

POLITIQUE de **Communication**

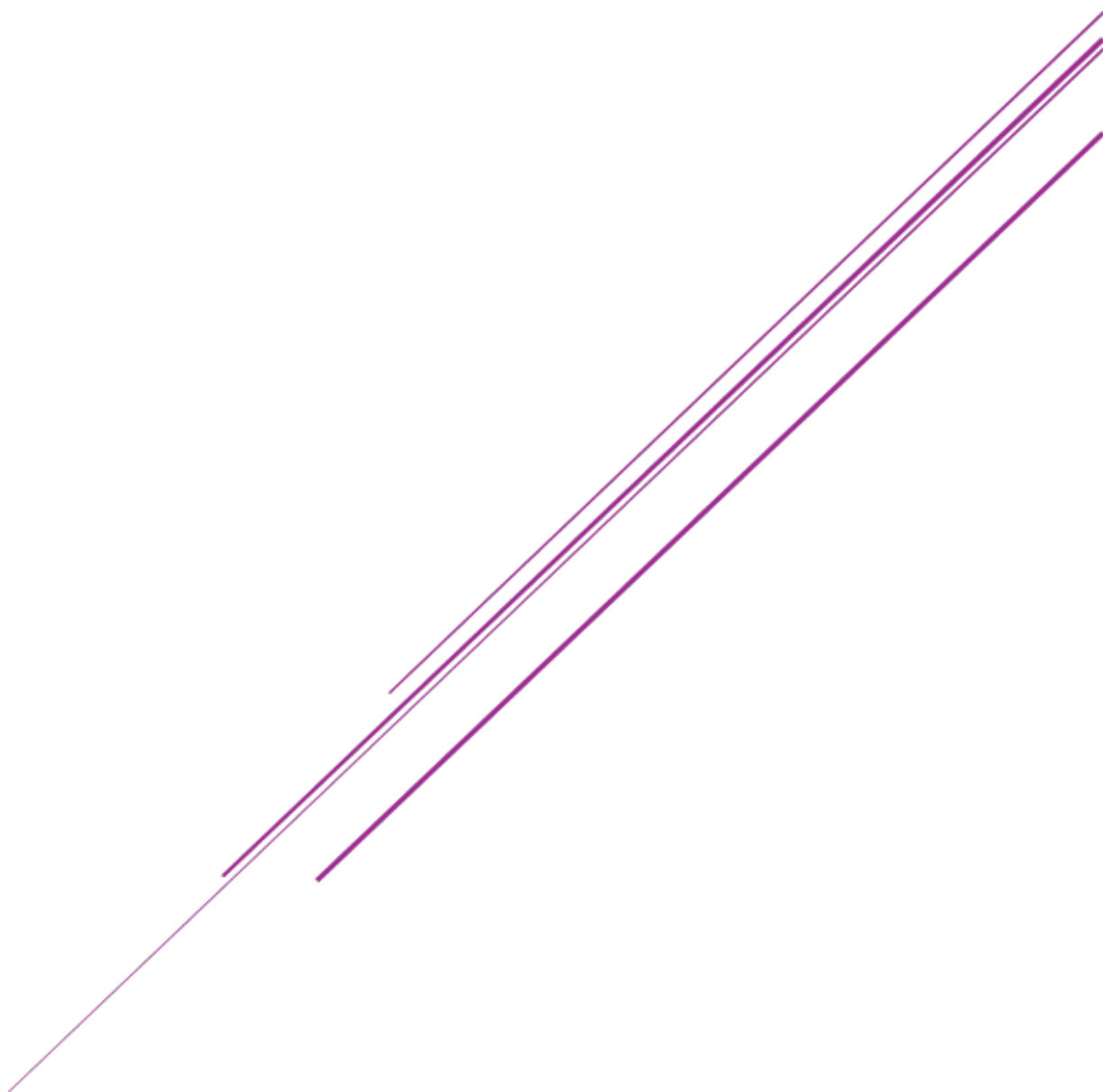


TABLE DES MATIÈRES

	Pages
Contexte.....	4
1. Objectif	4
2. Portée.....	5
3. Principes ou lignes directrices	5
4. Rôles et responsabilités	6
5. Communication interne	8
6. Communication externe	9
7. L'image de marque de la MRC de Manicouagan	10
7.1 Le logo.....	10
7.2 L'utilisation du logo.....	10
7.3 Utilisation interdite	11
8. Marketing territorial : Manicouagan, terre de visionnaires.....	11
9. Les moyens de communication numériques.....	14
9.1 Le site Web MRC de Manicouagan.....	14
9.2 Le site Web Manicouagan, Terre de visionnaires.....	14
9.3 Les médias sociaux	14
9.4 Directives éditoriales et graphiques des médias sociaux.....	17
9.5 Le Nétiquette des médias sociaux de la MRC de Manicouagan.....	18
9.6 Délai de réponse	19
9.7 Interactions sur les médias sociaux personnels des élus et des membres du personnel de la MRC	19
9.8 Actualisation des sites Web et la gestion des différentes plateformes de la MRC sur les réseaux sociaux.....	20
10. La Presse	20
10.1 Les demandes d'accès à l'information	20
10.2 Les demandes d'information et d'entrevues	21

