



## POLITIQUE MUNICIPALE N° 21

### DE COMMUNICATION

Ville-centre de la MRC de l'Érable, la Ville de Plessisville se donne pour mission de fournir des services de grande qualité à ses citoyens en assurant un environnement sain, attrayant et sécuritaire tout en favorisant la vitalité économique et sociale de sa collectivité.

La Ville de Plessisville s'engage à remplir sa mission en respectant les valeurs suivantes :

- 1° Le citoyen, une priorité ;
- 2° La reconnaissance du capital humain ;
- 3° Le souci de la qualité ;
- 4° L'engagement à agir et à innover ;
- 5° L'honneur rattaché à la fonction municipale.

Afin de réaliser sa vision et sa mission, la Ville de Plessisville s'appuie sur cinq (5) grands principes directeurs qui guident ses choix et ses décisions :

- 1° communication claire et efficace ;
- 2° écoute active des préoccupations citoyennes ;
- 3° gestion rigoureuse des ressources financières et matérielles ;
- 4° engagement de soutien de la part du Conseil municipal ;
- 5° suivi et évaluation de la qualité des services aux citoyens.

#### **1. Mise en contexte**

À l'heure où les communications font évoluer rapidement la vitesse d'interaction entre les organisations et leurs différents publics, il devient incontournable de structurer et d'encadrer les façons de faire de tous les acteurs qui gravitent autour de l'organisation municipale, et qui sont susceptibles d'interagir dans le domaine des communications.

La Ville se dote d'une politique de communication qui s'adresse à tous les employés (syndiqués et cadres) aux élus, aux partenaires, aux fournisseurs et aux médias.

Elle vise les principaux champs d'intervention tels que :

- 1° la communication interne ;
- 2° la communication externe ;
- 3° les relations avec les médias ;
- 4° les mesures d'urgence ;
- 5° l'application des normes graphiques.

Cette politique permet d'assurer la diffusion de messages efficaces et intégrés afin de véhiculer une image forte et cohérente de la Ville. S'inspirant et guidée par des valeurs de transparence et de rigueur, la Ville poursuit sa mission en matière de communication, soit : transmettre aux citoyens une information régulière, accessible et à jour concernant les services et les grands projets de Plessisville. De plus, cette politique encadre la façon de communiquer avec tous les partenaires (MRC, UMQ, communauté d'affaires, organismes reconnus, gouvernements provincial et fédéral).

Enfin la communication étant une fonction de gestion stratégique de l'organisation, cette politique renforce le rôle de la Direction des communications auprès de tous les services administratifs et jette les bases d'une culture organisationnelle fondée sur la pratique efficace des communications dans un contexte d'amélioration continue.

La Direction des communications est responsable de l'application et du respect de cette politique avec pour objectif fondamental de toujours mieux servir la collectivité plessisvilloise.

## **2. Objectifs**

La politique de communication permet d'assurer une intégration et une harmonisation de l'ensemble des actions de la Ville en matière des communications dont les principaux objectifs sont :

- 1° coordonner la communication ;
- 2° harmoniser les activités de communication ;
- 3° favoriser la cohérence des messages ;
- 4° déterminer les responsabilités des intervenants ;
- 5° optimiser l'utilisation des ressources ;
- 6° améliorer la qualité des réponses aux citoyens et à tous ceux qui s'adressent à la municipalité.

La Ville de Plessisville doit poursuivre son développement en intégrant la communication à sa culture organisationnelle. Le succès d'une telle politique repose sur la promotion de ses objectifs auprès des publics concernés. Dans ce contexte, chaque employé est appelé à jouer un rôle particulier dans la vie de l'organisation en respectant son image et son rayonnement, ainsi que le bien-fondé de cette politique.

L'élaboration subséquente d'un plan de communication annuel deviendra la composante centrale de la mise en œuvre de la politique de communication. Ce plan sous-tendra l'importance du développement d'une culture de communication et exprimera les grandes orientations qu'entend suivre la Ville dans ses champs d'interventions à court et à moyen terme.

## **3. Principes directeurs**

La communication est un véhicule de promotion et d'information sur la qualité des services et des actions de l'administration municipale auprès de la population. La politique de communication favorise le déploiement d'une démarche de communication coordonnée et cohérente pour établir le lien entre l'administration municipale et ses publics. Elle s'appuie sur des principes respectueux de la mission et des valeurs qui caractérisent la Ville de Plessisville.

