



Politique de communication

Préparée par le Service des communications,
relations publiques et citoyennes

Décembre 2018

Table des matières

1. Préambule.....	4
1.1 La communication au sein de l'organisation	4
1.2 Politique de communication	4
2. Principes directeurs	5
2.1 Le droit à l'information : fondement de la démocratie municipale	5
3. Objectifs généraux.....	6
4. Objectifs spécifiques.....	7
5. Utilisation de la langue française.....	7
6. Protection des renseignements.....	7
6.1 Renseignements protégés	8
6.2 Diffusion de l'information	8
7. Les publics.....	8
8. Rôles et responsabilités	9
8.1 Instances politiques	9
8.2 Personnel municipal.....	10
9. Communication interne.....	11
10. Canaux de communication sortants.....	11
10.1 Site Web municipal	12
10.2 Panneaux à affichage numérique	12
10.3 Affichage	12
10.4 Placement média	13
10.4.1 Visibilité suite à une commandite.....	13
10.5 Autres outils de communication.....	13
11. Canaux de communication entrants.....	14
11.1 Relation citoyenne (visites, appels, courriels, etc.).....	14
11.2 Demandes, plaintes et requêtes	14
11.2.1 Les plateformes privilégiées pour les demandes d'information, plaintes et requêtes	15
12. Canaux de communication bilatérale.....	15
12.1 Médias sociaux.....	15
12.1.1 Qualité de diffusion sur les réseaux sociaux.....	16
12.1.2 Gestion des médias sociaux.....	16

12.1.3	Nétiquette	17
12.1.4	Utilisation des réseaux sociaux par les employés et élus	17
13.	Communication citoyenne participative	18
13.1	Séance du conseil municipal	18
13.2	Comités consultatifs.....	19
13.3	Rencontre d'information	19
13.4	Consultation citoyenne	20
13.5	Assemblée publique de consultation.....	21
14.	Relations publiques	22
14.1	Information aux médias	22
14.2	Reportages et entrevues.....	22
14.3	Conférences de presse.....	23
15.	Protocole.....	24
15.1	Correspondance	24
15.2	Courriels	24
15.3	Absences	24
15.4	Livre d'or	24
15.5	Objets promotionnels	24
15.6	Drapeaux.....	24
15.6.1	La mise en berne	25
16.	Logotype	25
17.	Gestion de crise et mesures d'urgence	25
17.1	Système d'alertes téléphoniques.....	25
17.2	Rôle des services en cas d'urgence / alerte / travaux / autres	26
18.	Respect de l'environnement.....	26

1. Préambule

La Ville de Carignan forme une communauté de quelque 10 000 citoyens, travailleurs, organismes et commerçants qui travaillent ensemble au rayonnement et au développement de la municipalité. Cette communauté possède sa personnalité propre et ses projets collectifs, construit son devenir autour d'une mission et interagit avec le milieu.

1.1 La communication au sein de l'organisation

La communication représente une activité de gestion essentielle à l'atteinte des objectifs de toute entreprise privée ou organisation publique. Cette fonction organisationnelle est d'autant plus primordiale lorsque la mission de celle-ci consiste à offrir une prestation de services de qualité.

Par ailleurs, un employé mobilisé, un citoyen satisfait et un public avisé constituent des atouts indispensables à la réalisation de toute action. Cela contribue à positionner la Ville de Carignan comme une organisation de premier plan axée sur le développement d'un milieu de vie favorable à l'épanouissement personnel, social et professionnel de ses parties prenantes.

1.2 Politique de communication

La Ville de Carignan juge essentiel de se doter d'une politique de communication pour partager des valeurs, pour créer une unité dans son développement, pour animer le sentiment d'appartenance et de loyauté de ses citoyens, pour assurer la transparence, la cohérence et la continuité de ses interventions, pour établir des lignes de conduite, des règles du jeu et un partage clair des tâches dans ses communications.

Cette politique propose à l'ensemble des acteurs de la municipalité (élus, citoyens, gestionnaires et employés) un cadre de référence et d'orientation pour toutes les actions de communication de l'organisation, aussi bien les interventions à l'interne qu'à l'externe, aussi bien celles qui veillent à sa cohésion que celles qui mettent tout en œuvre pour intensifier et maintenir son rayonnement et sa notoriété dans la région.

Cette politique constitue un ensemble de normes, de procédures et de directives qui visent essentiellement à développer une méthode de communication coordonnée et adéquate entre l'administration municipale et ses différents publics. Ainsi, elle établit les principes et les buts à poursuivre afin de promouvoir une culture de communication, d'optimiser la contribution de l'ensemble des intervenants, d'harmoniser les activités de communication, de permettre d'y reconnaître une direction continue et d'en faire une « culture d'entreprise ».

2. Principes directeurs

2.1 Le droit à l'information : fondement de la démocratie municipale

Le citoyen d'aujourd'hui est bombardé d'informations en provenance de diverses sources dont certaines ne sont pas officielles. La présente politique de communication positionne la Ville de Carignan comme étant la source la plus fiable en matière d'informations municipales.

La Ville de Carignan se fait un devoir de communiquer de manière compréhensible, responsable et objective l'information qui concerne ses politiques, ses programmes, ses procédures, ses règlements et, bien évidemment, ses services, dans le respect de certaines valeurs fondamentales :

a) Le respect des personnes et des engagements

Le développement de la Ville passe par le respect et l'épanouissement des personnes qui y vivent et qui y travaillent. La politique de communication doit avoir comme objectif de les associer aux décisions. La Ville de Carignan est une organisation dont l'actif est essentiellement composé de personnes qui travaillent ensemble à la desserte de services de la meilleure qualité possible. De toute demande découlent des engagements, individuels ou collectifs, qui doivent aussi être respectés.

b) La reconnaissance de la diversité

Il s'agit ici aussi d'une forme de respect qui s'exprime par le traitement approprié des situations particulières et l'acceptation des caractéristiques propres des groupes, organisations et autres intervenants. Le respect des conditions locales, la décentralisation, l'utilisation judicieuse des marges de manœuvre sont autant de façons de concrétiser cette valeur.