10.3	<i>Traiter une demande média</i>	21
10.3.1	Contact par téléphone ou en personne :	22
10.3.2	Contact par courriel :	22
10.4	<i>La Conférence de presse/Point de presse</i>	22
10.5	<i>Le communiqué de presse</i>	23
11.	<i>L'information à la population</i>	23
11.1	<i>L'infolettre</i>	24
11.2	<i>L'avis public</i>	24
11.3	<i>La consultation publique (sondages et enquêtes maison)</i>	24
11.4	<i>Affichage dans les édifices de la MRC</i>	24
11.5	<i>Les demandes d'accès à l'information</i>	25
12.	<i>Relations publiques</i>	25
12.1	<i>Les allocutions et présentations</i>	25
12.2	<i>Les dons et commandites</i>	26
12.3	<i>Les lettres ou cartes</i>	26
12.4	<i>Signature de courriel</i>	27
12.5	<i>Message de boîte vocale et message d'absence</i>	27
12.6	<i>L'accueil et l'approche de la clientèle</i>	28
13.	<i>La communication marketing</i>	29
13.1	<i>La publicité (journaux, télévision, radio et magazine, etc.)</i>	29
13.2	<i>Les objets promotionnels</i>	29
14.	<i>Non-conformité</i>	29
15.	<i>Révision</i>	29

Communication

Numéro de politique : COM-001

Date d'entrée en vigueur : 18 février 2026

Révision prévue : 17 février 2028

Responsable : Direction des ressources humaines et communications

Contexte

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

La MRC de Manicouagan compte près d'une trentaine d'employés¹ à son siège social et à l'Aéroport de Baie-Comeau.

La présente Politique établit les lignes directrices et définit clairement les cadres d'intervention pour les communications internes et externes, afin de rehausser l'efficacité et la proactivité de la personne qui en est responsable.

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

1. Objectif

La Politique de communication permet :

- D'informer les élus, le personnel et les partenaires des normes et règles entourant le processus de communication ;

¹ 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.

- De confirmer la volonté de la MRC de communiquer auprès de ses différents publics cibles, tant à l'interne qu'à l'externe, toutes les informations pertinentes ;
 - De veiller à ce que l'image de marque de la MRC soit de qualité et préservée ;
 - De définir les différents outils de communication disponibles pour atteindre les objectifs de la MRC en matière de communication et d'en assurer la bonne utilisation ;
 - D'adopter une démarche cohérente et efficace en matière de relations de presse ;
 - D'établir les valeurs à privilégier dans toutes les communications ;
 - De respecter les diverses lois, règles et normes visant la diffusion de l'information.
-

2. Portée

Cette Politique s'applique à la personne élue préfet, aux membres du Conseil, ainsi qu'au personnel de la MRC de Manicouagan, régulier et contractuel.

3. Principes ou lignes directrices

La MRC de Manicouagan 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*.
-

4. Rôles et responsabilités

De manière générale, chacun des membres du personnel et du Conseil de la MRC a le devoir de porter une attention particulière à la qualité de leurs interactions, par écrit ou en personne, avec une tierce partie de l'organisation municipale et de la collectivité, lorsqu'ils le font au nom de la MRC.

Rôles et responsabilités des différentes parties prenantes à la Politique :

- **Préfet :** Ce membre élu est le premier répondant en matière de communication pour la MRC de Manicouagan. Il en est le porte-parole officiel. À des fins d'inclusivité, le terme élu désignera la personne au poste de préfet.

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

- **Les membres du Conseil :** Ils peuvent faire des déclarations publiques (verbales ou écrites) d'ordre personnel, mais ne peuvent s'exprimer au nom du Conseil sans le consentement explicite de ce dernier ou de l'élu.

- **La direction générale, les directions de service et le personnel :**

- **À l'externe**

La direction générale peut faire toute déclaration publique (verbale ou écrite) liée à la méthode de fonctionnement de l'administration municipale.

La direction générale et les directions de service, après avoir obtenu l'autorisation de cette dernière, peuvent diffuser des informations relatives au fonctionnement et aux services de la MRC, et fournir des renseignements techniques relevant de leurs compétences.

- **À l'interne**

La direction générale et la direction des ressources humaines et communications sont responsables des communications internes. Elles travaillent en étroite collaboration dans la gestion du partage d'information entre la MRC et l'ensemble du personnel, sur les projets, programmes et enjeux d'intérêt public.

Pour leur part, **les directions de service** approuvent toute information ou tout contenu relié à leur secteur d'activités (véracité et imputabilité). Elles doivent assurer que le personnel à leur charge ait accès à toute information pertinente pour bien accomplir leurs tâches. Elles doivent aussi encourager les membres de leur équipe à entretenir de bonnes relations avec la clientèle et de favoriser l'échange d'information avec leurs collègues de travail.

Il est de leurs responsabilités d'aviser le service des communications de toute situation susceptible de générer des demandes de la part des médias ou susceptible de faire l'objet d'une controverse dans l'opinion publique.

- **Coordonnateur aux communications :** Veille à la mise en place de la politique de communication, applique les stratégies de communication et effectue une veille médiatique quotidienne.

Personne-ressource auprès des médias et responsable des relations de presse, il achemine les demandes d'entrevues à l' élu, la direction générale ou les directions de service (si autorisées par la direction générale), selon la nature de la demande, et effectue les recherches nécessaires. Il a le mandat de répondre aux demandes des journalistes dans les meilleurs délais possibles, avec neutralité, transparence, probité, tact et diplomatie.

- **Direction des ressources humaines et communications :** La personne responsable des communications agit à titre d'experte-conseil auprès de l' élu et du Conseil de la MRC, de l'administration et des différents services en matière de communication et encadre la diffusion des informations et des images de marque de la MRC. Elle détermine et élabore les stratégies de communication.