### **3.1 Services aux citoyens et respect**

La courtoisie, l'attitude positive, le suivi exhaustif des demandes des citoyens et la satisfaction du client sont au cœur des interventions des représentants de la Ville.

### 3.2 Cohésion et transparence

La communication doit favoriser l'accès rapide à l'information et refléter le souci constant de la transparence. Elle doit être cohérente et complémentaire aux actions mises en place.

### 3.3 Professionnalisme et engagement

La Ville doit démontrer en tout temps un haut niveau de professionnalisme dans ses actions de communication à l'interne comme à l'externe. La Direction doit faire preuve de leadership, conformément aux valeurs que prônent l'organisation et les élus. Les employés sont des relayeurs sur le terrain et sont appelés à livrer une information juste et appropriée.

## 4. Publics

Les représentants de la Ville communiquent tous les jours avec des publics internes et externes, par courriel, par téléphone et en personne. Ils répondent aux citoyens, organisent des événements publics, traitent avec des fournisseurs et établissent des liens avec les organismes et les partenaires.

Il devient donc primordial de préciser les groupes qui sont visés par une politique de communication et d'établir certaines règles à suivre pour chacun.

### 4.1 Publics internes

Les ambassadeurs de la « marque Plessisville» sont les élus et les employés.

Comme premiers représentants de la Ville auprès des citoyens, les élus doivent porter une attention particulière à leurs communications lorsqu'ils s'adressent, en personne ou par écrit, à un citoyen au nom de Plessisville.

Chaque employé doit promouvoir l'organisation de façon positive et signaler toute situation pouvant ternir la réputation de la Ville.

### 4.2 Publics externes

Les citoyens sont les premiers bénéficiaires de la politique de même que tous les intervenants avec qui la Ville transige.

1° **Les organismes reconnus** : Les organismes du milieu qui sont reconnus par la Ville et appelés à échanger avec divers représentants municipaux doivent être informés de la mise en place d'une politique de communication ;

2° **Les fournisseurs** : La Ville établit des liens au quotidien avec plusieurs fournisseurs. La Direction des communications doit s'assurer de fournir aux fournisseurs les gabarits des documents de la Ville et de la bonne application des normes graphiques sur les différents produits ;

3° **Les partenaires** : La mise sur pied de divers services et projets de la Ville est rendue possible grâce à la collaboration des partenaires de premier plan. Ceux-ci seraient aussi appelés, à l'occasion, à respecter les règles de la politique de communication : gens d'affaires, collègues des villes avoisinantes, représentants de diverses institutions et établissements du territoire, organismes de transport, gouvernement ou autres.

## **5. Partage des responsabilités**

Les activités courantes et la communication avec les différents publics sont assumées par la Direction des communications sous la supervision de la direction générale.

### **5.1 La Direction des communications**

La Direction des communications voit à la rédaction, à l'approbation des outils de communication institutionnels, du site Internet, des messages par l'entremise des réseaux sociaux et tout document devant être transmis aux citoyens.

Toute communication externe de nature promotionnelle ou administrative transmise à l'ensemble des citoyens ou encore à un groupe ciblé, doit être validée conjointement par la Direction des communications et la Direction générale.

La Direction des communications est la porte d'entrée officielle des demandes médiatiques. Toutes les demandes de nature politique sont transférées au cabinet du maire, à moins d'avis contraire concerté.

La direction des communications s'assure à établir des liens et à renseigner les élus sur divers sujets ou événements de la Ville, notamment à assurer leur présence à divers événements. Elle maintient un lien étroit avec le maire pour la validation des messages à diffuser relativement aux orientations du conseil municipal.

### **5.2 Le maire et les élus**

Le maire peut intervenir et communiquer dans tous les dossiers qui concernent la Ville. Dans les dossiers de nature politique, il traite directement avec les médias. Aucun autre élu n'est autorisé à parler au nom de la Ville, sauf s'il est mandaté pour le faire.

