

Dundee
Elgin
Franklin
Godmanchester

Havelock
Hinchinbrooke
Howick
Huntingdon

Ormstown
Saint-Anicet
Saint-Chrysostome
Sainte-Barbe
Très-Saint-Sacrement



POLITIQUE DES COMMUNICATIONS



MRC du
HAUT-SAINT-LAURENT

Adoption par le Conseil de la MRC du
Haut-Saint-Laurent le 20 septembre 2023
Résolution n° 10506-09-23

POLITIQUE DES COMMUNICATIONS DE LA MUNICIPALITÉ RÉGIONALE DE COMTÉ DU HAUT-SAINT-LAURENT

Coordination : Mme Anick Lacroix
Coordonnatrice aux communications
MRC du Haut-Saint-Laurent

Sous la direction de : M. Pierre Caza
Directeur général et greffier-trésorier
MRC du Haut-Saint-Laurent

Mme Chantal Isabelle
Directrice générale adjointe et greffière-trésorière adjointe
MRC du Haut-Saint-Laurent

Conception graphique : Mme Anick Lacroix
Coordonnatrice aux communications
MRC du Haut-Saint-Laurent

NOTES AU LECTEUR

Conformément à la résolution n° 10506-09-23, adoptée le 20 septembre 2023, la présente politique entre en vigueur à partir de cette date.

La MRC du Haut-Saint-Laurent se réserve le droit de modifier cette politique sans préavis si elle le juge approprié. Les annexes et leur contenu sont sujets à changement sans préavis.

L'utilisation du masculin vise à alléger le texte et à éviter les mises à jour lors de changement de personnel

SUIVI DE LA CHRONOLOGIE DES MISES À JOUR

Table des matières

1. MISE EN CONTEXTE.....	5
1.1 Préambule.....	6
2. ORIENTATIONS.....	6
3. PRINCIPES DIRECTEURS.....	7
4. DÉFINITIONS.....	7
5. CHAMP D'APPLICATION.....	8
6. OBJECTIFS DE COMMUNICATION.....	8
7. PUBLICS CIBLES.....	9
8. MISSION DU COORDONNATEUR AUX COMMUNICATIONS.....	9
9. RÔLES DU COORDONNATEUR AUX COMMUNICATIONS.....	9
10. STRUCTURE D'INTERVENTION.....	10
11. DÉPÔT D'UNE REQUÊTE AUPRÈS DU COORDONNATEUR AUX COMMUNICATIONS.....	10
12. RÔLES ET RESPONSABILITÉS DE CHACUN.....	11
12.1 Préfecture.....	11
12.2 Membre du Conseil de la MRC.....	11
12.3 Direction générale.....	11
12.4 Coordonnateur aux communications.....	12
12.5 Gestionnaires de dossiers.....	13
12.6 Tout le personnel de la MRC.....	14
13. NORMES ET PROCÉDURES.....	15
13.1 Communication avec les médias (Annexe 4).....	15
13.1.1 Porte-parole.....	15
13.2 Demande d'accès aux documents.....	16
13.3 Demande de contribution financière.....	16
13.4 Demande de publicité par un tiers.....	16
13.5 Entente de visibilité (Annexe 2).....	17
13.6 Logo, identité visuelle et image de marque (Annexe 2).....	17
13.7 Information liée aux séances du Conseil de la MRC.....	17
13.8 Prépondérance des drapeaux.....	17
14. NORMES ET PROCÉDURES INTERNES.....	18
14.1 Papeterie.....	18
14.2 Nétiquette.....	18
14.3 Rédaction de courriels (externes et internes).....	20
14.4 Signature de courriel (Annexe 3).....	21
14.5 Messages de boîte vocale et messages d'absence.....	22
14.6 Gabarits et modèles disponibles (Annexe 2).....	22
14.7 Photographies.....	23
14.8 Objets promotionnels.....	23

15. MOYENS DE COMMUNICATION INTERNE	23
15.1 Ressources humaines	23
15.2 Communiqués de presse	23
15.3 Veille médiatique et revue de presse	24
15.4 Matériel disponible et procédure d'emprunt (Annexe 2 - Procédure et inventaire)	24
16. MOYENS DE COMMUNICATION EXTERNE	24
16.1 Affichage	24
16.2 Sites Internet	24
16.3 Médias sociaux	25
16.4 Capsules vidéo	26
16.5 Infolettre	26
16.6 Événements et protocole	26
16.7 Conférences de presse	27
16.8 Communiqués de presse	28
16.9 Publications officielles	28
Bibliographie	31
ANNEXE 1 – Requête	32
ANNEXE 2 – Normes et procédures	33
ANNEXE 3 – Signature électronique	34
ANNEXE 4 – Médias et diffuseurs	35
ANNEXE 5 – Comptes réseaux sociaux	36
ANNEXE 6 – Responsables du contenu	37

1. MISE EN CONTEXTE

Ayant à cœur l'amélioration de la qualité de vie des citoyens du Haut-Saint-Laurent, la MRC a pour mission d'orienter l'aménagement du territoire et d'en soutenir le développement dans une perspective durable à travers les expertises présentes et engagées dans ses opérations.

La communication est indissociable du succès de toute organisation. C'est particulièrement juste dans le monde municipal où la communication permet d'assurer et de maintenir un lien de confiance entre les élus, les administrations municipales, les gestionnaires de dossiers et la population.

Communiquer efficacement est indispensable pour la MRC du Haut-Saint-Laurent. Ainsi, les informations transmises par la MRC ou l'un de ses représentants se doivent d'être claires, précises, structurées et rédigées de manière professionnelle. Pour ces raisons, la MRC du Haut-Saint-Laurent estime qu'il est essentiel de se doter d'une *Politique des communications* découlant des orientations et des valeurs de son Conseil.

En offrant un service communicationnel de qualité qui favorise le respect, la concision et le dialogue, la MRC se positionnera comme une organisation axée sur le développement d'un milieu de vie dynamique favorable à l'épanouissement et au rayonnement de sa communauté et de ses entreprises.

Cette politique constitue un ensemble de normes et de directives qui visent essentiellement à développer une méthode de communication cohérente et adéquate entre l'administration régionale et ses différents publics. Ainsi, elle établit les principes et les buts à poursuivre afin de promouvoir un sain climat de communication, d'optimiser la contribution de l'ensemble des intervenants, d'harmoniser les procédures, d'y percevoir une direction continue et de produire une culture organisationnelle axée sur l'efficacité et la collaboration.

1.1 Préambule

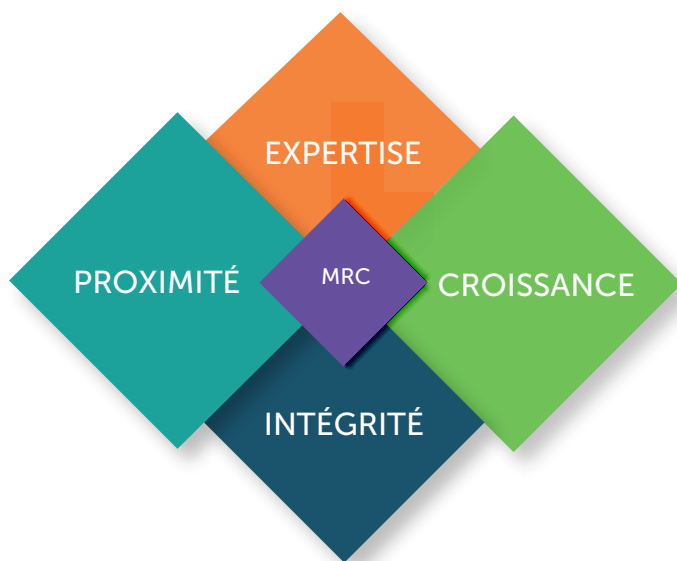
Le présent document a pour objectifs :

1. D'identifier les champs d'interventions de la MRC sur le plan des communications;
2. De définir le rôle des membres du conseil de la MRC et des employés concernant les communications internes et externes et;
3. D'identifier les mécanismes appropriés pour mettre en œuvre la *Politique des communications*.

2. ORIENTATIONS

Les membres du Conseil de la MRC du Haut-Saint-Laurent s'attendent à ce que les canaux communicationnels de la MRC assurent efficacement les rôles suivants :

- **Informer** – dispenser une information factuelle de qualité sur les services, activités, programmes, projets, règlements et décisions de la MRC;
- **Expliquer** – véhiculer une compréhension commune des enjeux et décisions régionaux auprès des publics internes et externes;
- **Encourager la participation** – notamment à la vie et aux consultations citoyennes, aux événements régionaux, au développement des communautés;
- **Sensibiliser la population** – notamment en ce qui a trait à la protection du territoire et du patrimoine, aux bonnes pratiques collectives/environnementales (entre autres : achat local, recyclage, compostage, etc.), à la promotion d'une image positive de la MRC;
- **Encadrer** – s'assurer de la conformité aux protocoles et procédures établis.



3. PRINCIPES DIRECTEURS

La *Politique des communications*, ci-après appelée « la Politique », s'inspire des orientations et des valeurs de la MRC du Haut-Saint-Laurent et de son Conseil, qui considère les communications comme un outil de gestion indissociable d'une administration transparente et intègre.

La Politique repose sur les principes suivants :

- L'adhésion aux valeurs de démocratie et de droit à l'information;
- Le respect de la conformité avec les décisions du Conseil, la planification stratégique, les politiques et codes d'éthique et de déontologie de la MRC, les valeurs organisationnelles de la MRC, et les budgets établis et adoptés par le Conseil;
- Le développement et le maintien de relations communicationnelles respectueuses, ouvertes, concertées et efficaces;
- Un esprit de collaboration favorisant une communication bidirectionnelle et transversale entre la MRC et ses parties prenantes;
- Les lois et règlements en vigueur s'appliquant aux MRC, notamment :
 - Le *Code municipal du Québec* (RLRQ, chapitre C-27.1)
 - La *Loi sur l'organisation territoriale municipale* (RLRQ, chapitre O-9)
 - La *Loi sur l'aménagement et l'urbanisme* (RLRQ, chapitre A-19.1)
 - La *Loi sur les compétences municipales* (RLRQ, chapitre C-47.1)
 - La *Loi sur la protection du territoire et des activités agricoles* (RLRQ, chapitre P-41.1)
 - La *Loi sur la qualité de l'environnement* (RLRQ, chapitre Q-2)
 - La *Loi sur la sécurité incendie* (RLRQ, chapitre S-3.4)
 - La *Loi sur la sécurité civile* (RLRQ, chapitre S-2.3)
 - La *Loi sur la sécurité des barrages* (RLRQ, chapitre S-3.1.01)
 - La *Loi sur la Société d'habitation du Québec* (RLRQ, chapitre S-8)
 - La *Loi sur le patrimoine culturel* (RLRQ, chapitre P-9.002)
 - La *Loi sur les élections et les référendums dans les municipalités* (RLRQ, chapitre E-2.2)
 - La *Loi sur la fiscalité municipale* (RLRQ, chapitre F-2.1)
 - La *Loi sur le traitement des élus municipaux* (RLRQ, chapitre T-11.001)
 - La *Loi sur les cours municipales* (RLRQ, chapitre C-72.01)
 - La *Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels* (RLRQ, chapitre A-2.1)
 - La *Charte de la langue française* (RLRQ, chapitre C-11)
 - La *Charte canadienne des droits et libertés*, partie I de la Loi constitutionnelle de 1982 [annexe B de la Loi de 1982 sur le Canada, 1982, c. 11 (R.-U.)]



4. DÉFINITIONS

Les communications municipales se déclinent en deux types distincts décrits ci-dessous. La présente *Politique* traite exclusivement de la communication dite *administrative*.