Elle 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 communication appropriés à sa disposition ;
 - De créer et d’entretenir tous les outils de communication nécessaires, et ce, en fonction des ressources financières et humaines disponibles ;
 - De conseiller les employés de la MRC, les directions de service 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 ses images de marque (employeur et territoriale) et de sa réputation.
- **Le personnel :** La MRC encourage les membres du personnel, ainsi que toute personne intéressée par les activités et les services municipaux à partager et à faire rayonner les messages de la MRC.

Chaque employé a le devoir de respecter la confidentialité des renseignements détenus par la MRC et à ne pas porter atteinte à la réputation de celle-ci.

Cependant, aucun membre du personnel ne doit publiquement commenter les décisions du Conseil ou s’engager dans des questions politiques.

5.Communication interne

La MRC a grand intérêt à assurer que son personnel soit bien renseigné sur tous les projets, programmes et enjeux d’intérêt public en temps opportun afin de les préparer à répondre correctement aux interrogations. Idéalement, l’information devrait avoir été transmise avant que la population en soit informée.

Objectifs

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

Tâches

- Diffuser l'information d'intérêt public en temps opportun ;
- Uniformiser et assurer la conformité des signatures électroniques et des messageries vocales ;
- Épauler les directions dans toute initiative liée aux ressources humaines (ex. : mise en page et diffusion des offres d'emploi).

6.Communication externe

Toute information d'intérêt public relative au fonctionnement de la MRC y compris : les services, programmes de financement, décisions du Conseil de la MRC, grands projets de développement économique, mesures en situation d'urgence, doivent être diffusés en temps opportun aux municipalités et à la population.

Objectifs

- Favoriser la diffusion de l'information transparente aux municipalités, aux partenaires et à la population, c'est-à-dire ; des communications plus fréquentes et une approche renouvelée adaptée à la MRC ;
- Entretenir de bonnes relations avec les médias régionaux.

Tâches

- Rédiger et mettre en œuvre les plans de communications pour les projets de grande 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 ;
 - Rédiger ou réviser les communiqués de presse et les diffuser aux médias appropriés ;
 - Créer et entretenir les dossiers de presse électroniques pour les projets de grande 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.
-

7. L'image de marque de la MRC de Manicouagan

7.1 Le logo

La MRC de Manicouagan a adopté en 1981, un logo représentatif de son territoire, œuvre de la graphiste baie-comoise, Marie-France Lévesque. Il est à noter que toute la signature est en casse minuscule même le nom propre Manicouagan.

Les trois (3) cercles concentriques donnent l'impression de mouvement et de dynamisme. Le quadrilatère, arches et lignes sont une représentation stylisée d'une partie du barrage Daniel-Johnson (Manic-5) de renommée internationale. La ligne continue démontre la volonté de la MRC à aller de l'avant.

Les couleurs de chacun des éléments tirent leurs essences dans le territoire. Le vert se réfère à l'abondance de conifères caractéristique de la région et le bleu à la multitude de plans d'eau, dont le majestueux fleuve Saint-Laurent.

7.2 L'utilisation du logo

Tous les détails liés à l'utilisation du logo de la MRC se retrouvent dans le Guide de marque de la MRC de Manicouagan. Il constitue l'unique référence pour assurer l'uniformité et la conformité de l'utilisation de notre image de marque.

Puisque le logo est directement associé à l'image de la MRC, certaines règles éthiques régissent son utilisation. Ainsi, les documents officiels de la MRC (correspondance, communiqué, avis publics, etc.) doivent afficher le logo.

Les documents promotionnels et d'information doivent également comporter une représentation du logo (publicité, dépliants, brochures, etc.).

L'utilisation du logo par toute personne ou organisme externe doit d'abord être approuvée par le service des communications, et ce, avant diffusion.

Seule la MRC a le pouvoir d'autoriser l'utilisation et la présentation de son logo, tant dans les documents internes qu'externes. Tout emploi non autorisé du logo de la MRC peut être considéré comme illégal. Dans le doute, une vérification auprès du service des communications est nécessaire.

7.3 Utilisation interdite

Le nom corporatif de la MRC, son logo, le nom d'un de ses services, un nom susceptible d'être confondu avec celui de la MRC ou de l'un de ses services ne peuvent, sans autorisation, être portés, pris, utilisés dans un média ou un moyen de publicité, une carte professionnelle, un papier à lettres, une enseigne ni être reproduit par moyen mécanique, électronique, informatique et par tout autre moyen.

L'impression, la vente, l'échange, la distribution, la diffusion, la possession ou l'utilisation de tout journal, revue, programme, brochure et autre publication médiatisée ou moyen de publicité, carte personnelle/professionnelle, papier à lettres, enseigne qui porte sans autorisation, le nom corporatif de la MRC, son logo, le nom d'un de ses services, un nom susceptible d'être confondu avec celui de la MRC ou de l'un de ses services sont interdits.

8. Marketing territorial : Manicouagan, Terre de visionnaires

En 2022, dans le cadre de sa stratégie d'attractivité et de rétention, la MRC de Manicouagan crée son image de marque territoriale : Manicouagan, *Terre de visionnaires*.

Vision

Pour contribuer à l’affirmation de la Manicouagan comme une terre de visionnaires, la MRC s’entend à poursuivre le développement de ses communautés. Elle aspire à s’imposer à la fois durablement comme un vrai pôle d’innovation porté sur l’avenir, mais également comme l’une des dernières terres sauvages et préservées du Québec.

Mission

Exalter et encourager l’esprit visionnaire de son territoire de pionniers pour participer à la construction d’un avenir radieux pour ses concitoyens, ses entreprises et ses touristes, en se donnant les moyens d’accompagner chacun d’eux vers la réussite de ses ambitions.