### **5.3 La direction générale**

La direction des communications relève de la direction générale. Cette dernière donne des orientations sur les opérations et les projets à mettre en œuvre en matière de communication. Tous les documents destinés à un public externe sont validés, au préalable, par le directeur général. Il approuve aussi les messages clés institutionnels et les positions de la Ville qui, après avoir reçu l'aval du maire, seront diffusés dans les médias par la Direction des communications.

### **5.4 Le greffe**

Cette direction est responsable de la préparation et de la transmission des documents pour la tenue des assemblées du conseil municipal. Le greffe voit aussi à la publication des avis publics dans le journal local, s'il y a lieu. La Direction des communications s'assure de rendre disponibles les documents publics sur le site Internet de la Ville.

### **5.5 La direction des ressources humaines**

Cette direction est responsable de l'information aux employés relativement à la rémunération, aux relations de travail, à la formation et la sécurité au travail. La direction des communications et la direction

des ressources humaines travaillent conjointement dans divers projets concernant la communication interne.

## 5.6 Les autres directions

D'autres directions sont sujettes à établir des liens, de quelque façon que ce soit, avec les publics interne et externe. Des mécanismes d'approbation sont mis en place pour assurer une diffusion cohérente des messages (ex : Travaux publics/chantiers ayant un impact pour le citoyen).

## 6. Communication interne

Bien qu'il n'existe pas à proprement parler une politique de communication interne, plusieurs outils sont ou pourraient être mis en place ou bonifiés au sein de l'organisation afin de transmettre de l'information aux employés.

Les employés doivent être invités à se renseigner, par l'entremise des outils de communications à leur disposition, sur les décisions du conseil et sur l'actualité. De plus, les directeurs des services sont les premiers responsables de la transmission de l'information à leur équipe. Il est de leur devoir de recueillir et de relayer aux employés de leur direction toute information pertinente concernant l'organisation.

### 6.1 Harmonisation des gabarits des documents de travail

La direction des communications doit s'assurer d'une utilisation adéquate et harmonisée des documents de travail utilisés par l'ensemble des directions et les mettre à jour, le cas échéant. Les gabarits officiels des documents comprennent entre autres :

- |  |  |
|--|--|
| 1° le papier en-tête ;                   | 6° le modèle de politique administrative ; |
| 2° la page frontispice de la télécopie ; | 7° le procès-verbal ;                      |
| 3° la note de service ;                  | 8° l'ordre du jour d'une réunion ;         |
| 4° la présentation PowerPoint ;          | 9° le journal interne (si applicable) ;    |
| 5° les courriels aux employés ;          | 10° la signature de courriel.              |

### 6.2 La papeterie

La direction des communications voit au graphisme et à la production de la papeterie officielle de la Ville, conformément au Guide des normes graphiques. La papeterie officielle comprend, notamment, les éléments suivants :

- 1° le papier en-tête ;
- 2° les enveloppes ;
- 3° les pochettes institutionnelles ;
- 4° les cartes professionnelles.

Il est de la responsabilité de chaque direction de voir à ses besoins (quantité, nom des employés sur les cartes professionnelles, etc.).

### **6.3 Les objets promotionnels**

La Ville possède un lot d'objets promotionnels, à l'effigie de Plessisville, qui sont renouvelés annuellement. Ces objets sont remis, sur demande, lors d'occasions spéciales comme une réception ou un événement protocolaire.

La liste de base des objets promotionnels de la Ville comprend :

- 1° les épinglettes ;
- 2° les stylos ;
- 3° le drapeau.

Cette liste n'est pas limitative. Il relève de la Direction des communications de choisir tout autre objet promotionnel.

La Direction des communications est la seule responsable de la production de ces articles selon les paramètres budgétaires établis. Elle les remet aux services qui en font la demande.

## **7. Communication externe**

Les citoyens (résidents, commerces, gens d'affaires, organismes du milieu, etc.) sont au centre des préoccupations de la municipalité et constituent le public principal de ses communications externes. Il est primordial de maintenir auprès d'eux, la diffusion de messages clairs, précis et facilement compréhensibles.

### **7.1 L'approbation des documents avant diffusion**

Tout document d'information (communiqué, lettre, dépliant, texte du site Internet, etc.) qui doit faire l'objet d'une diffusion auprès des différents publics cibles, qu'ils soient interne ou externes, doit recevoir l'approbation de la Direction des communications ou de la Direction générale.

