



Politique de communication

Préparée par Caroline Nguyen Minh,
Consultante stratégique spécialisée
en communication municipale

Mise à jour : 23 novembre 2022

Table des matières

1. Préambule.....	4
1.1 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. Linguistique.....	7
5.1. Langue française privilégiée.....	7
6. Protection des renseignements	8
6.1 Renseignements protégés.....	9
6.2 Diffusion de l'information.....	9
7. Les publics	9
8. Rôles et responsabilités.....	10
8.1 Communication politique	10
8.2 Communication administrative.....	11
9. Communication interne	12
10. Canaux de communication sortants	13
11. Canaux de communication entrants	13
11.1 Relation citoyenne (visites, appels, courriels, etc.).....	13
11.2 Demandes, plaintes et requêtes	13
11.2.1 Les plateformes privilégiées pour les demandes d'information, plaintes et requêtes	14
11.3 Médias sociaux	14
11.3.1 Utilisation des réseaux sociaux par les employés et élus.....	15
12. Communication citoyenne participative	15
12.1. Séance du conseil municipal	15
12.2. Comités consultatifs.....	16
12.2.2. Comité de communication.....	16
13. Relations publiques.....	16
13.1.1 Information aux médias	16
13.1.2 Reportages et entrevues	17
14. Protocole.....	17

14.1.1	Correspondance	17
14.1.2	Courriels	17
14.1.3	Absences.....	17
14.1.4	Livre d'or.....	17
14.1.5	Objets promotionnels.....	18
14.1.6	Drapeaux	18
14.1.7	La mise en berne	18
15.	Image de marque	18
15.1.	Logotype	18
15.2.	Banque de photos.....	18
15.3.	Visibilité en lien avec une commandite	19
15.4.	Affichage de signalétique et entrées de ville	19
15.5.	Affichage de panneaux à affichage numérique	19
16.	Gestion de crise et mesures d'urgence	20
16.1.1	Rôle des services en cas d'urgence / alerte / travaux / autres.....	20
17.	Respect de l'environnement	20

1. Préambule

Carignan est une ville en plein essor : la croissance de sa population est parmi l'une des plus importantes au Québec, avec une projection démographique qui prévoit doubler d'ici 2040.

En ce sens, il est d'autant plus crucial que les ressources disponibles soient déployées à bon escient afin d'offrir une prestation de service de qualité attendue, le tout considérant le facteur de croissance démographique majeure.

1.1. Politique de communication

La Ville de Carignan s'est dotée d'une politique de communication en décembre 2018 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 ».

1.2. Entrée en vigueur

La présente Politique de communication entre en vigueur dès son adoption par le conseil municipal, soit le 7 décembre 2022. Il en est de même de toute modification à cette Politique, le cas échéant.

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 corporatifs, résidents, 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. Linguistique

5.1. Langue française privilégiée

Selon la Charte de la langue française et la Politique linguistique du Québec, la Ville de Carignan doit communiquer en français, en raison de son statut de ville francophone. Pour ce faire, elle applique la Loi 96.

Étant donné qu'elle est un organisme public, la qualité du français des parties prenantes doit être irréprochable, tout comme son image de marque. La Direction du Service des communications agit comme mandataire officiel de la Ville de Carignan auprès de l'Office québécois de la langue française.

5.2. Accessibilité universelle

À l'affût des meilleures pratiques, la Ville de Carignan intègre les notions d'accessibilité universelle et de communication inclusive dans ses communications municipales :

La communication accessible vise à reconnaître et à répondre aux besoins d'une grande partie de la population et ainsi améliorer la portée des communications. Par exemple, la Ville applique les règles suivantes pour faciliter la lecture et le repérage de l'information pour les personnes ayant une limitation fonctionnelle visuelle :

- + Choix d'une police de caractère simple et de taille accrue avec mise en page aérée;
- + Contraste de couleur suffisant;
- + Utilisation d'un module dédié à l'accessibilité universelle sur son site internet pour grossir les caractères;
- + Capsules vidéo avec sous-titres français.