Valeurs

L’engagement humain : Depuis toujours, les gens de la Manicouagan misent sur la générosité et l’entraide qui animent naturellement leurs cœurs et leurs quotidiens. La communauté s’est construite autour de la solidarité et le souci du bien-être de son prochain. La Manicouagan est définitivement une terre d’accueil. C’est notamment le cas avec son implication naturelle dans les enjeux de la diversité culturelle et du vivre ensemble.

La liberté de bâtir : Ce sont les grands espaces et l’ingéniosité qui inspirent l’esprit de liberté, ainsi que la conquête entrepreneuriale et communautaire. Ici, l’aventure fait partie intégrante de la vie des gens au quotidien. La Manicouagan est une terre de tous les possibles, dont le maillage territorial permet à tous et chacun de bâtir avec passion et de trouver facilement sa place.

La responsabilité environnementale : Le paysage économique de la Manicouagan offre le meilleur bassin imaginable pour devenir le territoire des leaders industriels de haute performance environnementale et d’énergies renouvelables. Ses ressources naturelles sont autant de trésors qu’elle entend absolument préserver et pérenniser.

L'audace naturelle : Naturellement précurseurs d'idées neuves, elle a su affirmer son territoire comme l'un des centres économiques de la Côte-Nord. Cet esprit d'audace imprègne chacune de ses démarches, qu'elles soient économiques, citoyennes ou touristiques.

L'exaltation de son identité : Fruit de l'entremêlement harmonieux des cultures autochtones avec celles des nouveaux arrivants à travers les époques, sa diversité culturelle particulièrement riche est une vraie source de fierté. Pierre angulaire de son territoire, elle est un bien commun partagée avec tous ceux et celles qui souhaitent vivre l'expérience authentique de la Manicouagan.

Le logo

La Manicouagan est un territoire unique puisqu'il renferme une histoire plus vieille que celle de l'humanité : L'œil du Québec. Un cratère qui s'est formé, il y a plus de 214 millions d'années, lorsqu'une météorite a percuté la Terre de plein fouet.

Il est primordial que cet événement surréaliste qui, qualifiant de manière exceptionnelle ce territoire, se retrouve dans la formation de son logotype.

Le « O » de ManicOuagan est alors utilisé pour qualifier cet astroblème, permettant ainsi d'isoler « Manic » en référence à ses barrages hydroélectriques et de mettre en évidence les atouts qui font la notoriété de son beau territoire.

Aucun élément constitutif du logo ne peut être modifié (couleur, typographie, dimensions, construction, etc.). Il ne peut être redessiné et doit toujours être reproduit à partir d'un document de référence de bonne qualité, fourni par le service des communications.

Tous les détails liés à l'utilisation de l'image de marque territoriale de la MRC se trouvent dans le « Guide de marque : Manicouagan, *Terre de visionnaires* ».

Une tierce partie n'est pas autorisée à utiliser l'image de marque territoriale de la MRC, quelle qu'en soit la forme, sans le consentement du service des communications. La MRC de Manicouagan a un droit exclusif sur son image et sur l'utilisation qui en est faite.

9. Les moyens de communication numériques

9.1 Le site Web : MRC de Manicouagan

Le développement, la gestion et la mise à jour du site Web de la MRC de Manicouagan : www.mrcmanicouagan.qc.ca relèvent du service des communications en collaboration avec les membres du personnel de la MRC.

Le site comprend des informations pertinentes concernant la gouvernance de la MRC et du Territoire non organisé (TNO) de Rivière-aux-Outardes, les services et programmes relevant de ses compétences, un centre de documentation et une section dédiée aux nouvelles de la MRC. De plus, le site contient des liens vers les organismes partenaires et promoteurs.

9.2 Le site Web : Manicouagan, Terre de visionnaires

Le développement, la gestion et la mise à jour du site Web Manicouagan, Terre de visionnaires : www.manicouagan.ca relèvent du service des communications en collaboration avec les partenaires régionaux de la MRC.

Ce site se veut une plateforme numérique aux couleurs de la Manicouagan. Il se compose d'onglets cibles tels que : économique, citoyen, tourisme et nouveaux arrivants, dans le but de promouvoir l'unicité du territoire.

9.3 Les médias sociaux

La présence de la MRC de Manicouagan sur les médias sociaux vise principalement à assurer un lien de communication dynamique avec la population et entretenir un lien de proximité avec cette dernière. La MRC est présente sur Facebook, Instagram ainsi que LinkedIn et possède une chaîne YouTube.

Comme la plupart des communications sur ces plateformes sont destinées à un public externe, la gestion des médias sociaux relève du coordonnateur aux communications qui assure la qualité du contenu.

Tout autre membre du personnel préalablement désigné peut collaborer à la diffusion de messages sur les réseaux sociaux de la MRC, sous réserve des conditions de publication qui suivent :

FACEBOOK ET INSTAGRAM

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.

Les images font partie des contenus les plus partagés 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 publications de la MRC seront accompagnées d'une image, d'une photo ou d'une vidéo et d'un lien hypertexte dirigeant les abonnés vers un des sites de la MRC ou sur la page Web pertinente, selon le type d'information.