### **7.2 Les communiqués de presse**

Le communiqué est l'outil privilégié des relations de presse et le véhicule le plus utilisé pour la transmission de nouvelles aux médias.

La Direction des communications est responsable de la rédaction et de la diffusion des communiqués de presse officiels de la Ville auprès des médias. Ces communiqués servent à diffuser des nouvelles concernant les décisions du conseil municipal, des prises de position de la Ville, les annonces d'un projet, etc. Aucune autre direction n'est autorisée à diffuser des communiqués de presse directement auprès des médias.

### **7.3 Le bulletin municipal**

Le bulletin municipal est l'outil d'information officiel de la Ville de Plessisville destiné aux citoyens. La Direction des communications est responsable de la conception, du contenu et de la diffusion du bulletin.

Le contenu doit viser à faire connaître les services, les bénéfices et les impacts des décisions et projets sur la vie quotidienne des citoyens de la Ville de Plessisville. Le bulletin présente le mot du maire ainsi que les renseignements pertinents que les citoyens doivent connaître afin de bien respecter la

réglementation municipale. Chaque unité administrative fournissant des textes est responsable de la validation finale des renseignements techniques et règlementaires.

#### **7.4 Les brochures, dépliants et autres publications**

La Ville publie différents documents d'information prenant la forme de brochures, de dépliants, de lettres, d'affiches, de bannières, etc., pour faire la promotion des activités organisées par les différentes directions ou pour transmettre des messages particuliers aux citoyens.

Le contenu de ces documents est élaboré conjointement par la direction qui veut faire produire le document et la Direction des communications. Cette dernière voit à produire le texte final ainsi que la maquette destinée à l'impression. La distribution du matériel est sous la responsabilité de la direction qui en fait la demande.

#### **7.5 Le site Internet**

Le site Internet est un outil de communication privilégié pour les citoyens, les partenaires, les touristes, les gens d'affaires, etc. Il doit renfermer tout le contenu pertinent dont les citoyens ont besoin pour être à l'affût de l'actualité municipale, pour consulter la réglementation ou pour obtenir des renseignements sur les services municipaux.

Le contenu, la présentation visuelle et la mise à jour régulière du site sont sous la responsabilité de la Direction des communications. Les différents services de la ville fournissent l'information qu'ils veulent voir apparaître sur le site. Ils doivent s'assurer que l'information est exacte, à jour et pertinente. La Direction des communications est responsable de la révision et de l'intégration des textes qui lui sont soumis. La gestion du contenu de la page d'accueil est assurée par la Direction des communications, qui juge des sujets et des événements devant être présentés sur la page frontispice du site.

#### **7.6 L'utilisation des médias sociaux**

La Direction des communications est la seule unité administrative responsable de la diffusion des messages institutionnels sur les réseaux sociaux auxquels la Ville est abonnée dans le but de fournir des renseignements vérifiés, exacts et factuels ainsi que des réponses aux commentaires publiés sur les sites de la Ville.

Aucun employé n'est autorisé à diffuser des messages au nom de la Ville sur ces réseaux à moins d'obtenir les autorisations nécessaires. L'employé qui s'engage dans toute discussion concernant la ville est responsable des commentaires et opinions formulés, et s'expose à toute conséquence pouvant en découler.

La Direction de la bibliothèque gère ses contenus sur les réseaux sociaux auxquels elle est abonnée. Les messages transmis concernent uniquement les services et activités de la bibliothèque.

L'utilisation des médias sociaux doit se faire dans le respect de la ligne typographique suivante : titre en lettres majuscules, texte et contenu en lettres minuscules.

## **7.7 La publicité, les avis publics et les offres d'emploi**

La Direction des communications dispose de l'ensemble des budgets pour effectuer des achats publicitaires pour répondre aux divers besoins des services de la Ville.

La publicité est utilisée pour faire la promotion d'un événement organisé par la Ville, pour faire connaître une mesure administrative ou pour offrir des souhaits d'un jour férié ou d'une fête. La publicité peut aussi être utilisée dans le cadre d'une situation d'alerte ou un projet ayant un impact chez les citoyens.

