prépare et remet aux journalistes les documents d'information appropriés (p. ex. communiqués ou bref) sur les grands sujets d'intérêt public abordés lors de l'assemblée.

Le point de presse

Les points de presse sont coordonnés par le service des communications, en collaboration avec la préfète et le directeur général. Le point de presse est tenu de façon spontanée et porte sur une prise de position importante de

² Les journalistes sont souvent liés par des délais courts; nous nous efforçons donc de répondre à leurs besoins aussi rapidement que possible.

la MRC. Les médias doivent être convoqués minimalement deux heures à l'avance.

Le point de presse est l'outil de presse à privilégier en cas de sinistre; seule la préfète ou sa suppléante, le directeur général, la conseillère stratégique en communication et le coordonnateur en sécurité publique et civile sont autorisés à prendre la parole.

Visibilité et promotion

Les allocutions et présentations

À l'occasion, la MRC est invitée à adresser des allocutions lors d'événements divers. La préfète est la personne habituellement désignée, à moins que la participation d'une autre personne soit jugée plus pertinente. Le service des communications peut offrir un accompagnement dans la préparation des allocutions et des présentations.

Les dons et commandites

Une commandite de la MRC de Pontiac se fait en échange de visibilité, laquelle est proportionnelle à l'importance de la contribution, selon la *Politique de commandite de la MRC de Pontiac*. Notez que toute diffusion « grand public » du logo de la MRC doit d'abord être approuvée par le Service des communications.

Les notes ou cartes de félicitations, remerciements et sympathies

La MRC transmet des lettres ou des cartes de façon ponctuelle auprès des employés, des membres du conseil, des élus locaux ou de promoteurs en guise de félicitations, de remerciements ou de sympathies. Ces communications sont généralement signées

par la préfète ou, selon le cas, par les employés.

L'adjointe administrative à la direction, en collaboration avec le Service des communications, est responsable de la rédaction et transmissions de ces messages.

L'information aux citoyens

L'avis public

En vertu des lois auxquelles elle est assujettie, la MRC de Pontiac publie ses avis publics sur le site Internet de la MRC, dans le *Journal du Pontiac* (journal distribué gratuitement dans tous les foyers du Pontiac) et sur les babillards situés à l'entrée principale de la MRC et dans la salle d'attente du bureau d'immatriculation.

L'avis public doit toujours être validé par le directeur général de la MRC.

La consultation publique (sondages et enquêtes maison)

La MRC procède, de façon obligatoire ou facultative, à des consultations publiques, sondages ou enquêtes maison. Par le biais du Service des communications, du directeur général et des directeurs de service, la MRC déploie tous les efforts possibles afin de susciter la participation du plus grand nombre aux activités de consultation, y compris des invitations lancées aux médias locaux.

Toute consultation publique doit, au préalable, être approuvée par le directeur général de la MRC.

Les séances du Conseil de la MRC

Les séances mensuelles du Conseil de la MRC et sont ouvertes au public.

- La responsable des communications accueille les journalistes et leur remet les documents à leur intention.

- La greffière accueille le public et les dirige vers les sièges appropriés au besoin.
- Le directeur général accueille et présente les conférenciers.

Les ordres du jour et les procès-verbaux des séances publiques sont diffusés sur le site Internet de la MRC.

Les demandes d'accès à l'information
Les demandes d'accès à l'information sont régies par la *Loi sur l'accès aux documents et la protection des renseignements personnels*. Elles sont acheminées au directeur général et à l'adjointe administrative à la direction, qui traite les demandes.

L'accueil et l'approche des citoyens
Les employés doivent faire preuve de courtoisie et de professionnalisme lors d'un entretien avec un citoyen, qu'ils soient par téléphone, chez le contribuable ou dans la rue. L'image que projette la MRC de Pontiac est l'affaire de tous.

LA COMMUNICATION MARKETING

La publicité et le publireportage

Le contenu et la présentation
Afin de surveiller la présentation générale de l'image de la MRC de Pontiac, le Service de communications a la responsabilité de vérifier et de corriger, le cas échéant, les textes et les visuels publicitaires de la MRC.

La création du contenu et la conception de publicités relèvent généralement du département qui a pris l'initiative. Ce dernier peut faire appel à des agences externes pour la conception graphique et la traduction.

Les objets promotionnels
Les règles de présentation générale de l'image de la MRC de Pontiac s'appliquent également à la production d'objets promotionnels, p. ex. : épinglettes, sacs fourre-tout, etc.

LA COMMUNICATION DE CRISE ET LES MESURES D'URGENCE

Le Service des communications est l'un des intervenants de première ligne lorsque des situations d'urgence surviennent. La conseillère stratégique en communication est d'ailleurs appelée à siéger au Centre de coordination des mesures d'urgence et son rôle est défini par le Plan de mesures d'urgence de la MRC.

Le directeur général ou son représentant doit alerter la conseillère stratégique en communication de toute situation d'urgence nécessitant son intervention auprès des médias et des employés.

Le plan de communication de crise et des messages élaborés à l'avance lui permettent de réagir rapidement lorsqu'un événement survient.

DOCUMENTS DE RÉFÉRENCE

- Politique d'utilisation des médias sociaux; (à venir)
- Plan de communication en situation d'urgence; (à venir)
- Politique de service à la clientèle et gestion des plaintes (à venir)
- Politique de dons et commandites
- Guide d'intégration des nouveaux élus (à venir)