5.3. Communication inclusive

Aussi, depuis quelques années, on constate une volonté d'adopter de nouvelles habitudes de rédaction pour enrayer les stéréotypes de genre inhérents au langage, en se dotant de règles sur l'écriture inclusive et la rédaction épiciène et non binaire. La communication inclusive et non genrée vise donc à représenter l'ensemble des membres de la communauté dans leur diversité, tant que la clarté du message et sa compréhension ne sont pas affectés. Elle se transpose autant dans les écrits que dans les représentations visuelles (ex. employer le terme « population » pour désigner les « citoyens » encore favoriser une signalisation non genrée pour les toilettes ou vestiaires dans un nouveau bâtiment municipal).

Ces domaines étant en constante évolution, la Ville de Carignan demeure à l'affût des nouvelles règles en vigueur à cet effet pour offrir une communication tant accessible qu'inclusive.

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 du conseil municipal, du personnel ou d'un contribuable;
- Tout renseignement à incidence économique, tel qu'un renseignement d'ordre industriel, commercial, scientifique ou technique, dont la divulgation nuirait 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. Une politique de diffusion est disponible pour définir l'ensemble des canaux de communication mis à la disposition de la population à cet effet

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;
- Les médias.

8. Rôles et responsabilités

8.1 Communication politique

On qualifie de communication politique, toute déclaration verbale ou écrite relative aux affaires municipales n'ayant toujours pas fait l'objet d'une adoption (décision) du conseil municipal par résolution. Toute communication de cette nature relève et émane de la mairie.

Bien que le Service des communications relève de la Direction générale, il est appelé à travailler avec la mairie dans certains contextes, comme lors des événements protocolaires pour la rédaction des allocutions, par exemple. Toutefois, le Service des communications ne doit pas prendre en charge les communications de type politique et à portée individuelle d'un membre du conseil municipal.

À moins d'une directive particulière de la Direction générale de la Ville, le Service des communications ne prend pas en charge les communications d'un organisme partenaire, supramunicipal, paramunicipal, associatif, etc.

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 (en référence au code d'éthique du conseil municipal disponible sur le site Web de la Ville).

8.2 Communication administrative

Une communication administrative fait suite à une adoption du conseil municipal par résolution. Objective et factuelle, elle permet d'informer le public sur un nouveau service, programme, projet, règlement ou sujet d'une activité de la Ville de Carignan, entre autres.

La Direction générale

Sous l'autorité du conseil municipal, la Direction générale veille à la réalisation de la mission de la Ville en jouant le rôle de chef d'orchestre entre les membres du personnel et le conseil dans un climat de confiance.

Par conséquent, les canaux de communication bidirectionnels entre le conseil municipal et l'appareil administratif passent systématiquement par la Direction générale. Il peut cependant nommer des comités de travail mixtes pour canaliser la synergie à établir entre la communication de type politique et administrative dans des thématiques ou des sujets précis, comme un comité de communication.

Le Service des communications

Sous l'autorité de la Direction générale, le Service des communications a pour mission de :

- + Veiller au rayonnement et à la gestion de l'image de marque de la ville (communication institutionnelle);
- + Prendre en charge toutes activités de relations publiques et de marketing;
- + Développer tout le volet de consultation publique et de participation citoyenne pour mettre à profit l'intelligence collective dans la réflexion des projets;
- + Coordonner le volet de Ville intelligente et déployer la communication numérique, dans une vision d'optimisation de l'interaction citoyenne avec sa Ville;

+ Assurer le service à la clientèle pour l'ensemble de l'organisation avec la gestion centralisée des plaintes et requêtes.

Le Service des communications joue donc un rôle-conseil stratégique auprès des autres services municipaux afin de les aider à mieux cibler leurs besoins et objectifs de communication, donnant ainsi une valeur ajoutée à leurs démarches.

Le greffe

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 greffe.

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 à la direction du service concerné 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'une communication électronique au besoin préparée les ressources humaines;
- 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 :

- Communication numérique (ex. site Web, portail citoyen, infolettre);
- Publications imprimées (ex. bulletins municipaux, dépliants pour les permis, pochettes pour nouveaux résidents);
- Affichage (incluant notamment les panneaux avec emplacements fixes en format 4 X 8, les panneaux à affichage numérique);
- Placement média (dont une visibilité à la suite d'une autorisation de commandite);
- Autres canaux.