Tout projet publicitaire doit être soumis à la Direction des communications afin que celle-ci puisse élaborer un concept, en collaboration avec le service demandeur, le faire produire et le faire parvenir aux médias choisis.

Aucune publicité n'est autorisée dans les agendas, bottins, magazines d'associations ou autres, à moins d'une exception autorisée par le cabinet du maire ou la Direction générale.

Seuls les offres d'emploi et les avis publics peuvent être transmis par les directions mandataires aux journaux locaux. Ces documents doivent cependant respecter les normes graphiques et le modèle conçu à cet effet.

## **7.8 Les demandes de commandite**

Les organismes, associations, organisations ou groupes désirant obtenir un soutien financier ou matériel de la Ville pour un événement doivent en faire la demande à la Direction des communications. Pour la présence des élus à un événement, la demande doit être formulée au cabinet du maire. Si cette demande est acceptée, la Direction des communications en assurera par la suite le suivi si nécessaire (logo, mot du maire dans le programme, etc.).

## **7.9 La signalisation interne et externe**

La signalisation à l'hôtel de ville, dans les bâtiments municipaux et sur le territoire (parcs, rues, etc.) est sous la responsabilité de la Direction des communications. Un plan directeur de signalisation établit des normes et spécifications et la Direction des communications voit l'application des règles définies dans ce plan.

## **7.10 L'affichage extérieur**

L'affichage extérieur destiné à faire la promotion des événements de la Ville doit être normé et est sous la responsabilité de la Direction des communications.

L'affichage vise à informer les citoyens des activités ou mises en chantier à venir. Il sert aussi à prévenir les citoyens de toute situation d'urgence décrétée par la Ville. Sont inclus dans ce type d'affichage : les oriflammes, les structures d'affichage fixes, les panneaux de type Coroplast, le panneau pour demande d'affichage au IGA et le panneau électronique à messages variables.

Des ententes peuvent être conclues avec des organismes partenaires pour faire la promotion d'événements spéciaux. La Ville reste toutefois maître d'œuvre de l'utilisation de son logo et doit donner son approbation avant l'installation sur son territoire de toute forme d'affichage et de signalisation.

## **7.11 Les consultations publiques**



Des consultations publiques sont régulièrement organisées par les services de la Ville sur différents sujets. La Direction des communications apporte son soutien technique et logistique à ces directions pour la réalisation des consultations de nature institutionnelle.

Les consultations de nature juridique ou urbanistique sont organisées par les directions mandataires.

### **7.12 Les envois postaux**

Des envois postaux massifs sont parfois nécessaires afin d'informer les citoyens de situations particulières ou de prises de position dans certains dossiers. Ces envois doivent être autorisés par le cabinet du maire et la Direction générale.

C'est ensuite la Direction des communications qui prend en charge la production de l'envoi (mise en page, publipostage ou distribution sectorielle). La direction qui désire faire un envoi, postal ou sectoriel, est responsable du contenu de l'envoi et doit le soumettre à la Direction des communications pour révision.

### **7.13 Les événements protocolaires**

La Direction des communications assume conjointement avec le cabinet du maire la responsabilité de l'organisation des événements protocolaires impliquant la participation des élus. Réservation de salles, décoration, logistique technique, discours nourriture et boissons sont sous sa responsabilité.

Lorsque le maire est invité à participer à un événement organisé par un organisme externe, le cabinet du maire fait parvenir les détails de l'invitation à la directrice des communications, qui voit à établir le contact avec l'organisme en question, à fournir au maire les notes d'allocation (si nécessaire) et à convoquer un photographe.

### **7.14 La remise de certificats d'honneur**

Le maire peut remettre à l'occasion des certificats d'honneur à des citoyens qui se sont démarqués dans différentes disciplines ou qui ont accompli une réalisation exceptionnelle. Les membres du conseil municipal et la Direction des communications identifient les lauréats. La Direction des communications entre en contact avec ces derniers et voit à la logistique entourant la remise d'un tel certificat. Cet événement se déroule en présence du maire et des proches du lauréat. Un vin d'honneur est servi.