c) La reconnaissance de la contribution de tous

S'il est affirmé que la Ville de Carignan place le citoyen au cœur de ses préoccupations, celle-ci doit compter sur la volonté et sur l'engagement de tous les membres de son personnel, de ses élus et de ses partenaires pour y parvenir. Chaque individu est responsable des résultats atteints. Cela signifie qu'il est conscient de son rôle, de ses responsabilités et des conséquences de son action. À ce titre, la communication doit viser à développer le sentiment d'appartenance et à favoriser une culture de participation et de partenariat.

d) L'éthique

Dans ses liens avec ses interlocuteurs tout comme dans le traitement de la communication, la Ville doit promouvoir les plus hauts standards d'éthique et faire preuve d'un grand souci de justice et d'équité.

e) L'authenticité, la cohérence et la transparence

La communication doit reposer d'abord et avant tout sur une perception claire et sur une juste compréhension des faits et des enjeux. La Ville doit convaincre que son discours se fonde sur une analyse rigoureuse des faits et qu'elle est consciente et à l'écoute des dynamiques sociales, tant à l'interne que dans son environnement.

Tout en garantissant le respect et la protection des renseignements personnels, la Ville doit favoriser l'accès à l'information et démontrer un grand souci de transparence. Elle doit éviter que ses différents niveaux hiérarchiques se transforment en autant de filtres nuisant à l'accessibilité de

l'information. Elle doit au contraire rechercher la cohérence et la complémentarité des actions de communication.

f) Le professionnalisme et l'efficacité

Comme institution vouée à la desserte de services à sa population dans tous les domaines, y compris celui de la communication, la Ville se doit de prêcher par l'exemple en s'imposant un haut niveau de professionnalisme dans ses actions de communication, tant sur le plan du fond que sur celui de la forme. Un leadership en cette matière est tout à fait en lien avec sa mission et avec la culture de l'exigence qu'elle exerce. Elle est aussi gage de l'efficacité de la communication. Pour ce faire, l'information doit être fluide et bidirectionnelle, rapide et conviviale.

g) La capacité d'adaptation

Être en mesure de réagir rapidement a été une caractéristique des organisations dynamiques des deux dernières décennies. Dans le contexte contemporain, cette notion est cependant surannée : elle dénote un fonctionnement qui se trouve systématiquement en retard sur les événements. Aujourd'hui, alors que l'évolution n'est plus seulement rapide mais imprévisible, les véritables leaders sont ceux qui possèdent la capacité d'anticipation. Il faut « faire » les événements et non attendre qu'ils surviennent. Cette capacité à décoder les tendances et à anticiper des scénarios d'intervention efficace repose sur une liaison continue et intelligente avec le milieu. C'est une condition de réussite absolument incontournable.

C'est ici que le flux dynamique et bidirectionnel de l'information prend toute son importance. Il s'agit non seulement de l'information formelle, mais tout autant, voire bien plus, de celle à caractère informel. Ce type d'information stratégique échappe facilement aux mécanismes et aux processus de gestion habituels. Elle ne peut que reposer sur une véritable culture de communication, qui fait que chaque membre de la communauté se sent concerné et partie intégrante d'un projet commun.

h) Le droit à l'information et le devoir de s'informer

Tous les membres de la communauté, citoyens, élus, travailleurs, étudiants, employés, ont le droit d'être informés. Ce droit s'exerce dans le respect des dispositions de la Loi d'accès à l'information et de protection des renseignements personnels. Ce droit à l'information comporte aussi, pour chacun, le devoir de s'informer.

3. Objectifs généraux

- Favoriser l'organisation efficace et la cohérence des activités de communication de la Ville de Carignan;
- Poursuivre le maintien de relations harmonieuses entre la Ville et ses publics internes et externes, par et pour une meilleure compréhension mutuelle;
- Accroître la fierté et le sentiment d'appartenance de la population par la présentation d'une image positive de la Ville.

4. Objectifs spécifiques

- Assurer une circulation efficace de l'information;
- Rendre compte à la population en se conformant aux lois, aux politiques, aux règlements et aux codes d'éthique;
- Faire connaître l'existence, l'accessibilité et le fonctionnement des différents services offerts par la Ville, ainsi que la réglementation;
- Développer un esprit de collaboration et d'ouverture avec et entre les différents publics internes et externes;
- Mettre en place des pratiques de consultation citoyenne transparentes, crédibles et efficaces;
- Identifier les responsabilités politiques et administratives en déterminant les rôles des membres du conseil municipal, des gestionnaires et du personnel dans le cheminement des communications et la livraison des messages;
- Favoriser une culture organisationnelle qui encourage, à l'interne, la collaboration entre les services et à l'externe, les relations harmonieuses avec les différents milieux.

5. Utilisation de la langue française

La Ville de Carignan n'est pas reconnue comme étant une ville bilingue et a l'obligation d'utiliser le français comme langue de fonctionnement.

Seuls les documents et/ou informations émanant de la Ville qui concernent la santé et la sécurité publiques peuvent être traduits en anglais à la demande d'un citoyen.

La qualité des communications est essentielle pour assurer un service professionnel auprès des publics externes et internes. Ainsi, chaque employé de la Ville doit s'assurer de présenter une grande qualité de rédaction (contenu et forme) dans tout document produit. Il en est de même lors des échanges verbaux.

6. Protection des renseignements

La Ville de Carignan se donne des règles précises pour déterminer les rôles de chacun des intervenants dans le domaine de l'information.

6.1 Renseignements protégés

D'une façon générale, les renseignements suivants sont protégés et gardés confidentiels :

- Les renseignements personnels concernant les membres du conseil municipal, un membre du personnel ou un contribuable;
- Tout renseignement à incidence économique, tel qu'un renseignement d'ordre industriel, commercial, scientifique ou technique dont la divulgation aurait pour effet de nuire à l'intérêt public et au bien commun;
- Tout renseignement privilégié obtenu en séance plénière et dont la divulgation risquerait vraisemblablement d'entraver une négociation en vue de la conclusion d'un contrat, de causer une perte à l'organisme ou de procurer indûment un avantage appréciable à une autre personne (réf. art. 8.1 de la présente politique);
- Tout renseignement sur l'administration de la justice ou de la sécurité publique (processus d'enquête judiciaire) n'est pas accessible lorsque sa divulgation peut être nuisible à un individu ou à la collectivité;
- Tout autre renseignement dont la divulgation est interdite en vertu des dispositions de la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels.