Les types de communications adaptées à Facebook sont :

- La promotion et le partage d'information des différents services et programmes d'aide financière ;
- La mise en valeur des réalisations régionales et les initiatives positives qui contribuent au développement de la MRC ;
- Le partage d'information des municipalités, partenaires et organismes de la Manicouagan ou des services gouvernementaux en lien avec la mission de la MRC ;
- Les dates importantes du Calendrier de la MRC : Séances du Conseil, Appels à projets, etc. ;
- Les annonces d'événement, de concours, de consultation publique, de sondage, d'offre d'emploi, etc. ;
- La promotion des réalisations de la MRC ;
- La célébration des journées, semaines ou mois thématiques en lien avec la Manicouagan et la mission de la MRC ;
- Les annonces en cas de situations d'urgence.

LINKEDIN

LinkedIn est un haut lieu d'échange professionnel et un excellent outil de réseautage. La MRC peut publier la plupart de ses offres d'emploi sur ce réseau.

Les types de communications adaptées à LinkedIn :

- La publication des offres d'emploi de la MRC ;
- Les annonces d'événement, de concours, de consultation publique, de sondage ;
- Les dates importantes du Calendrier de la MRC : Séances du Conseil, Appels à projets, etc. ;
- Le partage d'information de nos différents services et programmes d'aide financière ;
- Le partage d'information des municipalités, partenaires et organismes de la Manicouagan ou des services gouvernementaux en lien avec la mission de la MRC ;
- La célébration des journées, semaines ou mois thématiques en lien avec la Manicouagan et la mission de la MRC.

YOUTUBE

La chaîne YouTube sert de recueil de toutes les vidéos produites et diffusées par la MRC.

Les vidéos diffusées sur la page YouTube officielle de la MRC doivent être de bonnes qualités et respecter les droits d'auteur.

ADRESSES DES MÉDIAS SOCIAUX DE LA MRC DE MANICOUAGAN

<https://www.facebook.com/ManicouaganTerredeVisionnaires>

<https://www.linkedin.com/company/manicouagan-terre-de-visionnaires/>

<https://www.instagram.com/manicouaganvisionnaires>

<https://www.youtube.com/@ManicouaganVisionnaires>

9.4 Directives éditoriales et graphiques des médias sociaux

- Les publications se limitent à des fins professionnelles et doivent être en lien avec les responsabilités, mandats et réalisations de la MRC ;
- La qualité de la langue des publications doit être impeccable ;
- Les publications doivent être vraies, précises et fondées. Elles doivent éviter d’induire le public en erreur et de créer des rumeurs ;
- Les publications doivent respecter la diversité et favoriser l’inclusion ;
- Les publications ne doivent pas promouvoir des produits ou des services commerciaux, sauf s’ils sont liés à des partenariats ou événements régionaux spécifiques et approuvés par la MRC ;
- Les publications à caractère partisan, religieux ou revendicateur sont interdites ;
- Les publications doivent respecter les droits d’auteur et la propriété intellectuelle. Toute utilisation de contenu protégé par des droits d’auteur doit être autorisée ou faire l’objet d’une citation appropriée.
- Le coordonnateur aux communications effectue une veille régulière des échanges consécutifs à son intervention et retire tout commentaire du public qui ne respecte pas la netiquette de la MRC ;
- Un commentaire négatif du public s’il est pertinent et respectueux, ne doit pas être retiré ;
- Les membres du personnel ne doivent pas se livrer à des débats avec le public. Ils doivent éviter de répondre ou de commenter des publications touchant la MRC (autant administrativement que politiquement), à moins de devoir corriger une fausse information pouvant induire le public en erreur, et ce, après avoir obtenu l’approbation de la direction générale ;
- Seul le service des communications est habilité à apporter des corrections aux fils de discussion sur les réseaux sociaux de la MRC ;
- Les membres du personnel doivent alerter le coordonnateur aux communications de tout dérapage dans nos réseaux sociaux ;
- En fonction de la nature de son poste, l’élu de la MRC de Manicouagan pourrait se créer une page Facebook de type « Personnalité publique ». La mise en place d’une telle page se fait en concert avec la direction générale, ainsi qu’avec le coordonnateur aux communications qui agira à titre d’administrateur de la page.

9.5 Le Nétiquette des médias sociaux de la MRC de Manicouagan

Les médias sociaux de la MRC sont un lieu d'information et d'échanges. Afin de préserver un climat communicationnel courtois et respectueux, certaines règles de conduite sont toutefois essentielles à respecter.

LA MRC DE MANICOUAGAN NE TOLÉRERA AUCUN CONTENU :

- Diffamatoire, haineux, raciste, sexiste, xénophobe, menaçant, insultant, injurieux, grossier, obscène, offensant, incompréhensible, abusif ou hors sujet ;
- Répété ou écrit en lettres majuscules sans que ce soit justifié ;
- Publicitaire, promotionnel ou propagandiste ;
- Révélant certains renseignements personnels ou confidentiels sur l'utilisateur ou une partie tierce ;
- Visant à faire de la publicité pour une personne, une organisation, un produit, un parti politique ou cherchant à discréditer ceux-ci ;
- Permettant, d'une quelconque manière, de dévoiler l'identité d'un membre du personnel de notre organisation sans son consentement (photo, mention ou autre) ;
- Ne respectant pas la législation en vigueur, notamment la Charte des droits et libertés de la personne, le Code civil du Québec, la *Loi sur la protection des droits d'auteurs*, etc.

DANS CE CONTEXTE, LA MRC DE MANICOUAGAN A LE POUVOIR :

- De retirer des plateformes utilisées, sans préavis, les commentaires ne respectant pas les règles énoncées précédemment ;
- De faire un signalement ainsi que de bannir et de bloquer une personne usagère, selon les procédures prévues par les différents médias sociaux ;
- De supprimer tout renseignement qu'elle considère comme sensible ou non nécessaire à la compréhension du message ou un contenu non significatif (trop court, confus, imprécis, etc.).