Communication politique

On qualifie de communication (ou information) politique toute déclaration verbale ou écrite faite par un élu ou un groupe d'élus, dans le but de faire connaître son opinion ou son avis sur les affaires municipales, ou d'informer le public sur une activité ou initiative personnelle, **sans engager ou lier l'administration municipale régionale ni compromettre la confidentialité des informations** non disponibles au public, dont il a eu connaissance dans l'exercice ou à l'occasion de ses fonctions. La responsabilité de ce type de communication **appartient exclusivement à l'élu ou au groupe d'élus à son origine ou à leur cabinet municipal.**

Communication administrative

On considère une communication (ou une information) comme administrative lorsque celle-ci est d'ordre opérationnel ou normatif, lorsqu'elle **concerne l'appareil municipal régional de comté ou lorsqu'elle fait suite à une décision du Conseil par résolution ou règlement.** Cette communication est objective et factuelle. Elle permet d'informer le public sur un service, un programme, un projet, un règlement, une activité ou tout sujet en lien avec la MRC du Haut-Saint-Laurent. La responsabilité de ce type de communication **appartient exclusivement à l'équipe de direction de la MRC et émane d'un représentant officiel de la MRC du Haut-Saint-Laurent.**

5. CHAMP D'APPLICATION

La *Politique* constitue le cadre de référence en communication de la MRC du Haut-Saint-Laurent et s'applique au personnel et aux membres du Conseil de la MRC du Haut-Saint-Laurent.

De façon générale, chaque membre du personnel et du Conseil de la MRC du Haut-Saint-Laurent a le devoir de prendre connaissance de la présente politique, de l'appliquer et de porter une attention particulière à la qualité de ses interactions, par écrit ou en personne, avec une tierce partie de l'organisation municipale et de la collectivité, lorsqu'il représente la MRC.

Conformément au code de déontologie, tous doivent respecter la confidentialité des renseignements qui leur sont communiqués dans le cadre de l'exercice de leur fonction et s'abstenir de dévoiler le contenu des dossiers à caractère confidentiel ou discuté lors de toutes formes de rencontres, comités ou séances.

6. OBJECTIFS DE COMMUNICATION

Communication interne	Communication externe
Contribuer à mobiliser le personnel en fonction des orientations, valeurs et priorités organisationnelles.	Fournir une information de qualité en temps opportun, aux citoyens, médias et partenaires, relativement aux services, activités, projets, programmes et règlements, etc.
Soutenir le personnel dans le cadre du développement de services, activités, projets, programmes et outils destinés aux publics externes.	Faire rayonner la MRC du Haut-Saint-Laurent et promouvoir son attractivité.
Consulter le personnel au sujet des enjeux et des projets qui les concernent.	Maintenir de saines relations avec la collectivité et favoriser la participation citoyenne.
Contribuer à faire connaître les services, activités, programmes, projets, règlements de la MRC du Haut-Saint-Laurent aux publics internes.	Assurer la présence d'un représentant de la MRC au sein des différents événements d'envergure.
Favoriser une bonne ambiance de travail.	Contribuer à une compréhension commune des enjeux.
Standardiser les communications internes et assurer le respect de l'intégrité de l'identité visuelle de la MRC.	Standardiser les communications externes et assurer le respect de l'intégrité de l'identité visuelle de la MRC.

7. PUBLICS CIBLES

Publics cibles internes	Publics cibles externes
Membres du Conseil de la MRC	Municipalités de la MRC et leurs citoyens
Membres de la direction générale	Artistes et organisations culturelles Groupes et associations du territoire Industries, commerces et entrepreneurs Institutions Médias locaux, régionaux et nationaux Organismes du milieu Partenaires paramunicipaux Touristes Ensemble de la population
Membres du personnel	Représentants et instances du gouvernement du Québec Représentants et instances du gouvernement du Canada

8. MISSION DU COORDONNATEUR AUX COMMUNICATIONS

En étroite collaboration avec la direction générale, le coordonnateur aux communications de la MRC du Haut-Saint-Laurent assure la planification et la gestion des stratégies de communication et de la diffusion de l'information auprès des publics internes et externes en développant des outils communicationnels. Il collabore avec les départements et agit à titre de conseiller en soutenant l'inventaire et la définition de leurs besoins communicationnels et en orientant les démarches. Au-delà de son mandat d'informer sur les décisions et les actions de la MRC, il veille à promouvoir le rayonnement et l'attractivité de la région du Haut-Saint-Laurent.

9. RÔLES DU COORDONNATEUR AUX COMMUNICATIONS

Globalement et de manière non exhaustive, le coordonnateur :

- Définit les enjeux et les priorités de communication interne et externe et de marketing en fonction des attentes, des orientations et de la vision du Conseil, de la direction générale et des services régionaux;
- Développe le plan d'action et voit à sa mise en œuvre, en collaboration avec les gestionnaires concernés, et ce, en fonction des besoins précisés et des publics visés;
- Intègre la communication à la culture organisationnelle;
- Protège l'identité visuelle de la MRC et veille à la qualité de ses publications;
- Veille à faire évaluer l'efficacité du plan d'action annuel en communication et des principales activités (analyse des résultats);
- Fait preuve d'innovation, de créativité, de dynamisme et de proactivité.

Communication

- Développe les stratégies et les plans d'action de communication interne et externe de concert avec les différents gestionnaires de dossiers;
- Coordonne les activités médiatiques et les communications officielles de l'organisation;
- Gère les activités de relations publiques et les relations avec la collectivité;
- Mène une veille médiatique sur les sujets d'actualité traitant de la MRC du Haut-Saint-Laurent;
- Identifie les besoins de formation en communication et coordonne la tenue de formations.

Stratégies

- Assume la responsabilité de la révision et de la production des publications officielles;
- Élabore les stratégies promotionnelles et coordonne les campagnes;
- Assure la conception des outils communicationnels et promotionnels;
- Gère l'identité visuelle de la MRC et veille au respect des normes graphiques établies;
- Veille au respect des ententes de visibilité;
- Soutient la coordination et la promotion des événements majeurs de la MRC;
- Collabore à l'élaboration et assure le respect du budget dédié aux communications.

Nouveaux médias

- Administre le site Internet de la MRC;
- Gère les comptes de la MRC sur les réseaux sociaux et assure une veille des publications;
- Analyse les statistiques et les données pertinentes à l'optimisation de l'utilisation des médias sociaux et à l'amélioration des pratiques;
- Planifie le référencement et les placements médias;
- Assure une veille médiatique.

10. STRUCTURE D'INTERVENTION



11. DÉPÔT D'UNE REQUÊTE AUPRÈS DU COORDONNATEUR AUX COMMUNICATIONS

Pour toute demande de prestation de services de la part du coordonnateur aux communications, le personnel doit remplir le formulaire de requête en ligne (Annexe 1). Que ce soit pour une demande urgente ou non urgente, il est obligatoire d'acheminer une requête au coordonnateur conformément à la procédure afin de permettre un suivi adéquat des demandes en fonction de l'ordre de priorité et des dates d'échéance des projets et des dossiers.

Termes

Le service des communications relève de la direction générale. Toute demande ne figurant pas au plan de communication annuel doit être approuvée par la direction générale à moins d'avoir été entérinée par résolution du Conseil de la MRC du Haut-Saint-Laurent.

En aucun cas, le service des communications ne doit s'occuper des responsabilités afférentes aux

communications politiques des membres du Conseil de la MRC.

Également, il n'est pas de la responsabilité du service des communications de prendre en charge les communications d'une tierce partie (organisme, association, partenaire du milieu, etc.), à moins d'une directive particulière de la direction générale de la MRC du Haut-Saint-Laurent.

12. RÔLES ET RESPONSABILITÉS DE CHACUN

Chaque membre du Conseil ou employé est un ambassadeur de la MRC lors de toute intervention ou activité. Il doit donc porter une attention particulière lorsqu'il s'adresse, en personne ou par écrit, à un citoyen au nom de la MRC.

Dans le cas d'une sortie publique officielle, – point de presse, conférence de presse, événement institutionnel, entrevue radiophonique ou télévisée – le service des communications procédera généralement à la préparation d'un document de presse et à une séance de breffage avec le porte-parole officiel représentant la MRC.

Représentation à des événements et activités

Le préfet, la direction générale, les gestionnaires de dossiers et certains employés participent à des événements et activités pour promouvoir les mandats et les réalisations de la MRC. **Ces personnes s'assurent de porter l'épinglette de la MRC lors de ces représentations.**

12.1 Préfecture

Le préfet est le premier représentant de la MRC du Haut-Saint-Laurent et il en est le porte-parole officiel pour toute déclaration publique relative aux affaires de la MRC. **Ses propos doivent respecter les décisions ou orientations du Conseil.**

- Il est invité à prendre part et à prononcer un court discours à diverses activités organisées par la MRC;
- En cas d'empêchement, le préfet suppléant remplace le préfet.

12.2 Membre du Conseil de la MRC

Les membres ne peuvent s'exprimer au nom du Conseil sans le consentement explicite de ce dernier (par voie de résolution) ou du préfet.

12.3 Direction générale

Le directeur général peut faire certaines déclarations publiques, verbales ou écrites, liées au fonctionnement et aux services de la MRC, généralement en concertation avec le préfet.

- À titre de gestionnaire des ressources humaines, le directeur général (DG) est aussi responsable des communications internes de la MRC;
- Le DG supervise le responsable des communications dans ses fonctions.
- En cas d'empêchement, le directeur général adjoint (DGA) peut remplacer le directeur général.

De façon générale, la direction :

- Encadre la réalisation du plan de communication et en évalue l'efficacité;
- Participe à l'identification des orientations, des valeurs et des priorités en fonction des enjeux;
- Approuve le plan de communication annuel et les plans de communication spécifiques en tenant compte des besoins précisés et des publics visés;
- Fait connaître ses besoins de soutien en communication, lorsque requis.

Plus particulièrement à l'interne :

- **Veille à ce que la communication soit une activité de gestion pleinement intégrée à la culture organisationnelle;**
- **Fait reconnaître l'importance des principes d'une communication efficace, notamment auprès des employés et des gestionnaires;**
- Prend le leadership des communications internes (ex. : rencontres axées sur les résultats et les objectifs) et assure la mise en œuvre du plan d'action;
- Intègre la communication ascendante, descendante et transversale aux principes de gestion;
- Véhicule, auprès des gestionnaires de dossiers, toute information pertinente à faire connaître au personnel sur les services, activités, programmes, projets, règlements ou décisions;
- Met en place un plan d'intervention en situation de crise interne. Ce plan permet d'encadrer les relations médiatiques lors de situations nécessitant une approche particulière auprès du personnel (ex. : décès d'un employé, accident de travail, climat de travail, ingérence de la part d'un élu ou d'un tiers, etc.).

Plus particulièrement à l'externe :

- Assure le rôle de représentant administratif officiel de la MRC du Haut-Saint-Laurent dans certains événements;
- Assume la responsabilité d'être le porte-parole officiel de la MRC du Haut-Saint-Laurent concernant les sujets administratifs d'intérêt général;
- Assure une veille des principaux mouvements d'opinion publique;
- Avise la préfecture et le service des communications de toute situation susceptible de générer une demande de la part des médias ou de faire l'objet d'une controverse dans l'opinion publique;
- Redirige toute demande média au service des communications.

12.4 Coordonnateur aux communications

Le coordonnateur aux communications assure le bon fonctionnement des activités de communication de la MRC dans les meilleurs délais possibles, avec neutralité, transparence et probité. Il coordonne, en collaboration avec la direction générale, les activités de communications internes et externes et s'assure de l'application de la *Politique des communications de la MRC* et du plan de communications annuel qui en découle. Il agit à titre de personne-ressource auprès du préfet, de la direction et des employés de la MRC pour toute question relative aux communications.