6.2 Diffusion de l'information

La diffusion de l'information se réalise selon deux approches. L'information de nature politique (entente, décision, etc.) est véhiculée par le maire et le conseil municipal, alors que les informations administratives (financières, légales, statutaires, etc.) sont diffusées par les employés municipaux.

7. Les publics

La politique de communication permet d'identifier les différents publics auxquels la Ville s'adresse le plus fréquemment.

Les publics internes regroupent :

- Les élus ou membres du conseil municipal;
- Les membres des comités consultatifs municipaux;
- Les gestionnaires et l'équipe de direction;
- L'ensemble du personnel.

Les publics externes regroupent :

- Les citoyennes et les citoyens de la municipalité;
- Les organismes socio-économiques, communautaires et culturels de la région;
- Les représentants politiques et administratifs des gouvernements provincial et fédéral;
- Les entreprises du milieu et autres partenaires;

- Les commerçants locaux;
- Les promoteurs économiques;
- Les fournisseurs de produits et de services.

8. Rôles et responsabilités

8.1 Instances politiques

Le maire

En vertu de la Loi sur les cités et villes, le maire est le premier officier de communication de la Ville. Il assume la responsabilité de porte-parole officiel de la Ville, et à ce titre, il est le principal intervenant public et médiatique. Au besoin, il peut aussi déléguer ou identifier un autre porte-parole élu ou fonctionnaire.

En fonction des pouvoirs que lui confère la législation provinciale du Québec, et en sa qualité de premier magistrat, le maire représente la Ville de Carignan auprès de l'ensemble de la population. Il possède le privilège de faire toute déclaration, verbale ou écrite, relative aux affaires municipales.

Lorsqu'il s'adresse au public ou aux représentants des médias, il peut le faire en son nom personnel, au nom du conseil municipal lorsqu'il existe une entente commune, un consensus de la part du conseil municipal ou lorsque la position ou la décision du conseil municipal sur le sujet discuté a été déterminée par un règlement ou une résolution. En son absence, ces privilèges s'appliquent au maire suppléant.

Les membres du conseil municipal

À titre de participant aux décisions prises lors des séances du Conseil, chaque membre du conseil municipal possède le privilège de faire des déclarations si ces dernières demeurent d'ordre personnel. Leurs interventions ne peuvent aucunement engager la responsabilité politique ou administrative de la Ville, à moins d'avoir reçu un mandat officiel de la part du maire.

Outre les lois à caractère municipal et le code d'éthique des élus, le Code civil du Québec impose certaines obligations aux membres du Conseil. L'article 323 touche particulièrement la divulgation d'information.

Au sens du Code civil, le membre du conseil municipal, à titre d'administrateur ne doit pas utiliser, à son profit ou au profit d'un tiers, l'information qu'il obtient en raison de son statut de membre du conseil municipal ou d'autres fonctions qu'il occupe pour la municipalité, à moins qu'il ne soit autorisé à le faire (art. 323 Code civil).

Cette dernière obligation de ne pas utiliser l'information impose pratiquement une obligation de confidentialité au membre du conseil municipal relativement à ce qu'il apprend en raison de sa fonction, tant et aussi longtemps que cette information ne devient pas publique. À titre d'exemple, un membre du conseil municipal qui est informé et qui participe à une discussion en caucus relativement à un projet de

changement de zonage ne pourra révéler cette information ni l'utiliser directement ou indirectement avant qu'elle ne soit rendue publique lors de la séance du conseil municipal où il en sera discuté.

8.2 Personnel municipal

Le directeur des communications

Sous l'autorité du directeur général, le directeur des communications s'acquitte des actions de communication que commandent les activités courantes de la vie municipale. Pour ce faire, il établit des collaborations avec l'ensemble des services, intervenants internes et externes.

Entre autres tâches qui sont dévolues au directeur des communications :

- Élaborer la politique de communication, de concert avec le directeur général;
- Gérer l'ensemble des programmes d'information, la promotion des services offerts et la publicité, en fonction des objectifs et des budgets alloués;
- Offrir des conseils et une expertise aux élus et services municipaux pour analyser les besoins en lien avec les activités de communication;
- Pour les projets d'envergure ou les enjeux exigeant une stratégie complexe, le Service des communications rédige et met en œuvre des plans de communication appropriés au contexte. Ceux-ci servent à étayer la réflexion et à structurer les opérations de communication;
- Gérer et faire progresser les communications électroniques, le site Web et les interactions sur les réseaux sociaux;
- S'assurer que l'information est transmise de façon claire et cohérente aux citoyens;
- Participer au rayonnement de la Ville et au sentiment d'appartenance des citoyens par l'implantation de moyens de communication efficaces;
- Veiller au respect de l'image de marque de la Ville;
- Organiser un certain nombre d'événements publics, en fonction des besoins du conseil municipal et des services;
- Voir à l'efficacité des canaux d'entrés, à réduire les demandes d'information et assurer le transfert efficace des dossiers entre départements;
- Coordonner les relations de presse pour l'ensemble des services municipaux, à l'exception des services de police et de sécurité incendie, et s'assurer que l'information rapportée est fidèle à la réalité. Au besoin, demander des ajustements;
- En situation d'urgence, assister le coordonnateur des mesures d'urgence en planifiant de promptes stratégies de communication.

Le greffier

Les activités de communication d'ordre légal, réglementaire, relevant d'avis publics, de consultations en vertu de la loi, de référendums ou autres obligations de publication demeurent la responsabilité du greffier.

Le Service du greffe est responsable de l'application de la Loi sur l'accès aux documents d'organismes publics et sur la protection des renseignements personnels. Toute demande en ce sens doit être acheminée à ce dernier par écrit.

Les employés municipaux

En raison des contacts directs du personnel avec la population, tout employé municipal est considéré comme une source d'information et un agent de communication. En ce sens, l'employé doit dialoguer d'une façon positive sans oublier les limites de sa responsabilité. La prudence est de mise lors des conversations et, dans le doute, il vaut mieux en référer au directeur de son service qui appliquera la politique de communication.