La MRC de Manicouagan ne traitera pas les demandes suivantes par l'intermédiaire des médias sociaux : plaintes, relations médias, accès à l'information, permis, emploi, etc.

Les comportements et les contenus n'étant pas en phase avec ces règles de conduite ou qui se montrent malhonnêtes, offensants ou portant atteinte à la réputation, seront automatiquement retirés.

9.6 Délai de réponse

Bien que l'usage des médias sociaux implique la notion de rapidité et d'instantanéité, certaines interventions peuvent nécessiter des vérifications préalables auprès des différents services de la MRC de Manicouagan. Un délai est donc à prévoir.

À moins d'une urgence qui nécessiterait une intervention immédiate, la MRC assure une vigie et une animation de ses médias sociaux pendant les heures régulières de travail seulement.

9.7 Interactions sur les médias sociaux personnels des élus et des membres du personnel de la MRC

Les règles énoncées précédemment s'appliquent aux élus et aux membres du personnel de la MRC de Manicouagan sur leurs comptes personnels.

Il est important de noter que les élus ne peuvent pas parler au nom de la MRC dans leurs publications sur le Web ni partager des renseignements confidentiels, de natures délicates ou qui pourraient nuire à la réputation de l'organisation ou de l'un de ses partenaires ni d'un collègue. Les mêmes principes s'appliquent au personnel de la MRC.

Les élus et le personnel de la MRC possédant un compte sur certains médias sociaux peuvent mentionner la MRC dans leur profil. Malgré leur affiliation politique ou professionnelle, leurs messages et leurs prises de position ne représentent jamais la position officielle de la MRC et doivent être considérés comme des opinions strictement personnelles.

Les élus et le personnel de la MRC sont aussi invités à faire preuve de jugement dans leurs commentaires personnels en lien avec leurs fonctions et leur employeur sur leur compte personnel.

9.8 Actualisation des sites Web et la gestion des différentes plateformes de la MRC sur les réseaux sociaux

Les sites Web de la MRC et la gestion de ses différentes plateformes sur les réseaux sociaux sont sous la responsabilité du service des communications.

Certaines personnes peuvent obtenir un accès limité afin d'actualiser ponctuellement une section précise des sites Web. Lors d'une modification de contenu plus importante, ledit contenu doit être acheminé au service des communications pour approbation.

Le service des communications, en collaboration avec la direction générale, analysera toute demande effectuée par un autre service en ce qui a trait à la création d'un nouveau compte sur les réseaux sociaux. Aucun service ne peut créer un compte sans d'abord obtenir l'approbation du service des communications et de la direction générale.

Le fait que la MRC suive les comptes d'un utilisateur Facebook, Instagram ou autres plateformes ne signifie pas qu'elle est en accord avec ses propos ou ses activités. Le service des communications porte attention aux comptes qui semblent pertinents en lien avec son mandat et qui lui permettent d'assurer une veille médiatique.

10. La Presse

Le service des communications est le point de convergence pour les médias et s'avère la source unique et officielle de la diffusion d'information.

Il reçoit et traite toutes les demandes des médias, sauf les « Demandes d'accès à l'information » qui sont traitées par le service de l'administration et du greffe.

10.1 Les demandes d'Accès à l'information

Des lois encadrent la divulgation de l'information publique de sorte à protéger les personnes ou les organisations, les renseignements de nature personnelle ou confidentielle, afin de respecter la vie privée.

En vertu de la *Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels*, toute demande de document autre que les publications officielles de la MRC doit être acheminée au service de l'administration et du greffe.

Le formulaire de demande d'Accès à l'information doit être dûment rempli sur le site Web de la MRC de Manicouagan. Celui-ci est accessible à la section : « [Accès à l'information | MRC de Manicouagan](#) ».

Le service de l'administration et du greffe a la responsabilité d'assurer les suivis appropriés en respectant les dispositions et les délais prescrits par la *loi*. Il informe la direction du service des communications lorsque cette demande provient d'un membre des médias.

10.2 Les demandes d'information et d'entrevues

La MRC de Manicouagan incite les membres des médias traditionnels et alternatifs à contacter le coordonnateur aux communications pour toute demande d'information ou d'entrevue. Ses coordonnées se trouvent sur le site Web de la MRC.

Lorsqu'une situation particulière est susceptible d'engendrer une demande d'information en provenance des médias, tout service est responsable de prévenir aussi rapidement que possible celui des communications.

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 trois (3) heures suivant la réception de la demande. Ainsi, la MRC s'assure que les journalistes obtiennent l'information nécessaire au bon moment et auprès des bonnes personnes.

10.3 Traiter une demande média

Il arrive que les membres des médias communiquent directement avec le personnel de la MRC. Le personnel qui reçoit des demandes de médias doit immédiatement les acheminer au coordonnateur aux communications.

Un employé ne peut faire aucune déclaration publique aux médias, à moins qu'il ait obtenu l'approbation au préalable de la direction générale ou de la direction administrative lors de son absence.