De façon générale, le coordonnateur (se référer également à la section 9) :

- Veille à la mise en place de la *Politique des communications* et au plan de communication;
- Supervise la création de supports de diffusion de l'information;
- Développe des moyens et outils innovants permettant d'assurer la visibilité de la MRC et de maximiser les messages de communication;
- Reçoit et traite toutes les demandes des médias liées à l'administration régionale;
- Diffuse toute communication officielle de l'administration régionale;
- Assure le transfert des demandes d'entrevues au préfet ou à la direction générale, selon la nature de la demande, et effectue les recherches nécessaires;
- Convoque et coordonne toutes les activités de presse (conférence de presse, point de presse, dévoilement, inauguration, lancement, etc.);
- Assure une veille médiatique et analyse l'efficacité des campagnes de diffusion.

12.5 Gestionnaires de dossiers

Les gestionnaires intègrent la dimension communication à leurs activités de gestion interne et externe. Il est de la responsabilité des gestionnaires 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.

- Favorisent une communication propice au maintien d'un climat de travail stimulant et efficace dans leurs relations intraservices et interservices.
- Assurent leur entière collaboration au coordonnateur aux communications en participant activement au développement du plan de communication annuel et aux plans de communication spécifiques à leur(s) secteur(s) d'activités;
- Approuvent toute information ou tout contenu relié à leur(s) secteur(s) d'activités (notions de véracité de l'information et d'imputabilité);
- Font connaître leurs besoins de soutien en communication, lorsque requis;
- S'assurent qu'une évaluation périodique des programmes, activités et moyens de communication soit mise en œuvre dans leur secteur d'activités.

Plus particulièrement à l'interne

- Tiennent des rencontres périodiques avec leur équipe (rencontres intraservices);
- Font connaître auprès des membres de leur équipe les principales décisions concernant les services, activités, programmes, projets ou règlements publics modifiant le service aux citoyens. Du personnel bien informé permet de véhiculer une information juste aux citoyens;
- Veillent à ce que le personnel dispose de l'information nécessaire pour accomplir ses tâches;
- Se tiennent bien informés des mouvements d'opinion interne et s'assurent que les préoccupations soient prises en compte, s'ils le jugent nécessaire;
- Reconnassent la contribution des individus et de leur équipe dans l'atteinte d'une prestation de services de qualité aux citoyens (satisfaction du citoyen);
- Consultent les membres de leur équipe afin de connaître leur opinion sur les différents enjeux, projets ou dossiers du service (mobilisation et adhésion du personnel);
- Développent de saines relations intraservices axées sur l'écoute, l'échange, la collaboration, la coopération et le partage de connaissances.

Plus particulièrement à l'externe

- Acheminent au coordonnateur aux communications toute information ou toute nouvelle jugée pertinente à faire connaître publiquement;
- Avisent le coordonnateur aux communications de toute situation susceptible de générer une demande de la part des médias (approche proactive) ou susceptible de faire l'objet d'une controverse dans l'opinion publique;
- Les gestionnaires de dossiers, par leur expertise ou pour fournir des renseignements techniques relevant de leur compétence, peuvent être amenés à répondre à certaines requêtes des médias. Dans un tel cas, ils doivent préalablement informer le responsable des communications pour préparer toute intervention destinée à un public externe.

12.6 Tout le personnel de la MRC

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

- Les employés doivent consulter le coordonnateur aux communications avant toute diffusion d'information de nature médiatique ou publique faite au nom de la MRC ou en lien avec les affaires de la MRC, y compris la diffusion de messages dans les médias sociaux.

Voici la marche à suivre en cas de requête d'un média :

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 coordonnateur aux 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 orienter le journaliste vers un employé.
4. Ne rien confirmer ou commenter et ne communiquer aucune information.
5. Dire au journaliste que le coordonnateur aux communications lui répondra dès que possible.

Communication par courriel :

1. Ne pas répondre.
2. Transférer le message immédiatement au coordonnateur aux communications. Ne pas mettre le(s) journaliste(s) en copie.

En cas de non-disponibilité du coordonnateur aux communications, un membre de la direction générale doit être informé de toute planification d'intervention de nature médiatique ou publique faite au nom de la MRC ou en lien avec les affaires de la MRC, y compris la diffusion de messages dans les médias sociaux.

13. NORMES ET PROCÉDURES

Afin d'optimiser ses communications et d'uniformiser ses pratiques, la MRC du Haut-Saint-Laurent précise également les différents cadres d'intervention au moyen de normes et procédures.

13.1 Communication avec les médias (Annexe 4)

Dans la perspective d'assurer une justesse de l'information transmise, le coordonnateur aux communications se révèle être le point de convergence à l'interne et la porte d'entrée des médias pour obtenir toute information de nature administrative. La coordination du service des communications se veut l'unique source officielle de diffusion d'information de la MRC du Haut-Saint-Laurent. Par conséquent, aucun service régional n'est autorisé à diffuser de l'information à un média au nom de la MRC. De plus, le service des communications ne peut utiliser les canaux de diffusion habituels de la MRC au bénéfice d'une tierce partie.

Dans l'optique d'assurer une gestion efficace de la communication avec les médias et d'assurer une exactitude de l'information transmise, le personnel des différents services régionaux de la MRC n'est autorisé à divulguer aucune information aux représentants des médias dans le cadre de ses fonctions à la MRC, sans préalablement avoir été mandaté par le coordonnateur aux communications. Si un membre du personnel est questionné par un représentant des médias, il doit le rediriger au coordonnateur aux communications. En son absence, un membre de la direction générale assurera les suivis appropriés. Cette directive s'applique également aux partenaires de la MRC, lorsqu'ils sont questionnés au sujet d'un mandat, d'un projet, d'une étude ou d'un investissement de la MRC les concernant. Lorsqu'il s'agit d'un mandat, d'une étude, d'un projet ou d'un investissement de la MRC, les annonces sont faites par cette dernière ou par une entité qu'elle mandate.

13.1.1 Porte-parole

Dans l'optique d'assurer une gestion efficace de la communication avec les médias, la MRC du Haut-Saint-Laurent a établi une structure d'intervention à l'intérieur de son organisation. Pour ce faire, des membres de la direction ont été identifiés pour agir comme porte-parole de la MRC en fonction des différents secteurs d'activités et compétences de l'administration municipale.

Dépendamment de la nature de la demande, la MRC du Haut-Saint-Laurent met à la disposition des représentants des médias son porte-parole officiel en la matière. En l'absence de celui-ci, un autre porte-parole peut être appelé à le remplacer.

Le porte-parole est autorisé à faire toute déclaration, verbale ou écrite, au nom de la MRC du Haut-Saint-Laurent **exclusivement lorsque le préfet et le préfet suppléant sont absents ou que l'un de ceux-ci ou la direction générale (pour les coordonnateurs) les mandate à le faire**. En d'autres temps, les porte-paroles sont assujettis aux dispositions des normes et procédures de la section 12.

Porte-parole	Préfet	Directeur général	Directeur général adjoint	Coordonnateur au développement territorial (si mandaté)	Coordonnateur au développement régional (si mandaté)
Sujet traité	Tous les sujets	Administration	Greffe	Urbanisme	Développement économique, culturel et touristique
		Aménagement du territoire	Cour municipale	Aménagement du territoire	Développement des communautés et attractivité
		Gestion des cours d'eau et des infrastructures régionales	Accès aux documents et protection des renseignements	Gestion des cours d'eau et des infrastructures régionales	
		Transport collectif et adapté	Développement culturel	Transport collectif et adapté	
		Développement durable, environnement et GMR		Développement durable, environnement et GMR	
		Gestion du risque		Gestion du risque	
		Développement économique et touristique			
		Développement des communautés et attractivité			

13.2 Demande d'accès aux documents

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 du Haut-Saint-Laurent doit être acheminée au responsable mandaté à cet effet dont le nom et les coordonnées sont disponibles sur le site de la Commission d'accès à l'information via la *Liste des organismes assujettis et des responsables de l'application de la Loi sur l'accès*.

La personne désignée a la responsabilité d'assurer les suivis appropriés en respectant les dispositions et les délais prescrits par la loi.

13.3 Demande de contribution financière

Se référer aux politiques en vigueur sur le site Internet de la MRC, notamment la *Politique de soutien aux événements et activités touristiques*.

13.4 Demande de publicité par un tiers

La MRC souhaitant être un organisme équitable et neutre, aucune demande de publicité provenant d'individus, de partis politiques, d'entreprises privées ou d'institutions ne sera acceptée par la MRC.

Les organisations souhaitant faire partie de l'offre touristique de la MRC peuvent envoyer une requête pour recevoir les termes et conditions d'un partenariat.

Aucune demande de promotion par un tiers ne sera diffusée sans autorisation préalable du coordonnateur aux communications ou de la direction générale.

Aucune publicité ne sera tolérée sur les canaux communicationnels de la MRC; toute publication publiée dans les commentaires ou par tout autre moyen ne respectant pas la présente politique sera supprimée par le service des communications.

13.5 Entente de visibilité (Annexe 2)

Une entente de visibilité accompagne toute subvention ou soutien en services offert par la MRC du Haut-Saint-Laurent à ses partenaires. À la signature de l'entente, ceux-ci s'engagent à la respecter et à faire bénéficier la MRC du Haut-Saint-Laurent de la visibilité qui lui revient. La rédaction, la gestion et l'application des ententes de visibilité relèvent du service des communications.

13.6 Logo, identité visuelle et image de marque (Annexe 2)

La MRC du Haut-Saint-Laurent reconnaît l'importance d'une image de marque forte, cohérente et clairement définie. Ainsi, elle détient un logo, une identité visuelle et la signature « Joyau de la Montérégie ». Cette dernière est enregistrée comme marque officielle auprès de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada et est utilisée à des fins de promotion du territoire (tourisme, prospection, attractivité).

Une tierce partie n'est pas autorisée à utiliser le logo, l'identité visuelle ou l'image de marque de la MRC du Haut-Saint-Laurent, quelle qu'en soit la forme, sans le consentement de la MRC qui est octroyé exclusivement par le service des communications. La MRC du Haut-Saint-Laurent a un droit exclusif sur son image et sur l'utilisation qui en est faite. La protection de l'image de marque et l'application du guide *Normes de visibilité et signature visuelle de la MRC du Haut-Saint-Laurent* (ci-après Guide) sont sous la responsabilité du service des communications.

Par ailleurs, l'identité visuelle doit être utilisée lors de la mise en page de tous les documents produits par les services de la MRC du Haut-Saint-Laurent qui sont destinés à un public externe. L'utilisation de l'identité visuelle doit se faire conformément au Guide en vigueur. De plus, la mention du site Internet et des médias sociaux doit généralement être intégrée à la conception des documents. Enfin, la police de caractères doit être choisie en fonction des règles du Guide.

L'identification des véhicules au service de la MRC du Haut-Saint-Laurent est développée par le service des communications en fonction des règles du Guide.

Toute personne ou tout organisme autorisé à utiliser l'image de marque de la MRC du Haut-Saint-Laurent s'engage à le faire en respect du Guide et à obtenir une approbation écrite de conformité de la part du service des communications, préalablement à son utilisation à anick.lacroix@mrchsl.com.

13.7 Information liée aux séances du Conseil de la MRC

Tous les documents relatifs aux séances du Conseil sont mis à la disposition des employés de la MRC. Cette tâche et l'envoi au coordonnateur aux communications des documents devant être publiés sur le site de la MRC, relèvent du secrétariat.

L'ordre du jour de chacune des séances du Conseil de la MRC est déposé sur le site Internet de la MRC, il en va de même pour les procès-verbaux, avis publics et règlements adoptés. Le projet d'ordre du jour est déposé sur le site Internet aussitôt que possible avant la tenue de la rencontre.

13.8 Prépondérance des drapeaux

La disposition des drapeaux lors d'un événement comportant plusieurs instances gouvernementales doit respecter le protocole à cet effet ([Canada](#) et [Québec](#)). Par conséquent, le drapeau du Canada se trouve à gauche du point de vue de l'observateur. Le drapeau du Québec est à droite (ou à gauche si absence du drapeau du Canada) et ce, du point de vue de la personne qui les regarde. Lorsque trois drapeaux sont déployés, le drapeau ayant préséance doit se trouver au centre, à la position d'honneur.