9. Communication interne

La communication interne permet à la Direction de communiquer adéquatement avec ses employés. Elle permet de participer à forger le sentiment d'appartenance des employés et en faire des vecteurs de transmission de l'information, des ambassadeurs de premier plan, auprès de la population.

L'objectif de la communication interne est de favoriser la bonne circulation de l'information entre les employés, les gestionnaires et les élus.

Parmi les moyens de communication interne utilisés par la Ville, notons :

- la transmission d'un bulletin électronique interne préparé par le Service des communications;
- la production de mémos provenant de la Direction générale et s'adressant aux employés.

Le Service des communications travaille en étroite collaboration avec la Direction générale, qui a la responsabilité de lui fournir les données nécessaires à la réalisation de ces outils.

10. Canaux de communication sortants

Les canaux de communication sortants sont les canaux utilisés pour diffuser les contenus et informations à la population.

10.1 Site Web municipal

Considéré comme le principal vecteur de communication avec ses divers publics, le site Web de la Ville détient tous les renseignements en lien avec les services municipaux. Il favorise la recherche intuitive, ainsi que les opérations en ligne, notamment les inscriptions aux activités de loisirs, le signalement de diverses requêtes, la consultation virtuelle des rôles d'évaluation et comptes de taxes, ainsi que les demandes de permis en ligne.

Le contenu du site Web municipal est sous la responsabilité du Service des communications. Les mises à jour sont ponctuelles, mais chaque directeur des services municipaux joue le rôle de « pivot de l'information » afin d'alimenter le Service des communications. Cette personne a la préoccupation de transmettre au Service des communications toute information qu'elle juge pertinente à diffuser ou à modifier.

En d'autres termes, l'actualisation des listes, règlements, formulaires, répertoires, agendas d'activités ou autres relève de la responsabilité des services concernés.

10.2 Panneaux à affichage numérique

Le Service des communications est mandaté par la Ville de Carignan pour diffuser des renseignements d'intérêt public de nature administrative sur les panneaux à affichage numérique extérieurs lui appartenant et qui sont installés sur son territoire.

Le Service des communications est responsable de la gestion complète des messages diffusés sur les panneaux électroniques. Aucun message à caractères politique et/ou religieux n'y est diffusé. Les messages lucratifs ne sont pas encouragés.

En grande majorité, les messages diffusés sont d'ordre municipal : événements, collectes spéciales, avis d'urgence, sécurité publique, etc. Le Service des communications se réserve aussi le droit d'accueillir ou non les messages d'intérêt public provenant des organismes accrédités et de ses partenaires institutionnels locaux. Il est à comprendre ici qu'une certaine prudence est de mise : plus les annonces sont nombreuses sur la séquence de diffusion d'un panneau, plus les messages importants sont diffusés dans la surcharge d'information. De la même façon, moins les messages sont pertinents pour l'ensemble de la population, plus les panneaux perdent l'attention du public à long terme.

Les panneaux sont allumés entre 6 h et 23 h. Ces heures peuvent être modifiées en cas de mesure d'urgence.

10.3 Affichage

En collaboration avec les départements concernés, le Service des communications gère l'ensemble des questions liées à l'affichage et à la signalétique municipale, notamment l'identification des édifices et équipements municipaux, des parcs et espaces verts, les panneaux d'entrées de ville, les plaques de noms

de rues, les panneaux d'interprétation, les directionnels routiers et les panneaux à affichage numérique, conformément à l'image de marque et à la signature corporative de la Ville (réf. Guide des normes graphiques de la Ville de Carignan).

Cette responsabilité n'inclut pas la signalisation routière standard qui relève du Service des travaux publics.

Tout panneau, affiche ou enseigne doit recevoir l'approbation du Service des communications avant d'être transmis ou diffusé à l'externe.

10.4 Placement média

La Ville achète des espaces publicitaires dans les médias locaux pour diffuser des messages importants ou pour publiciser ses événements municipaux. Pour chaque situation, le Service des communications a le mandat d'évaluer les besoins en fonction des objectifs à atteindre et de la clientèle visée.

10.4.1 Visibilité suite à une commandite

Toute demande de commandite doit être adressée au conseil municipal de la Ville de Carignan. Le conseil municipal se charge d'analyser la pertinence des demandes et d'octroyer ou non des commandites par résolution. Par ailleurs, la Ville peut accepter des commandites, lorsque des partenaires sont impliqués dans l'organisation d'événements. Le Service des communications s'assure, pour sa part, que les clauses de visibilité sont respectées.

10.5 Autres outils de communication

Outre les plateformes énumérées ci-devant, la Ville de Carignan utilise d'autres outils pour rejoindre les citoyens, en grands ou petits groupes :

- Le bulletin municipal *Regard sur Carignan* qui rend compte des activités municipales et du dynamisme local;
- L'infolettre transmise ponctuellement à la population abonnée par courriel;
- La diffusion de communiqué ou d'annonce dans les journaux locaux ou électroniques;
- Le Portail citoyen qui permet de lire les nouvelles d'actualité, de s'inscrire aux activités de loisir en ligne, d'acquitter les frais d'inscription en ligne, de consulter les comptes de taxes en ligne, et bientôt de procéder à la demande d'un permis en ligne;

- Le système d’alertes téléphoniques qui permet de produire une campagne d’appels ciblée et de rejoindre par téléphone la grande majorité de la population (tous les détails au point 17.1 de la présente politique);
- Le calendrier municipal qui permet de visualiser en un coup d’œil divers renseignements sur les collectes, jours fériés, dates des séances ordinaires du conseil municipal et les échéances des versements de taxes municipales;
- La carte routière (renouvelée tous les deux ans) et le Guide des citoyens (renouvelé tous les 4 ans) entièrement autofinancés;
- L’enregistrement et la webdiffusion de capsules résumant les séances du conseil municipal;
- Lorsque requis, la distribution de porte en porte d’un feuillet d’information;
- La production de dépliants d’information, brochures, guides, affiches, programmations, etc. pour faciliter la compréhension et servir de guide.