10.3.1 Contact par téléphone ou en personne :

1. Donner l’instruction de communiquer avec le coordonnateur aux communications ;
2. Si le coordonnateur aux communications n’est pas disponible et que la demande nécessite une attention immédiate, l’appel ou la personne doit être transféré à la direction des ressources humaines et communications ;
3. Dans le cas où les étapes 1 et 2 ne sont pas possibles, le personnel doit prendre note des informations énumérées ci-dessous et les acheminer immédiatement à la direction des ressources humaines et communications ;
 - a. Nom du journaliste et le média représenté
 - b. Adresse courriel ou le numéro de téléphone
 - c. Nature de la demande
 - d. Échéance de la demande (date/heure limite)
4. Ne jamais promettre une entrevue ou conformer qui est le porte-parole approprié ;
5. Ne pas confirmer ou réfuter des informations ;
6. Dites-lui que la personne responsable des communications lui répondra dès que possible.

10.3.2 Contact par courriel :

1. Ne pas répondre ;
2. Transférer le message immédiatement au coordonnateur aux communications ou en cas d’absence, à la direction des communications.

10.4 La Conférence de presse/Point 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). En règle générale, le préfet est le porte-parole officiel.

Le point de presse est tenu de façon spontanée et porte sur une prise de position importante de la MRC. Il est l'outil de communication à privilégier en cas de sinistre. Seul le préfet, l' élu nommé comme substitut, la direction générale, la direction des communications et celle de la sécurité publique et civile (dans le cas d'une situation d'urgence) peuvent prendre la parole.

La MRC convie les médias à une conférence de presse. Les invitations (médias et invités) relèvent du service des communications. Les convocations sont acheminées de cinq (5) à sept (7) jours ouvrables avant la tenue de l'événement.

Le déroulement d'une conférence de presse respecte le protocole établi, soit l'exposé du message, la période de questions réservée aux représentants des médias et la période d'entrevues individuelles avec les locuteurs.

Aucun service municipal n'a le pouvoir d'organiser une activité de presse et n'est autorisé à convoquer la presse au nom de la MRC.

10.5 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, le personnel doit s'adresser à la direction des communications pour déterminer s'il est le moyen de communication le plus approprié. La rédaction, la révision et l'émission de celui-ci sont sous la responsabilité du service des communications. Il est ensuite validé par la direction générale puis diffusé dans la section « Publications – Actualités » du site Web de la MRC de Manicouagan.

11. L'information à la population

La conception et la production d'invitations, de dépliants, de brochures et autre publication sont sous la responsabilité du service des communications et celui-ci travaille en étroite collaboration avec les divers services desquels découlent les publications.

11.1 L'infolettre

La MRC de Manicouagan a depuis peu développé une infolettre pour informer les locataires du TNO. C'est un moyen de communication efficace qui permet de transmettre des informations rapidement selon les besoins. La fréquence de cette infolettre a été fixée à une fois par saison en plus d'envois ponctuels pour aviser de travaux ou en cas d'urgence.

11.2 L'avis public

- La MRC de Manicouagan publie ses avis publics sur son site Web : www.mrcmanicouagan.qc.ca ;
- Dans le journal régional hebdomadaire « Le Manic » ;
- Sur le babillard situé à l'entrée principale des bureaux de la MRC.

L'avis public doit toujours être validé par la direction générale.

11.3 La consultation publique (sondages et enquêtes maison)

La MRC procède, de façon obligatoire ou facultative, à des consultations publiques, sondages ou enquêtes maison.

Par l'entremise de la personne responsable des communications, de la direction générale et des directions de service, la MRC déploie tous les efforts possibles afin de susciter la participation du plus grand nombre de personnes aux activités de consultation, y compris des invitations lancées aux médias locaux.

Toute consultation publique doit, au préalable, être approuvée par la direction générale de la MRC.

11.4 Affichage dans les édifices de la MRC

La MRC de Manicouagan a des règles bien précises pour encadrer l'affichage dans ses édifices. Ces règles ont pour objectif de contrôler les messages véhiculés à l'intérieur des bâtiments publics et de protéger l'image de la MRC :

- L’affichage doit être approuvé par le service des communications ou la direction générale ;
- Les messages de la MRC ont préséance sur les autres messages ;
- Aucune publicité à but lucratif n’est admise ;
- La MRC refuse tout affichage à caractère politique, partisan, religieux ou commercial ou toute demande provenant d’organismes à vocations politique, partisane, religieuse ou commerciale ;
- La MRC refuse tout affichage raciste, sexiste, haineux, ce qui inclut l’exhibition inappropriée du corps humain ;
- L’affichage doit respecter les normes de l’Office québécois de la langue française ;
- La MRC accepte l’affichage de publicité d’organismes sans but lucratif reconnus par cette dernière ou à but humanitaire reconnu (ex. : Centraide, Société canadienne du cancer) ;
- L’affichage et l’entretien des babillards sont sous la responsabilité du service des communications.

11.5 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 à la protection des renseignements personnels*. La procédure à suivre est indiquée au point 10.1 de cette politique.

12. Relations publiques

12.1 Les allocutions et présentations

À l’occasion, la MRC est invitée à adresser des allocutions lors d’événements divers (réceptions, hommages, cérémonies protocolaires). L’élu est la personne habituellement désignée, à moins que la participation d’une autre personne soit jugée plus pertinente. La personne responsable des communications peut offrir un accompagnement dans la préparation des allocutions et des présentations.

12.2 Les dons et commandites

La MRC de Manicouagan s'est dotée d'une politique concernant l'octroi de commandites qui se trouve sur son site Web :

[politique_concernant_loctroi_de_commandites_mrc_de_manicouagan.pdf](#).

Une commandite de la MRC de Manicouagan se fait en échange de visibilité, laquelle est proportionnelle à l'importance de la contribution, selon les plans de visibilité de chacun des événements commandités. Veuillez noter que toute diffusion « grand public » du logo de la MRC doit d'abord être approuvée par la direction du service des communications.