### **7.15 Le drapeau**

L'utilisation du drapeau de la Ville, ainsi que ceux du Québec et du Canada, dans le cadre d'événements protocolaires est sous la responsabilité de la Direction des communications. Elle voit à installer ces drapeaux selon les normes protocolaires reconnues et s'assure du bon état des drapeaux qui flottent devant l'hôtel de ville. À la suite d'événement exceptionnel, la mise en berne des drapeaux peut être décrétée par le maire.

## **7.16 Le Livre d'or**

Toute personne qui fait l'objet d'une reconnaissance par la Ville est invitée à signer le Livre d'or de la Ville. Une photo en compagnie d'un élu est prise au moment de la signature et c'est la Direction des communications qui voit à la logistique entourant cette procédure.

## **7.17 Les photographies**

La Direction des communications assume la gestion de la banque de photos de la Ville.

## **7.18 Les invitations aux élus**

Toute invitation à un événement provenant d'un organisme et s'adressant aux élus doit être acheminée au cabinet du maire. L'adjointe du maire l'achemine à la Direction des communications afin que cette dernière coordonne, si nécessaire, la participation des élus à l'événement.

## **7.19 L'image de marque de la Ville**

Le respect des normes graphiques de la Ville est essentiel au maintien d'une image forte et cohérente. À cet égard, la Direction des communications s'assure du respect des normes et élabore un guide en matière de communications imprimées, internes et externes, que tous les employés se doivent de suivre. Ce guide doit contenir les règles à observer en ce qui concerne l'utilisation du logo de la ville.

## **7.20 Langue de communication**

La Ville de Plessisville n'est pas une ville à statut bilingue. Les communications entre la Ville et ses citoyens se font uniquement en français.

# **8. Relations médias**

La Direction des communications est la seule unité administrative responsable des relations avec les médias (imprimés, électroniques, locaux ou nationaux). Toutes les demandes d'informations provenant des journalistes doivent être acheminées à la Direction des communications qui est la seule porte d'entrée pour la réception des demandes médiatiques. Les demandes de nature administrative sont traitées par la Direction des communications. Celles de nature politique sont acheminées directement au cabinet du maire. La Direction des communications doit être avisée si un membre d'une unité administrative a accordé une entrevue ou répondu à une demande de journaliste. Par ailleurs, aucune direction n'est autorisée à diffuser des communiqués de presse directement auprès des médias sans l'autorisation du Service des communications. C'est aussi cette unité qui organise les conférences de presse et qui est responsable de la diffusion des communiqués de presse officiels.

## **8.1 Porte-parole**

Le premier porte-parole officiel de la municipalité est le maire. Il peut répondre aux journalistes directement dans tous les dossiers qui concernent la Ville. Le maire suppléant possède le même privilège en cas d'incapacité légale d'agir du maire. Aucun autre élu n'est autorisé à parler au nom de la Ville, sauf s'il est mandaté pour le faire. Le maire délègue le directeur général pour les sujets qui concernent les aspects administratifs de la Ville.

L'autre porte-parole de la Ville est la directrice des communications.

## 8.2 Assemblées publiques

La Direction des communications est responsable de l'accueil des journalistes lors des séances du conseil. Elle assure la gestion des demandes d'entrevue auprès des élus après la tenue de l'assemblée.

Un point de presse peut être organisé, au besoin, à la toute fin de la séance du conseil afin de permettre aux journalistes de poser des questions au maire. La directrice des communications est sur place pour en assurer le bon déroulement.

## 9. Mesures d'urgence

La Direction des communications doit être tenue au courant des événements pouvant comporter un risque faible ou élevé pour la santé, la sécurité ou le bien-être des citoyens. En cas d'alerte ou de mesure d'urgence, la Direction des communications doit déployer son plan de mise en alerte qui devrait comprendre une série de moyens pour informer les citoyens dans les plus brefs délais.

Les moyens utilisés sont :

1° la transmission d'un message téléphonique aux citoyens par l'entremise d'un système d'alerte téléphonique ;

2° la diffusion de l'information sur le site Internet de la Ville ;

3° l'installation de panneaux d'information sur les structures existantes ;

4° la mise à jour de l'information sur la réception téléphonique ;

5° la diffusion de messages radiophoniques ;

6° l'envoi de communiqué de presse aux médias ;

7° le porte à porte effectué par un employé de la Ville (identifié) pour diffuser l'information.