11. Canaux de communication entrants

11.1 Relation citoyenne (visites, appels, courriels, etc.)

La responsabilité des relations avec le citoyen relève du Service des communications, que ce soit dans le cadre d’une visite en personne à l’hôtel de ville, d’un appel téléphonique, d’une demande transmise à l’adresse de courrier électronique générale *info@villedecarignan.org*, ou d’une demande transmise par l’entremise la boîte de réception de messages privés de la page officielle Facebook.

Le Service des communications travaille à implanter une philosophie de gestion axée sur le « service client », notamment par la formation et la transmission constante d’information au personnel de première ligne. Il est toutefois de la responsabilité de chaque gestionnaire de s’assurer que son personnel de seconde ligne adopte un comportement adéquat avec les citoyens.

11.2 Demandes, plaintes et requêtes

La rubrique des demandes en ligne sur le site Web municipal permet au citoyen de poser des questions ou de transmettre une plainte à la Ville via l’adresse de courrier électronique *info@villedecarignan.org*.

De la même façon, le citoyen peut transmettre une requête ou une demande d’intervention à la Ville via une application mobile qui permet aux citoyens de signaler un problème non urgent.

La page officielle Facebook de la Ville ne reçoit quant à elle aucune plainte ou requête (réf. art. 12.1.2)

Pour les demandes urgentes, il est préférable de communiquer directement avec la Ville en composant le 450 658-1066 durant les heures régulières de bureau ou, durant les heures de fermeture, de contacter la Régie internationale de police richelieu St-Laurent au 1 888 678-7000.

11.2.1 Les plateformes privilégiées pour les demandes d'information, plaintes et requêtes

	En personne	Téléphone	info@villedecarignan.org	Application mobile	Médias sociaux
Demande d'information	X	X	X		X
Demande d'intervention	X	X	X	X	
Demande d'intervention urgente	X	X			
Plainte	X	X	X		
Demande de permis	X				

12. Canaux de communication bilatérale

La Ville de Carignan propose également quelques plateformes de communication bilatérale qui permettent à la population de communiquer avec elle et d'échanger :

- La page officielle Facebook;
- La page Instagram qui permet un partage de photos municipales.

Consciente de l'évolution rapide des moyens de communication, la Ville de Carignan est à l'affût de nouvelles technologies, d'applications Web ou mobiles qui lui permettent d'améliorer, de modifier ou d'adapter la communication bidirectionnelle avec ses citoyens. D'autres plateformes sont à venir.

12.1 Médias sociaux

Les médias sociaux peuvent à la fois servir à informer les citoyens et à solliciter leurs commentaires. Ils permettent à la Ville de communiquer avec des publics différents du Web. D'autre part, contrairement aux médias traditionnels, une information intéressante publiée sur les réseaux sociaux sera certainement partagée par les utilisateurs, multipliant ainsi sa visibilité.

Ces plateformes de communication permettent également d'accueillir les questions et commentaires des citoyens. Le Service des communications, relations publiques et citoyennes répond au meilleur de ses connaissances à toutes les questions dans les meilleurs délais (réf. 12.1.2).

12.1.1 Qualité de diffusion sur les réseaux sociaux

Le Service des communications établit la présence virtuelle de la Ville et assure la pertinence des sujets traités sur les réseaux sociaux afin de maintenir l'intérêt des usagers. Cela dit, il limite son travail à la couverture de sujets d'importance :

- Travaux routiers;
- Messages de sécurité publique;
- Services offerts aux citoyens;
- Communiqués de la Ville de Carignan;
- Nouvelles et bons coups contribuant au rayonnement de la communauté et témoignant de son dynamisme économique, culturel, sportif et communautaire;
- Activités et événements publics offerts aux Carignanois;
- Etc.

En d'autres temps, le Service des communications peut accepter de diffuser de l'information utile aux citoyens qui provient d'organismes accrédités, de services à la population ou de bienfaisance. Le Service des communications se réserve le droit de refuser une diffusion et privilégie uniquement les informations jugées pertinentes, selon le contexte, pour l'ensemble des citoyens. L'objectif est d'assurer le maintien de l'intérêt des abonnés.

12.1.2 Gestion des médias sociaux

Le Service des communications est responsable de l'administration et de l'animation des médias sociaux durant les heures régulières de bureau ou à l'extérieur des heures de bureau pour la mise en vigueur d'une opération de déneigement, lors d'une crise ou d'une situation d'urgence. Durant ces plages horaires, le Service des communications veille à répondre, le plus rapidement possible et au meilleur de ses connaissances, aux interventions, questions et messages publiés sur ses réseaux sociaux.

En d'autres cas, les commentaires ou questions reçus en dehors des heures régulières de bureau sont traités au moment du retour au travail de la personne responsable.

À noter : La page officielle Facebook de la Ville de Carignan ne peut se substituer au service d'urgence 9-1-1. De plus, les plaintes et requêtes ne sont pas traitées sur les médias sociaux. Les plaintes et requêtes doivent être transmises à l'adresse info@villedecarignan.org, en utilisant l'application mobile ou en appelant directement à la Ville au 450 658-1066 durant les heures régulières de bureau.

12.1.3 Nétiquette

La liberté d'expression est une valeur primordiale, mais il est important de l'exercer dans le respect.

Les internautes sont invités à contribuer aux plateformes sociales de la Ville dans la mesure où leur participation n'entre pas en conflit avec les règles édictées ci-après, et ce, afin d'assurer un climat courtois et démocratique ainsi que de maintenir la qualité et la pertinence du contenu publié sur la page. Dans le cas contraire, le Service des communications se réserve le droit de supprimer sans préavis tout contenu non pertinent ou contraire aux règles édictées par la Nétiquette et peut bannir sans préavis un membre de la communauté virtuelle qui ne s'y conforme pas.