14. NORMES ET PROCÉDURES INTERNES

14.1 Papeterie

La MRC du Haut-Saint-Laurent possède une papeterie (papier en-tête, enveloppes, pochette de présentation, carte professionnelle) développée en fonction de son identité visuelle et corporative. Tous les services régionaux sont tenus d'utiliser la papeterie officielle dans leurs communications formelles auprès d'un public externe. Il en va de même pour tout document créé spécifiquement par le service des communications pour représenter la MRC (carte de souhaits, invitation, etc.). **La fonte utilisée doit être du Calibri 11 pts ou du Verdana 9 pts.**

14.2 Nétiquette

Les règles de conduite et limitations qui suivent s'appliquent à tout contenu partagé à tout interlocuteur externe à l'aide de tout outil technologique dans le cadre des opérations professionnelles de la MRC incluant, mais ne se limitant pas, aux courriers électroniques, messages vocaux, envois par messagerie en ligne ou instantanée, réseaux sociaux, site Internet, etc.

Règles de conduite :

- Utiliser un langage respectueux en tout temps;
- Éviter l'emploi abusif de lettres majuscules ou de texte rouge (considéré comme crier);
- Éviter la publication de messages répétitifs ou hors sujet;
- Éviter les messages enfreignant la vie privée d'une personne;
- Interdiction de tenir des propos discriminatoires, diffamatoires et haineux;
- Les messages à des fins publicitaires ou promotionnelles ne sont pas permis et seront effacés;
- Aucune promotion ou discréditation d'un parti politique, de ses représentants ou des autorités de la MRC ou des municipalités n'est autorisée;
- Les usagers ont l'obligation de respecter la législation en vigueur, notamment la *Charte des droits et libertés de la personne*, le *Code civil du Québec*, la *Loi sur la protection du droit d'auteur*, etc.;
- Les publications de la MRC seront effectuées en français et toute personne employée par la MRC qui est autorisée à répondre aux commentaires le fera en français (sauf pour les exceptions prévues à la Charte);
- Les demandes médias doivent être adressées à la MRC du Haut-Saint-Laurent à l'adresse suivante : anick.lacroix@mrchsl.com;
- Les plaintes ne sont pas traitées sur les médias sociaux. Elles doivent être formulées par courriel ou par téléphone (mrchsl@mrchsl.com ou ou 450-264-5411).
- La MRC du Haut-Saint-Laurent se réserve le droit de supprimer toute publication ou commentaire entrant en conflit avec ces règles de conduite. Toute personne qui ne les respecte pas pourra être exclue de manière temporaire ou permanente des espaces de discussion.
- La MRC du Haut-Saint-Laurent et le personnel affecté à l'édition des messages ne sont pas responsables des contenus des sites externes provenant des hyperliens.
- La MRC du Haut-Saint-Laurent ne répondra pas à des questions qui enfreignent ses règles d'éthique et de déontologie.

Bien que l'usage des nouvelles technologies implique la notion de rapidité et d'instantanéité, certaines interventions peuvent nécessiter des vérifications préalables auprès des différents services de la MRC du Haut-Saint-Laurent. Un délai est donc à prévoir. Les demandes sont traitées exclusivement pendant les heures de travail du coordonnateur aux communications.

Les informations diffusées par le biais des nouvelles technologies n'ont pas préséance sur celles qui sont diffusées dans les canaux d'information habituels. L'utilisation des nouvelles technologies s'ajoute à celle des autres moyens de communication traditionnels de façon complémentaire.

Les conditions suivantes encadrent l'utilisation des médias sociaux :

- Les publications se limitent à des fins professionnelles et doivent être en lien avec les actualités, responsabilités, mandats, réalisations et événements de la MRC ou, sous réserve, d'une entité municipale ou sans but lucratif desservant la population du Haut-Saint-Laurent et dont l'objet représente un intérêt collectif à condition qu'elle cadre avec la mission et les objectifs de la MRC;
- Les publications doivent être vraies et fondées; elles doivent éviter d'induire le public en erreur et de créer des rumeurs;
- Les réponses à des commentaires du public sur les réseaux sociaux de la MRC doivent être respectueux;
- Un commentaire provenant du public qui a une connotation négative, mais qui est pertinent et respectueux, doit être conservé sur le média social;
- Les publications à caractère partisan, religieux ou revendicateur sont interdites;
- Les publications ne doivent pas diffuser des informations de nature confidentielle;
- Lorsqu'un sujet discuté fait l'objet d'une situation de crise, s'abstenir de commentaires.

Les élus ne peuvent pas parler au nom de la MRC dans leurs publications sur Internet, ni partager des renseignements confidentiels ou de nature délicate. Le même principe s'applique aux employés.

Les élus et les employés de la MRC du Haut-Saint-Laurent qui possèdent un compte sur certains médias sociaux, peuvent mentionner qu'ils sont de 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.

Tout employé qui souhaite réagir à des propos ou informations véhiculés sur les réseaux sociaux de la MRC doit préalablement en informer le service des communications et faire approuver le contenu de sa réponse par le coordonnateur ou la direction générale. Toutefois, les partages des publications originales de la MRC sur les réseaux sociaux en respect de l'article 15.4 sont autorisés et encouragés.

14.3 Rédaction de courriels (externes et internes)

Source : *Rédiger des courriels efficaces* (par : Catherine Haggerty)

A. Soignez votre crédibilité

Présentez-vous comme le professionnel que vous êtes.

- Employez une formule d'appel et de salutation convenable, mais évitez le blabla;
- Soyez poli et respectueux;
- Optez pour un ton professionnel : évitez le jargon, les points d'exclamation et les émoticônes;
- La conclusion doit cadrer avec le ton du courriel;
- Votre signature doit être courte et simple : limitez les images et **évitez** les polices de caractères qui imitent l'écriture manuscrite;
- Réservez l'indicateur « Très important » aux courriels vraiment importants.

B. Présentez votre texte de façon réfléchi

Pour que votre correspondant ait envie de vous lire et puisse le faire aisément, donnez-lui la bonne quantité d'information et disposez-la de la bonne façon.

- Placez le message clé et l'appel à l'action au début du message pour que votre correspondant les voie en premier lieu;
- Présentez le reste de l'information en allant du plus important au moins important;
- Pour accroître les chances qu'on vous réponde, limitez le nombre de sujets abordés;
- Soyez bref et ne vous égarez pas : visez un maximum de 150 mots;
- Optez pour des mots courts et courants, plutôt que du jargon et des mots compliqués;
- Évitez les abréviations et les mots que votre correspondant risque de ne pas comprendre;
- Faites des phrases courtes.

C. Aidez votre correspondant à balayer le message

Nous ne lisons pas mot à mot ce que nous voyons à l'écran. En fait, la plupart du temps, nous faisons une lecture en forme de F. Mettez à profit les options de présentation et de mise en forme pour orienter la lecture et faire ressortir les principaux points.

- Placez dès le début du courriel le message clé et l'action que doit faire le lecteur;
- Si votre courriel est long et détaillé, insérez-y des sous-titres;
- Pour le rendre facile à lire, découpez votre texte en paragraphes courts et faites des listes à puces ou à numéros;
- Limitez les mots en gras; quand vous mettez l'accent sur trop de mots, aucun ne ressort;
- Évitez les passages tout en majuscules, les caractères énormes et les couleurs variées : tout cela ralentit la lecture.

D. Écrivez tout le message avant d'écrire la ligne d'objet

La ligne d'objet est souvent ce qui décidera le lecteur à ouvrir votre courriel... ou non. Tirez-en le maximum.

- Finissez d'écrire votre courriel avant de remplir la ligne d'objet;

- Employez des verbes d'action pour que votre correspondant sache rapidement ce que vous attendez de lui;
- Soyez précis et descriptif : on doit voir tout de suite de quoi il s'agit;
- Songez aux besoins de votre correspondant : demandez-vous ce qui l'amènera à s'intéresser à votre courriel;
- Évitez d'amorcer une phrase dans la ligne d'objet et de la finir dans le corps du message;
- La ligne d'objet doit compter au plus 50 caractères, soit de 6 à 8 mots. Ainsi, elle s'affichera au complet dans la liste des courriels reçus;
- Gardez à l'esprit que, sur certains téléphones, on ne voit que 33 à 44 caractères de la ligne d'objet.

E. Relisez-vous, et deux fois plutôt qu'une

Imaginez-vous que tous vos collègues liront votre message. Un courriel s'écrit vite, mais il laisse une impression qui dure! L'effort consacré à la relecture vous fera gagner du temps plus tard et vous aidera à atteindre votre objectif.

- Utilisez le correcteur orthographique pour rattraper les fautes;
- Lisez votre message de la fin au début pour repérer les fautes que le correcteur ne voit pas, comme les erreurs liées aux homonymes et aux subtilités de l'usage;
- Voyez à ce que votre message clé soit parfaitement clair, exprimé simplement et exempt de fautes de frappe et d'éléments qui risquent d'être mal compris;
- Vérifiez que tous les noms et tous les titres sont exacts;
- Assurez-vous que vous n'avez pas oublié de joindre au courriel un fichier important ou un lien essentiel.

14.4 Signature de courriel (Annexe 3)

Chaque employé possède une adresse de courrier électronique pour des fins dédiées exclusivement au travail.

Par souci d'uniformité et de professionnalisme, les membres du personnel de la MRC du Haut-Saint-Laurent doivent obligatoirement utiliser la signature de courriel standard développée et transmise par le service des communications et disponible sur le serveur interne de la MRC.

La signature comprend les éléments suivants :

- Logo de la MRC
- Adresse postale de la MRC
- Numéros de téléphone et de télécopie de la MRC et site Internet de la MRC
- Nom et titre de l'employé
- Poste téléphonique de l'employé
- Courriel de l'employé

La fonte utilisée pour le texte des courriels doit être du Calibri 11 pts ou du Verdana 9 pts. La même fonte doit être utilisée pour le nom de l'employé (ne pas utiliser de fonte scripte).

Toute demande d'ajout à une signature doit faire l'objet d'une requête au coordonnateur des communications. Un élément informatif ou promotionnel (ex. : logo, bandeau, etc.) peut être envoyé à l'équipe par le coordonnateur pour insertion dans la signature des employés.

14.5 Messages de boîte vocale et messages d'absence

Par souci d'harmonisation des messages vocaux des services régionaux, les membres du personnel 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 des messages doit s'effectuer au départ et au retour.

Quelques recommandations pour l'enregistrement des messages vocaux : utiliser un ton naturel, mais professionnel. Il est important de parler clairement (sans hâte). Sourire pendant l'enregistrement neutralise un ton trop monotone (sans être exhubérant). Parler dans le combiné (et non le main libre) dans un lieu calme optimisera la qualité de l'enregistrement.

Message standard de boîte vocale

« Bonjour, vous avez bien joint [votre nom et titre] au poste [votre numéro de poste]. Je suis au travail, mais présentement dans l'impossibilité de vous répondre. Veuillez me laisser un court message incluant la raison de votre appel et vos coordonnées. Je vous rappellerai dès que possible. Merci et bonne journée!

Pour une assistance immédiate, raccrochez, rappelez et faites le 0 pour joindre la réception. »

Message de boîte vocale lors d'absence

« Bonjour, vous avez bien joint [votre nom et titre] au poste [votre numéro de poste]. Je serai à l'extérieur du bureau du [jour(/mois) au jour/mois].

S'il s'agit d'une question urgente, veuillez communiquer avec [la réception ou nom d'un collègue désigné et informé du transfert d'appel] au [numéro du poste téléphonique correspondant].