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 intermunicipale de police Richelieu Saint-Laurent au 1 888 678-7000.

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

Types	En personne	Téléphone	Courriel (info-SAC)	Application mobile	Médias sociaux	Site Web
Demande d'information	X	X	X			
Demande d'intervention (requête)	X	X	X	X		X
Demande d'intervention immédiate	X	X				
Plainte	X	X	X			
Demande de permis	X					X
Réclamation						X

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

- Réseaux sociaux;
- Séances d'information et consultations publiques;
- Séances du conseil.

Consciente de la constante évolution 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.

11.3 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 (en référence à la politique de diffusion disponible sur le site Web de la Ville).

Ces plateformes de communication permettent également d'accueillir les questions et commentaires des citoyens. Le Service des communications répond au meilleur de ses connaissances à toutes les questions dans les meilleurs délais.

11.3.1 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, 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.

12. 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 (ex. séances du conseil, consultations);
- Rencontres sectorielles;
- Groupes de réflexion;
- Sondages en ligne ou téléphoniques;
- Discussions sur les médias sociaux;
- Etc.

12.1. 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.

12.2. 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. Des comités peuvent être internes, composé d'employés municipaux et/ou d'élus, alors que d'autres comités peuvent être externes incluant aussi des citoyens et/ou des représentants d'organismes impliqués dans le sujet. 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 et, dans certains cas, alimenter ses décisions.

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.

12.2.1. Comité de communication

Avec la refonte de cette présente politique, la création d'un comité de communication s'avère nécessaire pour assurer un suivi des orientations du conseil sur de nouveaux projets nécessitant un apport essentiel de l'expertise des communications. Ce comité se verra composé de deux élus municipaux, des experts administratifs de ce service ainsi que du Premier magistrat, de la Direction générale adjointe ou de la Direction générale qui seront invités d'office à toutes les rencontres.

13. 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.

13.1.1 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;
- 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);
- La Direction générale ou la Direction des communications, pour toutes les questions liées à l'administration municipale générale;
- Les directions des services municipaux, pour des informations techniques liées à leur champ d'expertise, à la demande du Service des communications ou de la Direction générale.

13.1.2 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 de la Direction générale 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. Protocole

14.1.1 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.

14.1.2 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).

14.1.3 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.

14.1.4 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.

14.1.5 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.

14.1.6 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.

14.1.7 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 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. Dans ce contexte, le drapeau de la Ville de Carignan sera également mis en berne, tout comme ceux du Québec et du Canada.

15. Image de marque

15.1. 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, partenaire financier majeur sur infrastructure, partisan ou participant à toutes activités sportives, culturelles, sociales ou autres, est permise sur approbation de la Direction des communications.

15.2. Banque de photos

L'utilisation de photos permet de concrétiser l'image de marque de la Ville. Elles représentent le territoire et la communauté carignanoise dans sa diversité. La gestion de la banque de photos est sous la responsabilité du Service des communications.

15.3. Visibilité en lien avec 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.

15.4. Affichage de signalétique et entrées de ville

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 de la Ville .

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.

15.5. Affichage de 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 et les télévisions à affichage intérieur 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 caractère politique et/ou religieux n'y est diffusé.

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.

16. Gestion de crise et mesures d'urgence

Une communication efficace constitue un levier puissant de gestion lors d'une situation de mesures d'urgence. Son apport est essentiel avant, pendant et après l'événement. Il contribue directement à bien gérer les situations sensibles et à en minimiser l'impact.

En vertu du Plan de mesures d'urgence de la Ville de Carignan, la Direction du Service des communications dirige la mission communication à l'intérieur de l'organisation municipale de sécurité civile.

Par conséquent, les activités de communication interne, de relations de presse, de relations avec la collectivité et les sinistrés de même que la coordination des opérations de communication avec les partenaires et la revue de presse relèvent du Service des communications.

Celui-ci a un plan de mission lui permettant d'agir rapidement et efficacement en situation d'intervention.

Lors d'un déploiement, cet outil assure une coordination des activités de la mission communication et une répartition des tâches entre le personnel du Service des communications.

16.1.1 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.

17. 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 et préconiser l'impression sur du papier FSC 100 % postconsommation.