Les règles de la Nétiquette

1. Une opinion doit être partagée sans utiliser un langage vulgaire ou malveillant. Tous les commentaires jugés agressifs, blessants, vulgaires, intimidants, menaçants, injurieux, sarcastiques, offensants, indécents, diffamatoires, abusifs, haineux, sexistes, racistes, homophobes ou irrespectueux à l'endroit de la Ville, de ses employés, de personnes ou de groupe de personnes ainsi que toute attaque personnelle ou atteinte à la vie privée sont supprimés.
2. Les publicités sous toutes leurs formes et les messages qui ne présentent aucun lien avec l'objet traité ou avec la Ville ne sont pas tolérées.
3. Toute promotion d'opinions politiques, d'un parti politique, de ses représentants, ou des autorités municipales est interdite. De la même façon, tous les usagers et administrateurs de la page se doivent de relater des faits avec neutralité. En aucun cas cette page ne sert à appuyer ou mousser la candidature d'un élu et/ou candidat ou à communiquer des opinions politiques.
4. L'utilisation des majuscules dans le cadre d'un commentaire est proscrite. Dans la culture Web, cette utilisation est considérée comme un cri.
5. Tout commentaire publié sous le couvert d'un surnom ou d'une page anonyme, ou au nom d'un organisme ou entreprise sans être autorisé est prohibé.
6. Le français est la seule langue d'utilisation.

Le Service des communications se réserve le droit de modifier les éléments de sa Nétiquette en tout temps et sans préavis.

12.1.4 Utilisation des réseaux sociaux par les employés et élus

Dans un souci de rappeler aux employés et conseillers municipaux de la Ville leur responsabilité quant aux réseaux sociaux comme Facebook ou Twitter, nous désirons porter à votre attention quelques principes :

- Les employés et élus sont personnellement responsables de leurs communications sur les réseaux sociaux, même si elles sont faites de manière anonyme;
- Il n'est pas permis de transmettre des informations au nom de la Ville;
- Il n'est pas permis de publier des photos et/ou vidéos liées à la Ville, un élu, un collègue ou un supérieur, à moins d'une autorisation spéciale;
- Il n'est pas permis de tenir des propos désobligeants envers la Ville, un élu, un collègue, un supérieur ou un citoyen de la Ville;
- Être prudents quant au partage de renseignements d'ordre public;
- Prendre conscience que ce qui est communiqué peut être transmis à d'autres personnes que leur interlocuteur.

13. Communication citoyenne participative

Plusieurs mécanismes d'information et de consultation peuvent être utilisés en fonction de la nature du projet, du moment et des objectifs poursuivis.

Ces modes de communication permettent à la Ville de solliciter directement les commentaires du public :

- assemblées publiques (séances, consultations, etc.),
- rencontres sectorielles,
- groupes de réflexion,
- sondages en ligne ou téléphoniques,
- discussions sur les médias sociaux,
- etc.

13.1 Séance du conseil municipal

Les élus réunis en Conseil représentent la population et, à ce titre, prennent les décisions sur les orientations et les priorités d'action de la municipalité et en administrent les affaires. Ils ne peuvent prendre de décision que sous forme de résolution ou de règlement adopté lors d'une séance tenue dans les règles. Ainsi, la séance du Conseil est le principal lieu d'exercice de la démocratie municipale.

Le quorum du conseil municipal correspond à la majorité de ses membres. Les séances ordinaires du Conseil ont lieu au moins une fois par mois. Le Conseil peut, par règlement, prescrire la durée de cette période, le moment où elle a lieu et la procédure à suivre.

Les ordres du jour des séances ordinaires du conseil municipal sont disponibles sur le site Internet au plus tard un (1) jour ouvrable avant la tenue d'une séance. Ceux-ci sont affichés sur les écrans pour le public

durant les séances, de même que d'autres informations requises durant la séance. Les procès-verbaux sont quant à eux disponibles sur le site Web municipal, le mois suivant la séance où ils ont été entérinés par le conseil municipal.

Dans le cas d'une séance extraordinaire, l'ordre du jour est diffusé quelques heures avant la séance ou séance tenante.

13.2 Comités consultatifs

Le conseil municipal peut nommer des comités, composés d'autant de ses membres qu'il le juge convenable, ayant le pouvoir d'examiner et d'étudier une question quelconque. Dans ce cas, les comités rendent compte de leurs travaux par des rapports signés par leur président ou la majorité de leurs membres. Ces rapports peuvent être présentés au conseil municipal en plénière pour information.

Quant au comité consultatif d'urbanisme, bien qu'il soit aussi un organisme à caractère consultatif et non décisionnel, son avis sur les dossiers comme une dérogation mineure, un plan d'aménagement d'ensemble, un plan d'implantation et d'intégration architecturale ou un projet particulier d'urbanisme se veut essentiel à l'approbation du projet par le conseil municipal.

13.3 Rencontre d'information

Une rencontre d'information permet de présenter à la population un programme, une politique ou un projet (parc, sécurité publique, etc.) de façon formelle. La rencontre d'information vise à **informer** les citoyens, à répondre à leurs questions et à entendre leurs commentaires, et non à les consulter.

Mise en œuvre

Le directeur général ou le conseil municipal initie la tenue d'une rencontre d'information lorsqu'il le juge requis.

Le gestionnaire municipal du département concerné élabore, en compagnie ou non de son consultant, le contenu de la rencontre ainsi que les dossiers qui seront présentés. Il en va de sa responsabilité de déterminer la nature de l'information à transmettre, d'en assurer la qualité, la fiabilité et la pertinence.

Le Service des communications informe la population et fournit les outils de communication adaptés aux circonstances. Dans la mesure du possible, une rencontre d'information doit faire l'objet d'une publicité auprès des personnes concernées entre cinq (5) à dix (10) jours avant la tenue de la rencontre. Au besoin, la Ville détermine la documentation qui peut être accessible à l'avance afin de permettre aux citoyens d'en prendre connaissance avant la rencontre d'information.

Le **déroulement d'une rencontre d'information** est défini selon des modalités préétablies en fonction du sujet :

1. Mot de bienvenue par le maire
2. État de la situation par le gestionnaire du projet
3. Présentation du projet par le gestionnaire du projet ou le consultant
4. Échéancier de réalisation
5. Période de questions/commentaires de 30 minutes (2 minutes maximum pour chaque prise de parole citoyenne)
6. Réponse aux questions par le gestionnaire du projet ou le consultant

13.4 Consultation citoyenne

Une consultation citoyenne permet aussi de présenter à la population un programme, une politique ou un projet (parc, plateau sportif, sécurité publique, changement de nom de rue, etc.) de façon formelle, mais cette fois, la rencontre vise à **consulter** les citoyens, à répondre à leurs questions, à connaître leurs commentaires et leurs suggestions avant toute élaboration d'un projet ou plan final.