Sinon, veuillez me laisser un court message incluant la raison de votre appel et vos coordonnées. Je vous rappellerai à mon retour. Merci et bonne journée! »

Courriel de réponse automatique lors de toute absence de plus de 48 h

« Bonjour,

Veuillez noter que je suis absent(e) du bureau du [jour au jour/mois; si la période couvre deux mois différents, nommer le mois également lors de la première mention de date] inclusivement.

Pour toute question urgente, vous pouvez acheminer un courriel à [nom d'un collègue désigné et informé ou à la réception] à : [adresse courriel].

Merci et bonne journée!

Cordialement

[Votre nom]

[Votre signature/carte de présentation électronique de la MRC] »

14.6 Gabarits et modèles disponibles (Annexe 2)

Divers modèles et gabarits sont disponibles sur le serveur interne de la MRC pour la création, notamment de lettres, de communiqués, de présentations, etc. L'analyse des demandes pour la création de nouveaux gabarits relève du coordonnateur aux communications.

14.7 Photographies

Le service des communications reçoit, coordonne et gère les besoins en photographies à des fins de positionnement publicitaire et d'information, et ce, pour l'ensemble des services.

Il octroie les contrats de photographies lorsque les services d'un photographe sont requis pour un événement, une campagne ou un autre motif. Les membres du personnel peuvent déposer une demande auprès du service des communications pour tout besoin précis.

Lors de l'utilisation des photos, les crédits requis doivent apparaître qu'il s'agissent d'un usage interne ou externe.

Les photographies sont conservées dans sa banque de photos dite « active ». Au-delà de leur durée de vie utile, les photographies à valeur historique sont transférées et archivées.

14.8 Objets promotionnels

Les objets promotionnels permettent de promouvoir l'image de marque de la MRC du Haut-Saint-Laurent, d'accroître sa notoriété, de renforcer le sentiment d'appartenance et de fierté. Ils peuvent également servir à souligner un événement distinctif. La production, la gestion des objets promotionnels généraux (épinglettes, bannières, oriflammes, etc.), sont sous la responsabilité du service des communications. Toute demande concernant l'obtention d'objets existants ou la création de nouveaux objets doit être acheminée au service des communications.

15. MOYENS DE COMMUNICATION INTERNE

La MRC dispose de différents moyens (entre autres réunions, courriels, Teams^{MD}, etc.) pour bien gérer les communications au sein de son organisation. Ces moyens de communication, en constante évolution, contribuent à bien informer le personnel et à assurer le bon fonctionnement de l'organisation.

Les outils utilisés sont sélectionnés en fonction de leur efficacité pour favoriser un bon fonctionnement ainsi que la mobilisation et la collaboration requises au sein de la MRC.

Quoique la transmission de l'information dite « administrative » aux employés relève généralement de la direction générale, le succès collectif de la communication interne à la MRC, c'est l'affaire de chacun!

15.1 Ressources humaines

Les communications liées aux ressources humaines (notamment l'accueil et le processus d'intégration d'un nouvel employé, la récompense pour années de service, etc.) sont sous la responsabilité de la direction générale.

15.2 Communiqués de presse

Les versions électroniques de tous les communiqués de presse officiels de la MRC du Haut-Saint-Laurent sont transmises par courriel aux membres du personnel. Cette tâche relève du service des communications.

15.3 Veille médiatique et revue de presse

Le coordonnateur aux communications est responsable de programmer des alertes de veille médiatique concernant la MRC et les municipalités du Haut-Saint-Laurent. Le document PDF de la revue de presse quotidienne portant sur les sujets traitant de la MRC et des grands enjeux régionaux peut être transmis à la direction générale sur demande de celle-ci ou lorsque le coordonnateur du service des communications le juge pertinent ou nécessaire.

15.4 Matériel disponible et procédure d'emprunt (Annexe 2 - Procédure et inventaire)

La MRC possède du matériel pouvant être emprunté lors d'événements publics (bannières, oriflammes, kiosques, tables, caméra, trépied, micro, etc).

16. MOYENS DE COMMUNICATION EXTERNE

16.1 Affichage

Un tableau d'affichage extérieur sert à afficher les avis publics de la MRC.

Aucun affichage par un tiers n'est toléré dans les édifices de la MRC à l'exception des espaces de babillard prévus à cet effet mais dont l'utilisation est exclusivement gérée par la MRC.

Toute requête pour de l'affichage à l'extérieur du bâtiment, sur les infrastructures du bâtiment ou dans les voies de passage du bâtiment doit être soumise à la direction générale.

16.2 Sites Internet

Le site Internet de la MRC lié au domaine *mrchsl.com* se révèle le principal outil d'information et de promotion de la MRC du Haut-Saint-Laurent. Le contenu publié sur le site de la MRC doit se conformer aux orientations stratégiques, principes directeurs et objectifs de communication de la présente Politique.

La présentation visuelle, la mise à jour quotidienne, l'actualisation du contenu (rédaction et révision) et l'amélioration continue du site Internet relèvent du coordonnateur aux communications. Cependant, **chaque service doit identifier un responsable du contenu Internet à l'interne** (Annexe 6). Ce dernier a le mandat d'assurer une veille spécifique du contenu des sections relevant du service pour lequel il œuvre et d'informer le service des communications de toute mise à jour requise. Pour toute modification ou ajout, il doit faire parvenir une demande au service des communications conformément à la procédure.

La page d'accueil du site Internet de la MRC se veut la page d'accueil par défaut de tous les postes de travail du personnel de la MRC. Par conséquent, le personnel développera le réflexe de s'informer quotidiennement sur l'actualité régionale via le site Internet.

Les principes et standards de qualité de la MRC s'appliquent à tout site complémentaire aux services de la MRC (tourisme, etc.). Les gestionnaires de contenu désignés sont responsables de soumettre leurs questions et demandes de validation ou de révision au coordonnateur aux communications avant publication selon la procédure de requête en vigueur.

Tourisme

Le site touristique de la MRC lié au domaine *tourismehautsaintlaurent.com* est une entité complémentaire au site principal de la MRC dont le contenu est principalement géré et généré par l'agent au développement touristique sous la gouverne de la direction générale du coordonnateur au développement régional et en collaboration avec le coordonnateur aux communications de la MRC du Haut-Saint-Laurent.

Place aux jeunes (Haut-Saint-Laurent)

Place aux jeunes en région est une organisation qui dispose d'un site indépendant. L'agent *Place aux jeunes* en poste à la MRC est responsable de la gestion de la section Haut-Saint-Laurent du site lié au domaine *placeauxjeunes.qc.ca* sous la gouverne de l'organisation mère.

16.3 Médias sociaux

La MRC reconnaît l'évolution rapide des médias sociaux et la nécessité de s'adapter aux habitudes de consommation de l'information des citoyens et des différents publics de la MRC. Elle entretient une présence active sur les réseaux sociaux à cet effet.

L'utilisation se fait dans un contexte où la MRC souhaite être à l'écoute de ses citoyens, se rapprocher d'eux, répondre à leurs questions, les informer des nouvelles de dernière minute, le tout en utilisant une approche multicanaux pour les rejoindre et générer le maximum de visibilité pour ses services, activités, programmes, projets et règlements, etc. La MRC désire, par ailleurs, augmenter sa notoriété par l'entremise de ses médias sociaux.

Le contenu publié sur les réseaux sociaux doit se conformer aux orientations stratégiques, principes directeurs et objectifs de communication de la présente Politique.

La MRC a une seule page dite officielle par réseau social utilisé (Annexe 5). Le coordonnateur aux communications, en collaboration avec des employés désignés alimentent, en temps réel, les différents médias sociaux selon le public visé. Effectivement, dans le passé, des pages Facebook^{MD} complémentaires ont été créées pour diffuser de l'information exclusivement à des groupes spécifiques (touristes, passionnés de culture, etc.) séparément de l'information administrative ou régionale. Toutefois, dans une optique d'optimisation et d'efficacité, la MRC a décidé d'interrompre la création de toute nouvelle page. Par conséquent, aucun employé de la MRC n'est autorisé à développer une page personnalisée à son service.

Il est possible de déposer une demande pour la création d'une nouvelle page en l'accompagnant minimalement d'une démonstration explicite de la nécessité d'avoir une page distincte, d'un plan de gestion du contenu et d'un calendrier de publications. La demande sera analysée par le coordonnateur aux communications et la direction générale qui rendra une décision.

La gestion des accès aux médias sociaux et aux pages de la MRC du Haut-Saint-Laurent relève du service des communications. Toute publication au nom de la MRC sur les médias sociaux doit être effectuée par les personnes autorisées à diffuser ces informations par le biais des comptes professionnels créés à cet effet. La gestion des comptes professionnels qui doivent être créés à partir des adresses de courriel de la MRC relève du service des communications.

Les pages du Haut-Saint-Laurent peuvent « aimer et suivre » les comptes/pages d'utilisateurs qui semblent pertinents (par exemple, les pages de municipalités, de ministères ou d'organismes publics, etc.). Le fait qu'un compte soit « suivi » ou une page « aimée » ne signifie absolument pas que la MRC endosse ses propos ou ses activités.

La MRC du Haut-Saint-Laurent se réserve le droit de retirer, en partie ou en totalité, un commentaire ou une publication d'une tierce partie, jugé inacceptable en vertu d'un ou de plusieurs critères suivants :

- Contenu à caractère haineux, obscène ou violent;
- Contenu à caractère politique ou religieux;
- Attaque personnelle, insulte ou propos diffamatoire;
- Contenu plagié ou contrevenant aux droits d'auteur ou marque de commerce;
- Matériel publicitaire, d'autopromotion ou pourriel (SPAM).

16.4 Capsules vidéo

Des capsules vidéo sont produites par le service des communications au besoin. Les capsules ont pour objectif d'informer les citoyens sur les services, programmes, projets ou règlements de MRC de même que pour mettre en valeur la diversité de la programmation touristique et culturelle de la MRC. Ces capsules vidéo sont diffusées sur les médias sociaux de la MRC ainsi que sur le site Internet. La gestion de la production des capsules vidéo et les tâches inhérentes à celles-ci sont sous la responsabilité du service des communications.

16.5 Infolettre

Elle vise à faire connaître l'actualité municipale de même qu'à informer les citoyens des services, activités, programmes, projets ou règlements de la MRC, livrant un résumé des actualités publiées sur le site de la MRC directement dans la boîte courriel des citoyens abonnés.

Le coordonnateur aux communications gère le contenu et la priorisation des sujets à aborder dans l'Infolettre en fonction de l'actualité et de l'espace disponible. La révision, la conception, la fréquence et l'envoi de l'infolettre relèvent du service des communications.

16.6 Événements et protocole

La planification, l'organisation, la coordination et la promotion des événements officiels de la MRC relèvent du service des communications. Cette dernière travaille en étroite collaboration avec la personne désignée du service concerné par la tenue de l'événement. Nous entendons par événement officiel, toute activité ou événement institutionnel dont la requête a été acceptée par le Conseil de la MRC ou la direction générale.

Types d'événement considérés comme officiels

- Conférence de presse ou point de presse;
- Consultation publique;
- Soirée d'information visant un grand public;
- Dévoilement, lancement, inauguration;
- Commémoration de la MRC.

Protocole

Le protocole d'un événement officiel regroupe l'ensemble des règles et des pratiques en matière d'étiquette. La conformité d'une cérémonie officielle au protocole établi démontre tout le professionnalisme de l'organisation à l'intention des invités et des dignitaires réunis pour l'occasion.

• Préséance :

La préséance constitue une façon de classer les institutions, les personnes qui les dirigent ou qui les représentent lors d'une activité publique. La préséance n'est pas en soi un énoncé de l'importance de chaque personne, mais sert essentiellement d'outil permettant de placer les institutions et les personnes en vue d'assurer un déroulement convenable des activités publiques. Par conséquent, un ministre a toujours préséance sur un préfet, alors que celui-ci a préséance sur les autres membres du Conseil. Un élu a le privilège de précéder un non-élu.