Tout représentant d'une organisation souhaitant adresser une demande d'aide financière à la MRC doit compléter le formulaire prévu à cet effet et fournir les documents requis au dépôt de celle-ci. Le formulaire de demande se trouve sur le site Web de la MRC au www.mrcmanicouagan.qc.ca sous l'onglet « Programmes d'aide financière ». La demande sera traitée en tenant compte de sa date de réception, de la date de l'événement ou du projet et des séances du Conseil de la MRC. La MRC se réserve un délai de trois (3) mois pour répondre à toute demande d'aide financière.

12.3 Les lettres ou cartes

La MRC transmet des lettres ou des cartes de façon ponctuelle aux employés, membres du Conseil de la MRC, élus de la région ou promoteurs en guise de félicitations, de remerciements ou de sympathies. Ces communications sont généralement signées par l'élu de la MRC de Manicouagan ou, selon le cas, par la direction générale.

La MRC de Manicouagan possède une papeterie (papier en-tête, carte de Noël, pochette corporative, carte professionnelle) développée en fonction de son identité visuelle corporative. Tous les services de la MRC sont tenus d'utiliser la papeterie officielle dans leurs communications auprès du public externe.

12.4 Signature de courriel

Par souci d'uniformité et de professionnalisme, les membres du personnel de la MRC de Manicouagan doivent obligatoirement utiliser la signature de courriel standard développée et transmise par le service des communications.

La signature comprend les éléments suivants :

Nom de l'employé *Le logo de la MRC est placé à gauche de la signature

Titre

Numéro de téléphone du bureau, poste **numéro**

Adresse postale

Site Web

Tag promotionnel (optionnel)

Message en lien avec la protection de l'environnement

Message de mise en garde information confidentielle



Nom de l'employé

Titre du poste

Tél. : 418 589-9594, poste **No** |

Édifice Georges-Henri-Gagné

768, rue Bossé

Baie-Comeau QC G5C 1L6

mrcmanicouagan.qc.ca

Désirez-vous vraiment imprimer ce courriel ? Pensons à l'environnement !

Le présent courriel peut contenir des renseignements confidentiels. Si ce courriel vous est parvenu par mégarde, veuillez le supprimer et nous en aviser au 418 589-9594. Merci de votre collaboration.

12.5 Message de boîte vocale et message d'absence

Par souci d'harmonisation des messages vocaux des services municipaux, les employés détenant une boîte vocale doivent obligatoirement enregistrer un message identique à celui stipulé ci-dessous. De plus, il est exigé de préparer un message d'absence sur la boîte vocale de même qu'un courriel de réponse automatisé lors de période d'absence temporaire ou indéterminée. La mise à jour doit s'effectuer au départ et au retour.

Message de boîte vocale :

« Bonjour ! Vous avez joint la boîte vocale de (*votre nom*). Je suis dans l'impossibilité de prendre votre appel pour l'instant. Veuillez me laisser un message détaillé et vos coordonnées et je retournerai votre appel aussitôt que possible ou faites-le 0 pour plus d'information. Merci ».

Message de boîte vocale lors d'absence :

« Bonjour ! Vous avez joint la boîte vocale de (*votre nom*). Veuillez prendre note que je serai absent du bureau jusqu'au (*date*) inclusivement. Vous pouvez me laisser un message détaillé auquel je répondrai dès mon retour ou faites-le 0 pour plus d'information. Merci ».

Courriel de réponse lors d'absence :

Bonjour,

Veuillez noter que je suis absent du bureau du (*date du jour*) au (*date du jour*) inclusivement. Pour toute question urgente, vous pouvez acheminer un courriel à (*nom d'un membre du personnel de votre service*) à : [*adresse courriel*](#).

Salutations,

*Signature de courriel habituelle

12.6 L'accueil et l'approche clientèle

Le personnel doit faire preuve de courtoisie et de professionnalisme lors de leur discussion avec la clientèle et les partenaires, où qu'elle ait lieu.

13. La communication marketing

13.1 La publicité (journaux, télévision, radio et magazine, etc.)

La MRC peut acheter de l'espace publicitaire dans les médias.

Le service des communications veille à la cohérence des messages et des visuels d'après les objectifs définis, la pertinence des projets et les besoins de la clientèle visée, le tout dans le respect de l'image de marque de la MRC. Le coordonnateur aux communications est chargé de produire ou de faire produire par des agences externes, de vérifier et de corriger, le cas échéant, les textes et les visuels publicitaires de la MRC.

13.2 Les objets promotionnels

Les objets promotionnels permettent de promouvoir l'image de marque de la MRC, d'accroître sa notoriété, de renforcer le sentiment d'appartenance et de fierté.

La production, la gestion de l'inventaire des objets promotionnels sont sous la responsabilité du service des communications.

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

14. Non-conformité

L'employé qui ne respecte pas le contenu de la présente politique s'expose à des mesures administratives ou disciplinaires selon la gravité des gestes posés, pouvant aller jusqu'au congédiement.

15. Révision

Cette politique sera révisée tous les deux (2) ans par le service des communications.

ANNEXE 1 – ACCUSÉ DE RÉCEPTION



ACCUSÉ DE RÉCEPTION

Politique de Communication

Je soussigné.e, _____, reconnais avoir reçu un exemplaire de la *Politique de Communication* en vigueur au sein de la MRC de Manicouagan.

Je déclare avoir pris connaissance des termes que la *Politique* contient. Je comprends et m'engage à me conformer à la présente *Politique*.

Signature

Date