Mise en œuvre

Le directeur général ou le conseil municipal initie la tenue d'une consultation citoyenne lorsqu'il le juge requis.

Le gestionnaire municipal du département concerné élabore, en compagnie ou non de son consultant, le contenu de la consultation ainsi que les dossiers qui seront présentés. Il en va de sa responsabilité de déterminer la nature de l'information à transmettre, d'en assurer la qualité, la fiabilité et la pertinence.

Le Service des communications informe la population et fournit les outils de communication adaptés aux circonstances. Une consultation citoyenne doit faire l'objet d'une publicité adéquate auprès des personnes concernées entre cinq (5) à dix (10) jours avant la tenue de la consultation. Idéalement, la documentation relative à l'objet à l'étude est accessible aux citoyens et aux groupes concernés de façon à leur permettre d'en prendre connaissance avant la consultation citoyenne.

Le **déroulement d'une consultation citoyenne** est défini selon des modalités préétablies en fonction du sujet :

1. Mot de bienvenue par le maire ou le conseiller du secteur concerné
2. État de la situation par le gestionnaire du projet
3. Présentation du projet préliminaire par le gestionnaire du projet ou le consultant
4. Échéancier
5. Période de commentaires/questions de 30 minutes (2 minutes maximum pour chaque prise de parole citoyenne)
6. Réponse aux commentaires/questions par le gestionnaire du projet ou le consultant

Les résultats d'une consultation citoyenne font l'objet d'une nouvelle d'actualité accessible au public sur le site Web municipal. Cette étape démontre la crédibilité des activités de consultation. Elle permet, entre autres, aux citoyens de constater l'utilité de leur participation.

13.5 Assemblée publique de consultation

Une assemblée publique de consultation est tenue lorsque requise par la *Loi sur les cités et villes*, par exemple lors d'un changement de zonage ou d'un règlement susceptible d'approbation référendaire.

Une assemblée publique de consultation obligatoire en vertu d'une loi à laquelle la municipalité est assujettie doit respecter l'encadrement légal qui lui est imposé. Les étapes décrites ici, lorsqu'elles sont mises en œuvre, visent à bonifier le processus de consultation prévu par la loi.

Mise en œuvre

La direction générale initie la tenue d'une assemblée publique de consultation.

Les services municipaux doivent, lors de l'élaboration des projets et dossiers, s'assurer que la pertinence de tenir une consultation publique a été analysée et soumise à l'attention de l'autorité compétente afin que la démarche de consultation soit enclenchée le plus tôt possible et selon les règles prescrites.

Le Greffe et le Service des communications informent la population et fournissent les outils de communication adaptés aux circonstances. Dans le cas d'un règlement susceptible d'approbation référendaire, la tenue d'une assemblée publique de consultation doit faire l'objet d'un avis public diffusé auprès des personnes concernées sept (7) jours avant l'assemblée publique de consultation.

La documentation relative à l'objet à l'étude doit être accessible aux citoyens et aux groupes concernés de façon à leur permettre d'en prendre connaissance avant la période formelle de consultation. L'information transmise doit être complète, compréhensible et transparente. Elle doit également préciser les modalités et l'échéance de la démarche de consultation en cours.

La période de consultation formelle est d'une durée prédéterminée, connue à l'avance par les participants et de durée suffisante pour permettre aux intéressés de s'approprier les contenus et, si requis, de rédiger leurs avis et commentaires.

Le **déroulement d'une assemblée publique de consultation** obligatoire au sens de la loi est défini selon des modalités préétablies :

1. Mot de bienvenue par le maire
2. Présentation du projet/règlement par le gestionnaire du projet ou consultant
3. Échéancier
4. Période de commentaires/questions de 30 minutes (2 minutes maximum pour chaque prise de parole citoyenne)
5. Réponse aux commentaires/questions par le gestionnaire du projet ou le consultant

Au final, les résultats d'une assemblée publique de consultation obligatoire au sens de la loi doivent faire l'objet d'un rapport accessible au public. Cette étape essentielle démontre la crédibilité des activités de consultation. Elle permet, entre autres, aux citoyens de constater l'utilité de leur participation.

14. Relations publiques

Le Service des communications est le point de convergence et la porte d'entrée des médias. Il représente la source officielle et unique de diffusion de l'information.

14.1 Information aux médias

Le Service des communications reçoit toutes les demandes des journalistes. Il a le mandat de répondre à leurs questions dans les meilleurs délais, avec neutralité, transparence et probité, dans l'intérêt supérieur des citoyens.

Les personnes suivantes sont autorisées à répondre aux médias :

- Le maire pour des commentaires sur les orientations politiques et les décisions du conseil municipal;
- Le maire ou le maire suppléant en cas de mesures d'urgence (en collaboration avec le coordonnateur des mesures d'urgence et le Service des communications);
- Le directeur général ou le directeur des communications, pour toutes les questions liées à l'administration municipale générale;
- Les directeurs des services municipaux, pour des informations techniques liées à leur champ d'expertise, à la demande du Service des communications ou du directeur général.

14.2 Reportages et entrevues

Dans le cas où un employé ou un gestionnaire de la Ville est directement invité à rencontrer les médias pour participer à un reportage ou répondre à une entrevue téléphonique, il doit au préalable obtenir les autorisations nécessaires du directeur général ou du Service des communications.

Dans un tel cas, l'employé ou le gestionnaire devra également tenter d'obtenir des médias le plus d'informations possible sur le contenu des questions qui seront abordées afin de préparer, en collaboration avec le Service des communications, les informations adéquates à être transmises durant l'entrevue.

14.3 Conférences de presse

Une conférence de presse doit porter sur un sujet jugé d'importance et sur lequel il importe de donner certains détails qu'il est plus facile de livrer verbalement que par voie de communiqué écrit.