• Salutations officielles :

Le maître de cérémonie est le seul à saluer les invités au tout début des allocutions. Les locuteurs n'ont pas à répéter les noms des invités. L'ordre des salutations officielles est décroissant, débutant avec le représentant de l'institution la plus élevée du point de vue de la hiérarchie.

• Ordre des allocutions :

Un maître de cérémonie ouvre la présentation en saluant et en remerciant les participants. Les représentants des institutions de moindre importance quant à la hiérarchie parlent au début, pour garder les invités les plus prestigieux pour la fin. Peu importe son rang, l'hôte prend toujours la parole en premier.

16.7 Conférences de presse

La MRC du Haut-Saint-Laurent peut convier les médias à une conférence de presse lorsqu'elle le juge pertinent, considérant l'importance de l'annonce à véhiculer et du niveau de complexité du dossier ou du contenu à rendre public.

La décision relative à la tenue d'une conférence de presse est ultimement prise par la préfecture, la direction générale et le service des communications. Par conséquent, aucun gestionnaire de service n'a le pouvoir d'organiser une activité de presse et n'est autorisé à convoquer la presse au nom de la MRC.

Pour toute conférence de presse ou activité de presse, une rencontre préparatoire est organisée et coordonnée par le coordonnateur aux communications. Lors de cette réunion de travail, la présence de la direction générale, de la préfecture et des membres du Conseil de la MRC et des services concernés par l'annonce est requise.

La rencontre sert à établir la date et le lieu (selon le sujet traité) de l'activité en fonction des disponibilités des locuteurs, à discuter du déroulement, à établir les messages clés (lignes

communicationnelles), à répartir les sujets à aborder entre les locuteurs, à définir les documents et la présentation visuelle à concevoir et à établir la liste des invités.

Les invitations (médias et invités) à une conférence de presse ou tout autre activité de presse relèvent du service des communications. Les convocations sont acheminées de cinq à sept jours ouvrables avant la tenue de l'événement.

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

16.8 Communiqués de presse

La MRC du Haut-Saint-Laurent publie un communiqué de presse pour diffuser toute nouvelle qui concerne ses services, activités, programmes, projets ou règlements. Tout employé doit, avant de rédiger un communiqué, s'adresser au responsable des communications afin de déterminer si le sujet doit faire l'objet d'un communiqué ou d'un autre type de publication (site Internet, médias sociaux, etc.).

La décision de transmettre toute information par voie de communiqué de presse au nom de la MRC de même que la rédaction, la révision, la validation, l'émission et la diffusion de celui-ci sont sous la responsabilité du coordonnateur aux communications.

Tous les communiqués de presse de nature administrative sont diffusés sur les médias sociaux et dans la section *Actualités* du site internet de la MRC.

16.9 Publications officielles

La conception, la révision, la production et l'impression de toute publication officielle destinée à un public externe sont sous la responsabilité du coordonnateur aux communications. Il est entendu par publication officielle tout dépliant, brochure, politique, rapport, montage publicitaire, affiche ou présentation, destiné à un grand public. Le service demandeur a la responsabilité de fournir le contenu informationnel de base, étant donné qu'il maîtrise l'information à divulguer dans la publication officielle. L'attribution d'un numéro de référence et l'enregistrement des publications de la MRC à Bibliothèque et Archives nationales du Québec (BAnQ) relève du greffe.

16.10 Outils et autres publications destinés au public

Pour tout outil, document ou élément visuel produit et destiné au public, une demande doit être déposée auprès du coordonnateur aux communications avant de procéder à la commande et à l'impression.

Le service des communications se réserve un droit de regard sur l'utilisation de l'identité visuelle de la MRC du Haut-Saint-Laurent et de la présentation du contenu.

16.11 Apparition télévisée

Dans cet ordre de priorité, seul le préfet, le préfet suppléant ou le directeur général ou le directeur général adjoint de la MRC sont autorisés à représenter la MRC lors d'une intervention télévisée.

16.12 Chronique à la radio

Dans cet ordre de priorité, seul le préfet, le préfet suppléant ou le directeur général ou le directeur général adjoint de la MRC sont autorisés à représenter la MRC lors d'une entrevue radiophonique.

16.13 Publicités et placements dans les médias

La réservation et la production de matériel destiné aux médias relèvent du coordonnateur aux communications. Par conséquent, aucun service n'est autorisé à faire des placements dans les médias au nom de la MRC sans en aviser le service des communications.

À l'exception, – notamment en l'absence du coordonnateur aux communications – des placements assujettis à des délais fermes dans des médias imprimés distribués sur le territoire de la MRC, tels que :

- Avis publics (services du greffe et de l'administration);
- Avis d'appels d'offres publics (gestionnaires de services et du service du greffe);
- Postes à combler (ressources humaines et administration);
- Avis encadrés par le *Code municipal* (gestionnaires de dossiers, par exemple, horaire et tarification des transports);
- Avis de la cour municipale (greffe de la cour municipale, notamment toute signification de constat d'infraction).

Toute requête de placement dans les médias transmise par un autre service que celui des communications doit être envoyée (en copie conforme) au coordonnateur aux communications (afin d'être répertoriée lors de la planification des budgets et de faciliter le suivi des paiements de factures).

À l'occasion, le service des communications peut juger pertinent d'utiliser des placements médias (journaux, radio, télévision, affichage, en ligne, etc.) et hors médias pour faire connaître aux citoyens des services, activités, programmes, projets ou règlements de la MRC du Haut-Saint-Laurent. Généralement, le contenu technique et les objectifs de ces campagnes d'information ou de sensibilisation sont amenés par le responsable du service concerné. Néanmoins, le responsable de ce service doit transiger par le service des communications pour la gestion du placement et la validation de son contenu.

La centralisation des placements publicitaires permet une meilleure cohérence, notamment visuelle, des messages véhiculés par la MRC. Les types de placements publicitaires utilisés sont déterminés par le service des communications en fonction du contenu, des objectifs, cibles et attentes, des publics cibles et du budget disponible.

16.14 Avis publics et appels d'offres publics

Les avis publics et d'appels d'offres publics relèvent du service du greffe. Par conséquent, toute publication doit être transmise au greffe dans les délais établis. La rédaction, la révision, l'approbation du montage graphique sont sous la responsabilité du greffier de la MRC.

Idéalement, toute demande de réservation d'espace dans un journal doit être transmise au service des communication au minimum 21 jours avant sa date de parution. Si ce délai ne peut être respecté, le choix des publications pourrait être réduit à cause des dates de tombée. Le délai est le même pour tout matériel visuel (photo, image, illustration) requis.

Le contenu final (texte) de tout avis doit être transmis idéalement au service des communications au minimum 7 jours avant sa date de parution.

Si les délais requis ne peuvent être respectés, il est important de s'entendre avec le coordonnateur aux communications sur l'échéancier possible à l'avance.

Le montage graphique des publications doit être conforme au guide *Normes de visibilité et signature visuelles de la MRC du Haut-Saint-Laurent*. Le montage graphique et la réservation d'espace sont assurés par le coordonnateur aux communications. En son absence, c'est le greffier ou le responsable du service concerné qui réservera l'espace et approuvera le montage préparé par le journal et s'assurera que son contenu est en tout point conforme.

16.15 Offres d'emploi

L'affichage des offres d'emploi de la MRC du Haut-Saint-Laurent relève du service des ressources humaines. Par conséquent, la rédaction, la révision, l'approbation du montage graphique, la réservation des espaces publicitaires et la diffusion des offres d'emploi sont sous la responsabilité du service des ressources humaines en collaboration avec les services administratif et communicationnel de la MRC. (Annexe 2 – Modèle)

16.16 Bilan annuel

La direction générale de la MRC du Haut-Saint-Laurent dévoile un bilan annuel qui inclut la vision, les orientations et les principales réalisations de la plus récente année de même que les principaux projets à venir. Ce rapport fait également le bilan des réalisations et état des projets pour chacun des services régionaux. La rédaction, la révision et la conception graphique du bilan annuel relèvent du service des communications. Ce bilan est généralement déposé lors de la séance de décembre du Conseil puis rendu disponible sur le site Internet de la MRC.

16.17 Consultation citoyenne

Dans une démarche de participation citoyenne ou d'acceptabilité citoyenne, la MRC du Haut-Saint-Laurent peut vouloir connaître l'opinion des citoyens, leurs préoccupations, leurs attentes ou leurs besoins avant de procéder à la réalisation d'un projet ou pour étayer un plan d'action. Cette enquête interne et non scientifique peut prendre différentes formes, soit une consultation publique, un sondage en ligne, une enquête téléphonique, un groupe témoin ou des rencontres de divers organismes. Tous les types d'enquêtes sont sous la supervision du service des communications en collaboration avec le service concerné par la tenue de l'enquête.

16.18 Information aux citoyens lors de travaux planifiés

Toute communication transmise, notamment par le ministère des Transports, susceptible d'entraver la circulation sur une route numérotée et d'occasionner un détour est signalée sur la page Facebook Haut-Saint-Laurent.

Bibliographie

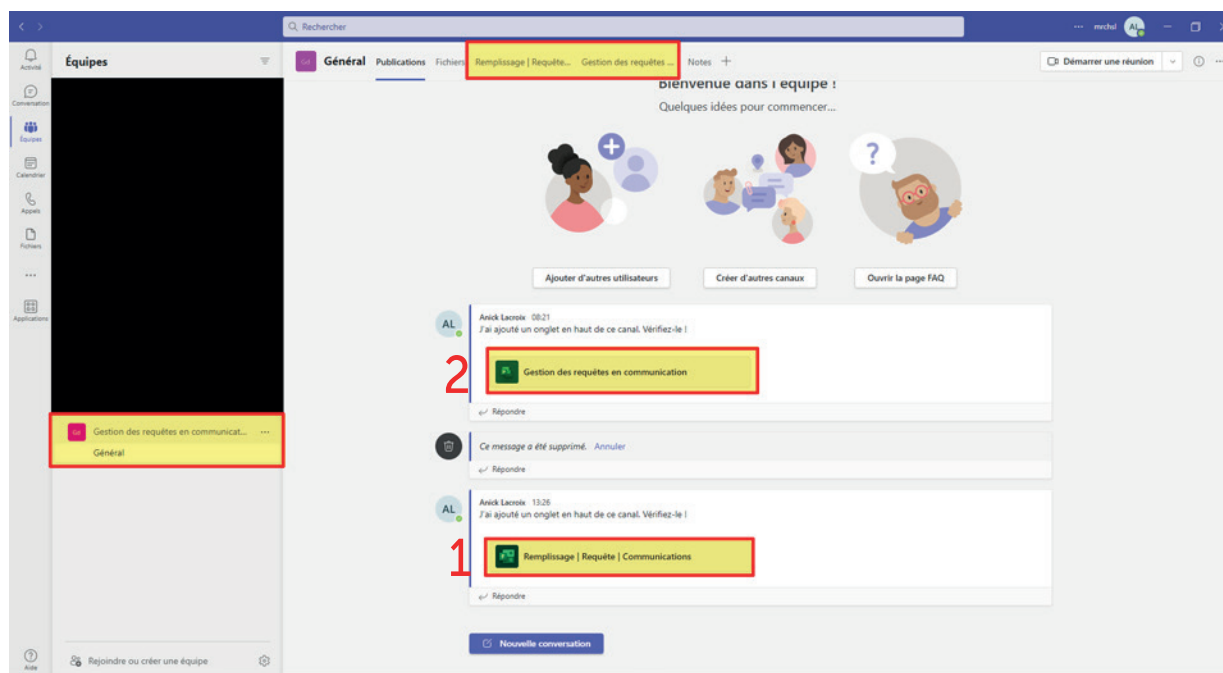
- Politique éditoriale des médias sociaux de la MRC d'Argenteuil
- Politique des communications de la MRC de la Matapédia
- Politique des communications de la MRC de Pontiac
- Politique des communications de la Ville de Mont-Saint-Hilaire
- Politique des communications de la Ville d'Orford
- Politique des communications de la Ville de Matane
- Politique des communications de la Ville de Saint-Bruno-de-Montarville
- Politique des communications de la Ville de Sainte-Thérèse
- Politique des communications de la Ville de Sorel-Tracy
- Politique des communications de la Ville de Drummondville
- Politique des communications de la Ville de Trois-Rivières
- Politique des communications de la Ville de Sept-Îles
- Référenciel *Pour la gestion efficace d'un service*, Commission scolaire Marguerite-Bourgeois

ANNEXE 1 – Requête

Cette procédure est en cours de développement et sujette à changement.