Pour un sujet d'ordre politique, les conférences de presse sont convoquées par le maire (décision politique). Pour les sujets administratifs et opérationnels (entente intermunicipale, lancement d'un projet, nouveau service, etc.), les conférences de presse sont convoquées et organisées par le Service des communications, sur demande du maire ou du directeur général.

Mise en œuvre

Le rôle d'animateur est assumé par le maire. En plus d'assurer le mot de bienvenue, ce dernier présente les dignitaires présents par ordre d'importance.

Usage courant :

1. Ministre fédéral
2. Ministre provincial
3. Représentant fédéral
4. Représentant provincial
5. Préfet
6. Maire
7. Membre du conseil municipal
8. Directeur général
9. Directeur de service
10. Employé municipal

Quant à l'ordre de passage des orateurs, l'usage veut que la personne la plus importante parle en dernier, toutefois, à titre d'hôte, le maire prend la parole en premier pour souhaiter la bienvenue. Le cas échéant, le conseiller responsable du dossier parle en second, suivi des intervenants non élus.

S'il le souhaite, le maire peut intervenir à nouveau à la fin de la conférence pour saluer l'auditoire et remercier son équipe.

Une période de questions est allouée aux journalistes et animée par le représentant du Service des communications.

Les demandes d'entrevues individuelles sont gérées par le Service des communications.

15. Protocole

15.1 Correspondance

La correspondance officielle émanant de la Ville porte la signature corporative officielle. Cette signature est appliquée tel que prescrit par le Guide des normes graphiques de la Ville de Carignan.

15.2 Courriels

Une signature de courriel uniforme, développée par le Service des communications, doit être utilisée par tous les employés. À l'occasion, cette signature peut être accompagnée d'un message municipal à titre informatif (ex. : promotion d'un service municipal pour rétention d'abonnés, nouvelles applications, etc.)

15.3 Absences

Lors d'une absence, les employés de la Ville doivent s'assurer que le message automatique d'absence, activé via Outlook, mentionne la durée de leur absence et les coordonnées d'une personne-ressource à contacter à l'interne. La mise à jour du message doit être faite avant l'absence de l'employé.

15.4 Livre d'or

À l'occasion de certaines cérémonies protocolaires, les invités sont conviés à signer le livre d'or de la municipalité. Ce livre est une véritable œuvre d'art et une tradition chère aux Carignanois. L'inscription de nouvelles entrées au livre d'or relève du Service du greffe.

15.5 Objets promotionnels

La communication par l'objet est un excellent véhicule pour promouvoir l'image de marque de la Ville et accroître sa notoriété. Les objets promotionnels sont normalement remis gracieusement aux invités lors d'activités protocolaires, par le maire, les conseillers municipaux ou la direction générale.

Les cadeaux promotionnels représentent également une marque de reconnaissance pour les bénévoles qui les reçoivent à l'occasion de certains événements.

15.6 Drapeaux

Les drapeaux flottant devant les édifices municipaux respectent l'ordre protocolaire. Les drapeaux officiels qui surplombent l'hôtel de ville sont le drapeau du Canada, le drapeau du Québec (au centre) et le drapeau arborant le logo officiel de la Ville de Carignan.

Les mêmes drapeaux ornent la salle du Conseil et sont utilisés lors d'événements protocolaires.

15.6.1 La mise en berne

Le drapeau de la Ville de Carignan est mis en berne (à mi-poteau) lors du décès d'un élu municipal en poste, d'un ancien maire ou conseiller municipal. Il peut également être mis en berne lors du décès d'un citoyen émérite, pour rappeler une tragédie affectant les citoyens de la municipalité ou par solidarité aux autres villes vivant une problématique exceptionnelle.

Les drapeaux du Québec et du Canada peuvent quant à eux uniquement être mis en berne à la demande des gouvernements provincial et fédéral.

16. Logotype

L'utilisation du logotype officiel de la Ville de Carignan et de ses déclinaisons est réservée uniquement à la Ville de Carignan ou pour identifier celle-ci.

L'utilisation du logo de la Ville (reproduction intégrale) et de ses déclinaisons aux fins d'identification de la Ville à titre de commanditaire, partisan ou participant à toutes activités sportives, culturelles, sociales ou autres, est permise sur approbation du directeur des communications.

17. Gestion de crise et mesures d'urgence

Le Service des communications est l'un des intervenants de première ligne lors des situations d'urgence.

Le Plan des mesures d'urgence-volet communications présente les balises et procédures à suivre lorsque des situations graves se produisent sur le territoire. Il précise le rôle du Service des communications, celui des porte-parole officiels et détermine des tâches et directives pour chacun des employés en place, en plus de prévoir un plan de relève. Des messages sont élaborés à l'avance afin de faciliter la rédaction lorsqu'un événement survient.

17.1 Système d'alertes téléphoniques

L'un des outils de prédilection utilisés en situation d'urgence est le système d'alertes téléphoniques.

L'automate d'appels permet de joindre rapidement un nombre important de citoyens via le téléphone.

L'usage des automates d'appels est réservé aux situations d'urgence et aux questions touchant des services essentiels dont le rétablissement est prioritaire (qualité de l'eau potable, inondations, etc.). Quelques exceptions peuvent être observées sur avis du conseil municipal.

17.2 Rôle des services en cas d'urgence / alerte / travaux / autres

Chaque service est responsable de communiquer avec les instances concernées et reliées au projet mené (agence de santé, usine d'épuration ou de filtration, écoles, ministères ou autres). Dans un tel cas, une collaboration peut alors être demandée au Service des communications pour traiter l'information à transmettre aux citoyens.

18. Respect de l'environnement

En lien avec sa mission de protection de l'environnement et de développement durable, la Ville de Carignan tente de diminuer le plus possible la trace écologique de ses activités de communication :

- Elle favorise les partenaires locaux pour réduire les besoins en transport;
- Elle favorise toute communication interne par voie électronique;
- Elle travaille à réduire les déplacements nécessaires à l'hôtel de ville;
- Elle favorise la distribution de ses documents sous forme électronique pour réduire ses besoins en impression.