Procédure de dépôt de requête en communication

1. Dans l'application Teams > dans le canal *Gestion des requêtes en communication* > *Général*, compléter le formulaire [Remplissage | Requête | Communication](#) (onglet supérieur).
2. Une fois votre requête reçue, le coordonnateur déterminera si c'est un projet court ou long.
3. **Projet court** : la tâche sera effectuée rapidement et un courriel vous sera envoyé une fois la requête complétée (exemple de projet court : déposer un document PDF sur le site Internet).
4. **Projet long** : un projet avec échéancier et une liste préliminaire de tâches sera créé dans [Gestion des requêtes en communication](#). Il vous sera possible de consulter l'échéancier proposé et l'avancement du projet dans Teams. Des tâches de validation pourraient vous être attribuées.



ANNEXE 2 – Normes et procédures

Lien de téléchargement des logos et les normes d'utilisation (Dropbox)

1. [Lien transférable pour le téléchargement des logos](#)

Liste des modèles et gabarits disponibles (serveur interne)

(P:\EMPLOYÉS\A-Modèles)

1. [Normes de visibilité et signature visuelle](#)
2. [Trucs et conseils pour la rédaction d'un communiqué simple](#)

Dossier « Logos MRC » : différentes versions des logos de la MRC (*cour municipale, transport adapté et collectif, Actions Haut-Saint-Laurent, tourisme - Visez + Haut, parc régional cyclo-nature, etc.*)

Dossier « Affiches » : affiches pour l'ascenseur (*réunion MRC ou par tiers [retirer les flèches si aucune instruction directionnelle n'est requise], fermeture temporaire, fermeture pour congé férié, etc.*)

Dossier « Banque de visuels disponibles » : photos de la MRC et pictogrammes disponibles

Dossier « En-têtes » : lettre, format légal, communiqué, offre d'emploi, télécopie, etc.

Dossier « Présentations base » : modèles de base pour Powerpoint ou rapport

Procédure d'emprunt et liste du matériel disponible

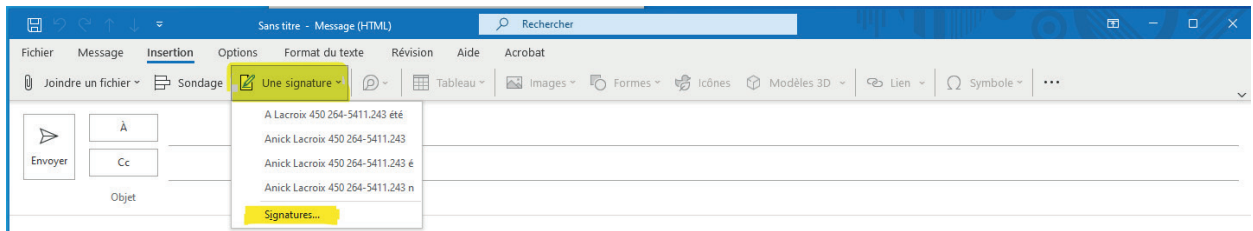
(P:\EMPLOYÉS\A-Modèles\Emprunt de materiel)

1. [Procédure](#)
2. [Inventaire disponible](#)
3. [Contrat de location d'équipement \(tiers externe\)](#)

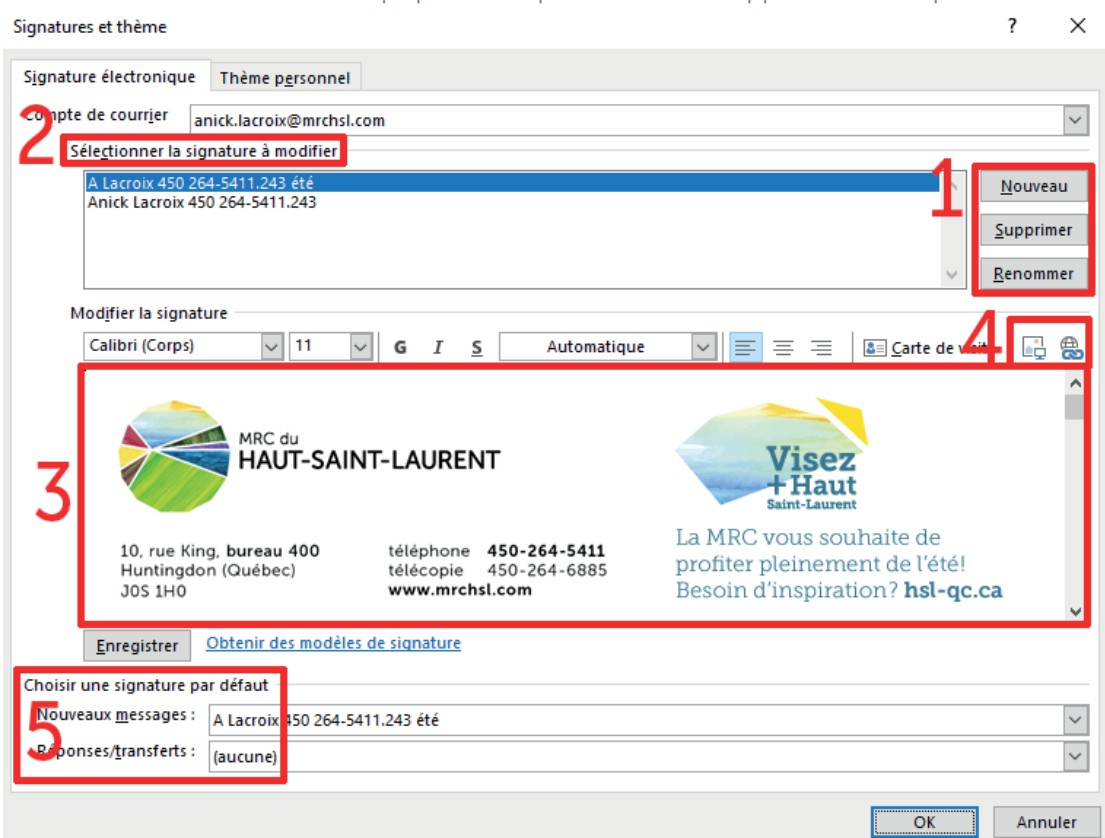
ANNEXE 3 – Signature électronique

Procédure pour insérer votre signature électronique automatiquement

1. Ouvrir Outlook.
2. Cliquer sur « Nouveau courrier ».
3. Dans le menu « Insertion », cliquer sur « Une signature » et choisir la dernière option « Signatures... »



4. La fenêtre suivante offre plusieurs possibilités (les chiffres font référence à la capture ci-dessous) :
 - **Créer une nouvelle signature : 1 Nouveau** – Utiliser votre nom et téléphone pour que ces informations apparaissent si les paramètres du destinataire sont en texte brut (au lieu d'HTML).
 - Modifier ou supprimer [des signatures existantes] : **2 Sélectionner, 1 Supprimer/Renommer, 3 Fenêtre de visualisation de la signature sélectionnée, 4 Outils pour insérer une image** – i.e. la signature créée pour vous sur le serveur interne <P:\EMPLOYÉS\A-Modèles> – **et créer un hyperlien à partir d'une image sélectionnée ou de texte** par exemple, vers le site de la MRC.
 - Choisir une signature par défaut : 5 Sélectionner la signature qui apparaît par défaut pour les nouveaux message. Vous avez l'option d'en choisir une également pour les réponses et transferts de messages électroniques (par exemple, une phrase de couleur avec votre horaire de travail si vous êtes à temps partiel et qu'il est utile de rappeler votre disponibilité limitée).



ANNEXE 4 – Médias et diffuseurs

Liste des médias et diffuseurs de masse (AG = adresse générale; RS = réseaux sociaux)

Description	Représentant	Courriel
Journal The Gleaner	Sarah Rennie, rédactrice en chef Dianna Chycki, placements	info@the-gleaner.com promotion@the-gleaner.com
Journal La voix régionale - Salaberry-Haut-Saint-Laurent	AG (communiqués) Pierre Masse, placements	redaction@viva-media.com pmasse@viva-media.ca
Journal Le Saint-François	Mario Pitre, rédacteur en chef Audrey Mc Craw, placements	mpitre@gravitemedia.com amccraw@gravitemedia.com
Infosuroit.com (actualités en ligne)	AG (communiqués) Janick Tétrault-Moise Emilie Niquette (co-propriétaires)	info@infosuroit.com entente \$ / facturation : partenariat@infosuroit.com
Municipalités (bulletins et RS) Dundee Franklin Godmanchester Havelock Hinchinbrooke Howick Huntingdon Ormstown Saint-Anicet Saint-Chrysostome Sainte-Barbe Très-Saint-Sacrement	Directeurs généraux + AG Julie Lalonde (225) AG AG AG AG Denyse Jeanneau (221) poste vacant (205) Josianne Sauvé (23) Claudine Beaudin Maryse Benoit (103) AG	Carnet MRC Groupe DG info@cantondundee.ca loisirs@municipalitedefranklin.ca info@godmanchester.ca admin@mun-havelock.ca info@hinchinbrooke.com municipalite@villagehowick.com greffe@villehuntingdon.com communication@ormstown.ca communication@stanicet.com greffe@mun-sc.ca m.benoit@ste-barbe.com mun-trst@videotron.ca
Québec municipal (infolettre)	Outil en ligne : transmettre un communiqué	https://www.quebecmunicipal.qc.ca/index.asp?module=support&rubrique=7
Néomédia (Vaudreuil – Valleyfield) (actualités en ligne)	AG Marie-Claude Pilon (Valleyfield)	vaudreuil-soulanges@neomedia.com marie-claude.pilon@neomedia.com
NousTV Salaberry-de-Valleyfield (télé)	AG	noustv.valleyfield@cogeco.com
Télévision du Sud-Ouest TVSO (télé)	AG	info@tvso.ca
Max 103 (radio)	AG	info@max103.com
Boom FM	AG	nouvellesstjean@bellmedia.ca
Radio-Canada	AG Marie-Jeanne Dubreuil	info@rcinet.ca marie-jeanne.dubreuil@radio-canada.ca
CTV	AG	montrealnews@ctv.ca
Autres médias	Répertoire de la Fédération professionnelle des journalistes du Québec	https://www.fpqj.org/fr/repertoire-des-medias
Culture – Culture Montérégie	Samuel Gendron Mallet	sgendron_mallet@culturemonteregie.qc.ca
Communautaire – Infolettre de la CDC Diocèse de Valleyfield	Stéphanie Firlotte (CDC adjointe admin.) Alexandra Hinse (CDC communications) AG	adjointe@cdchsl.org comm@cdchsl.org communications@diocesevalleyfield.org
Comté de Huntingdon	Carole Mallette, députée Marie-Claude Picard Sylvain Cazes	carole.mallette.hunt@assnat.qc.ca marie-claude.picard@assnat.qc.ca sylvain.cazes@assnat.qc.ca
Circonscription Salaberry—Suroît	Claude DeBellefeuille, députée Charles Gascon, adjoint parlementaire Rodolphe Demers, communications	claudedeBellefeuille@parl.gc.ca charles.gascon.371@parl.gc.ca rodolphe.demers.371@parl.gc.ca

ANNEXE 5 – Comptes réseaux sociaux

Liste des comptes sur les réseaux sociaux

(en date du 26 juillet 2023)

Facebook

1. [Haut-Saint-Laurent](#)
2. [Tourisme Haut-Saint-Laurent](#) (veille / gestion par développement touristique)
3. [Salle culturelle et communautaire Alfred-Langevin](#) (veille / gestion par développement culturel)
4. [Sport Loisir Culture Haut-Saint-Laurent](#) (veille / gestion par développement culturel)
5. [Transport collectif du Haut-Saint-Laurent](#) (cogestion avec transport)
6. [Place aux jeunes Haut-Saint-Laurent](#) (veille / gestion par agent Place aux jeunes)
7. [Vision Bénévolat Haut Saint Laurent](#) (veille / gestion cédée (CDC))
8. [Soirée Communauté Haut Saint Laurent CommuniT Nights](#) (veille / gestion cédée (CDC))
9. [En Bonne Compagnie dans Haut-Saint-Laurent](#) (veille / gestion cédée (CISSS-MO))
10. [Les amis du Pont Percy](#) (veille des notifications depuis le 150^e)
11. [Bicentenaire de la bataille de la Châteauguay](#) (veille des notifications depuis le 200^e)

Instagram

1. [Tourisme Haut-Saint-Laurent](#) (veille / gestion par développement touristique)

LinkedIn

1. [Haut-Saint-Laurent](#)

Google > Youtube

1. [Haut-Saint-Laurent](#)

Twitter / X

1. [Haut-Saint-Laurent](#) (publication des offres d'emploi)

ANNEXE 6 – Responsables du contenu

Responsable du contenu (vérification et requête de mise à jour) sur le site Internet de la MRC

Secteur d'activité	Responsable du contenu
Administration	
Séances du Conseil / comités	Sandra Després-Joly
Conseil de la MRC / portrait de la MRC	Anick Lacroix
Avis et règlements	Johanne Guay-Durand et Sandra Després-Joly
Ressources humaines / offres d'emploi	Chantal Isabelle
Rapports financiers	Pierre Caza
Gestion des contrats	Johanne Guay-Durand
Évaluation foncière	Alexandre Racicot
Ventes pour taxes	Johanne Guay-Durand et Nathalie Trépanier
Cour municipale	
Cour municipale	Sophie Turcotte
Développement territorial	
Aménagement / urbanisme / MRF / forêts / milieux humides et hydriques / mines	Alexandre Racicot
Avis et règlements	Carole Boutin
Cours d'eau, parc régional et réseau cyclable	David Rousseau
Gestion des matières résiduelles	Émilie Escafit
Sécurité incendie	Mégane Herbeuval
Transport	Michelle Beauchesne
Cartes	Jean-Michel Rajote
Développement régional	
Fonds et programmes Soutien aux entrepreneurs	Réjean Lampron
Culture et répertoire culturel	Nancy Brunelle
Développement des communautés et répertoire des ressources communautaires	Julie Dionne
Tourisme	Sébastien Guy
Place aux jeunes	Desil Pierre
Programme rénorégion	Véronique Bouchard via Sandra Després-Joly
Tous	
Actualités et événements	Anick Lacroix avec la collaboration du responsable du dossier concerné
Signalements (liens brisés, coquilles, améliorations, etc.)	Tous

Dundee
Elgin
Franklin
Godmanchester

Havelock
Hinchinbrooke
Howick
Huntingdon

Ormstown
Saint-Anicet
Saint-Chrysostome
Sainte-Barbe
Très-Saint-Sacrement



NORMES DE VISIBILITÉ ET SIGNATURE VISUELLE



MRC du
HAUT-SAINT-LAURENT

MRC du Haut-Saint-Laurent
V2 | 2023

1. Mise en contexte

En 2016, la MRC du Haut-Saint-Laurent s'est dotée d'un nouveau logo et d'une signature visuelle adaptés à son portrait et à sa mission. Ces éléments remplaçaient toute autre version précédente.

2. Visibilité

La MRC du Haut-Saint-Laurent travaille au développement de la région et à l'amélioration des milieux de vie sur son territoire. Elle soutient plusieurs projets et accorde son appui, entre autres, par le biais de contributions financières ou en services ou par le prêt ou le don de ressources matérielles (impressions numériques, envois postaux, etc.).

La visibilité attendue par la MRC du Haut-Saint-Laurent peut prendre plusieurs formes. À titre d'exemples, entre autres :

- Application de sa signature visuelle dans les programmes ou affiches d'un événement, sur le matériel promotionnel, un site internet (avec hyperlien vers le site www.mrchsl.com), une publication, un générique (film ou vidéo), une pochette de CD/DVD, un livret ou une projection (diaporama);
- Insertion d'un message du préfet ou du directeur général de la MRC du Haut-Saint-Laurent;
- Mention du soutien de la MRC dans les communiqués de presse et les réseaux sociaux en lien avec un projet, une œuvre ou un événement soutenu.

3. Remerciements à la MRC du Haut-Saint-Laurent

Outre l'application de sa signature visuelle, la MRC demande aux organisations de lui accorder un crédit sous forme de remerciements imprimés dans la liste des partenaires et/ou par une annonce verbale lors d'une conférence de presse, d'un vernissage, d'un lancement, de l'ouverture d'un colloque ou au début d'un spectacle, à titre d'exemples.

Dans ces deux cas, l'appellation doit être employée au long (MRC du Haut-Saint-Laurent ou Municipalité régionale de comté du Haut-Saint-Laurent), et non pas MRCHSL. Voici deux exemples de formulations suggérées.

« La réalisation de ce projet a été rendue possible grâce à l'appui financier de la MRC du Haut-Saint-Laurent. »

« [nom de l'organisation] remercie la MRC du Haut-Saint-Laurent de son appui financier.»

En ce qui concerne l'instance décisionnelle, on parle du « Conseil de la MRC du Haut-Saint-Laurent ».

4. Signature

La signature de la MRC du Haut-Saint-Laurent se compose de trois éléments indissociables :

- Le tridécagone blanc qui constitue le fond du logo;
- Les huit sections colorées qui représentent divers aspects et ressources du Haut-Saint-Laurent;
- Le nom officiel.

INITIALES _____

Quels que soient le format et le domaine d'application envisagés, il faut toujours employer tels quels les modèles envoyés. Aucune modification ne doit être apportée aux signatures téléchargées.

L'utilisation de la signature visuelle de la MRC du Haut-Saint-Laurent par un individu ou un organisme n'ayant pas reçu une confirmation officielle est prohibée.

5. Positionnement de la signature visuelle

Le positionnement et la taille de la signature visuelle de la MRC du Haut-Saint-Laurent doivent refléter l'importance de son soutien par rapport aux autres partenaires.

Lors de conférences de presse ou d'activités promotionnelles, la MRC du Haut-Saint-Laurent demande d'exposer visiblement sa signature visuelle, en tenant compte de l'importance de sa contribution. Elle encourage la projection sur écran de sa signature visuelle lorsque c'est possible.

6. Acronyme

En aucun cas l'acronyme MRCHSL ou MRC HSL ne doit être utilisé dans les communications officielles.



7. Espace de dégagement

La zone de dégagement de la signature correspond à la hauteur du texte MRC du Haut-Saint-Laurent.



Aucun texte ou élément graphique ne doit pénétrer à l'intérieur de cette zone. La proportion de cet espace minimal doit être maintenue lorsque le logo est agrandi ou réduit.

INITIALES _____

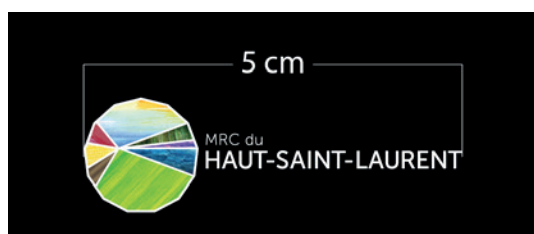
8. Taille minimale

Production imprimée

La largeur minimale de la signature visuelle dans les documents imprimés devrait correspondre à 4 cm pour en assurer une lisibilité adéquate.



La largeur minimale en renversé est de 5 cm.



Numérique

La dimension proportionnelle de la signature visuelle dans les applications numériques ne devrait jamais être plus petite que 200 pixels de largeur pour en assurer une lisibilité adéquate.



Dans la mesure du possible, on doit privilégier l'emploi de la version en couleurs sur fond blanc.

9. Fonte utilisée

À titre informatif, le caractère typographique utilisé pour la signature visuelle est MUSEO SANS.

Fontes privilégiées pour les textes accompagnatifs

Le Museo Sans est utilisé pour les documents graphiques. Le Verdana 9 pts et le Calibri 11 pts est utilisé pour la documentation officielle à l'interne. Le Roboto 10 pts est utilisé à l'interne et pour le numérique (site Internet). Le Museo Slab et le Baskerville sont utilisés dans les autres signatures (tourisme, joyau).

INITIALES _____

10. Instructions d'utilisation

- La typographie ne doit jamais être modifiée.
- Les couleurs de la signature visuelle ne doivent jamais être modifiées.
- La signature visuelle ne doit jamais être déformée.
- Aucun élément graphique ne peut être ajouté près de la signature visuelle.
- L'espace de dégagement doit être respecté en tout temps.
- Les proportions des différentes composantes ne doivent jamais être modifiées.

Seul le responsable des communications peut autoriser tout changement.

11. Éléments d'affichage disponibles

Outre sa signature visuelle, la MRC du Haut-Saint-Laurent peut fournir certains éléments d'affichage (bannière, affiche) adapté à des événements. Veuillez communiquer avec le coordonnateur aux communications au moins 7 jours ouvrables avant le début de l'événement.

12. Messages et allocutions

Toute demande de message ou d'allocution doit être envoyée à la MRC du Haut-Saint-Laurent au moins un mois avant la date à laquelle l'organisation désire recevoir le texte.

13. Questions? Requêtes?

Communiquez avec la coordonnatrice aux communications.

450-264-5411, poste 243

anick.lacroix@mrchsl.com

14. Engagement

Je, soussigné _____, reconnais avoir reçu une copie du document Normes de visibilité et signature visuelle de la MRC du Haut-Saint-Laurent, en avoir pris connaissance et m'engage, par la présente, à m'y conformer.

Organisme représenté (si applicable) : _____

Signature : _____

Date : _____

INITIALES _____

Cour municipale



MRC du
HAUT-SAINT-LAURENT
Cour municipale

Transport adapté et collectif



MRC du
HAUT-SAINT-LAURENT
Transport adapté et collectif

Actions Haut-Saint-Laurent



MRC du
HAUT-SAINT-LAURENT
Actions Haut-Saint-Laurent

Tourisme | Visez + Haut Saint-Laurent (été)



**Visez
+ Haut**
Saint-Laurent

Tourisme | Visez + Haut Saint-Laurent (automne)



**Visez
+ Haut**
Saint-Laurent

Tourisme | Visez + Haut Saint-Laurent (hiver)



**Visez
+ Haut**
Saint-Laurent

Tourisme | Visez + Haut Saint-Laurent (printemps)



**Visez
+ Haut**
Saint-Laurent

Joyaux de la Montérégie

Joyau de
la **Montérégie**

Vision Bénévolat



Vision
Bénévolat
Haut-Saint-Laurent

Parc régional cyclo-nature du Haut-Saint-Laurent



parc régional
***** cyclo-nature *****
du Haut-Saint-Laurent

Salle culturelle Alfred-Langevin



SALLE CULTURELLE
ALFRED-LANGEVIN
CULTURAL HALL

Signature facebook (page SLCHSL)



SPORT
LOISIR
CULTURE
HAUT-SAINT-LAURENT