

Politique de communication

Direction des communications

8 juillet 2014

brossard.ca

 **brossard**

TABLE DES MATIÈRES

1.	MISE EN CONTEXTE	4
2.	OBJECTIFS	5
3.	FONDEMENTS	6
4.	PRINCIPES DIRECTEURS.....	7
5.	PUBLICS.....	8
5.1	Les publics internes	8
5.1.1	Les élus	8
5.1.2	Les employés.....	8
5.2	Les publics externes	8
5.2.1	Les organismes reconnus	8
5.2.2	Les fournisseurs.....	9
5.2.3	Les partenaires	9
6.	PARTAGE DES RESPONSABILITÉS	10
6.1	La Direction des communications.....	10
6.2	Le Cabinet du maire et les élus.....	10
6.3	La Direction générale	10
6.4	La Direction des ressources humaines	10
6.5	Les Services juridiques	10
6.6	Les autres directions	11
7.	COMMUNICATION INTERNE	12
7.1	Le journal des employés <i>Le Babillard</i>	12
7.2	La note de service	12
7.3	Les courriels aux employés	12
7.4	La signature de courriel.....	13
7.5	La papeterie.....	13
7.6	Les gabarits des documents de travail	14
7.7	Les objets promotionnels.....	14
7.8	Les activités de communication interne	14
8.	COMMUNICATION EXTERNE	15
8.1	L’approbation des documents avant diffusion	15
8.2	Les communiqués de presse	15
8.3	Le bulletin <i>Ma Ville</i>	15
8.3.1	Langue de communication	15
8.3.2	Contenu	15
8.3.3	Exactitude de l’information	16
8.4	Les brochures, dépliants, lettres diverses et autres publications.....	16

8.5	La signalisation interne et externe	16
8.6	L'affichage extérieur	16
8.7	L'affichage à l'intérieur de l'hôtel de ville et des autres bâtiments municipaux	17
8.8	Le site Internet	17
8.9	L'utilisation des médias sociaux	17
8.10	La publicité, les avis publics et les offres d'emploi.....	18
8.11	Les demandes de commandite	18
8.12	Les consultations publiques	18
8.13	Les envois postaux massifs.....	19
8.14	Les événements protocolaires.....	19
8.15	La remise de certificats d'honneur	19
8.15.1	Les drapeaux	19
8.15.2	Le Livre d'or	20
8.15.3	Les invitations aux élus	20
8.15.4	Les photographies	20
8.16	L'image de marque de la Ville	20
8.17	Langue de communication	20
8.18	Les pochettes des nouveaux résidents	21
8.19	Les sondages.....	21
9.	RELATIONS MÉDIAS.....	22
9.1	Porte-parole.....	22
9.2	Assemblées publiques.....	22
10.	MESURES D'URGENCE	23
10.1	L'utilisation du système d'alerte téléphonique	23
11.	ENTRÉE EN VIGUEUR DE LA PRÉSENTE POLITIQUE	24
	ANNEXE 1 : Lexique municipal	25
	ANNEXE 2 : Guide des normes graphiques de la Ville	26
	ANNEXE 3 : Normes d'application graphique des armoiries de Brossard	27

1. MISE EN CONTEXTE

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

La Ville est fière de se doter officiellement de cette première *Politique de communication* entérinée par le conseil municipal à sa séance du **8 juillet 2014** qui couvre l'ensemble des dimensions liées aux communications municipales.

La présente politique s'adresse non seulement à tous les employés (syndiqués et cadres) et aux élus, mais aussi aux partenaires, aux fournisseurs et aux médias.

Elle vise les principaux champs d'intervention que sont la communication interne, la communication externe, les relations avec les médias, les mesures d'urgence et l'application des normes graphiques. En effet, le *Guide des normes graphiques de la Ville de Brossard*, qui renferme l'ensemble des règles à suivre pour effectuer un usage approprié du logo et les normes à respecter pour la production des différents documents diffusés par la Ville, fait partie intégrante de cette politique. Sont également ajoutées en annexe les normes d'application des armoiries de la Ville.

S'appuyant sur un ensemble de principes directeurs, cette politique permet d'assurer la diffusion de messages efficaces et intégrés afin de véhiculer une image forte et cohérente de la Ville. Guidée par des valeurs de transparence et de rigueur, la Ville poursuivra ainsi sa mission en matière de communication, soit celle de transmettre aux citoyens une information régulière, accessible et à jour concernant les services et les grands projets de Brossard.

Cette politique s'avère un outil de travail précieux, et nous souhaitons ardemment qu'elle puisse servir de référence à tous les intervenants qui doivent, directement ou indirectement, entrer en contact avec les différents publics. Elle vient encadrer la façon de communiquer avec tous les partenaires (CMM, UMQ, agglomération, RTL, communautés d'affaires, organismes reconnus et gouvernement provincial et fédéral).

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

La Direction des communications est responsable de l'application et du respect de cette politique, et ce, toujours dans un seul but : mieux servir les Brossardois.

2. OBJECTIFS

La *Politique de communication* a été mise en place afin d'assurer une intégration et une harmonisation de l'ensemble des actions de la Ville en matière de communication. L'objectif est, bien entendu, d'améliorer l'efficacité, la coordination et la cohérence des activités de communication internes et externes tout en favorisant une meilleure circulation de l'information au sein de l'organisation (ascendante, descendante et latérale).

Les principaux objectifs sont de :

- coordonner la communication;
- harmoniser les activités de communication;
- favoriser la cohérence des messages;
- déterminer les responsabilités des intervenants;
- optimiser l'utilisation des ressources;
- améliorer la qualité des réponses aux citoyens et à tous ceux qui s'adressent à la Ville;
- conscientiser les représentants de la Ville au fait que la communication est la responsabilité de chacun.

La *Politique de communication* fait en sorte que la Ville demeure au diapason et à l'écoute des besoins de ses publics et reste centrée sur sa mission comme organisation publique.

3. FONDEMENTS

Treizième ville en importance au Québec par sa population, Brossard, en tant que grande organisation municipale, doit poursuivre son développement en intégrant la communication à sa culture organisationnelle. Dans ce contexte, l'élaboration du présent document prend appui sur les diverses politiques en vigueur :

- l'énoncé de mission de la Ville et de ses valeurs figurant dans la *Planification stratégique 2013-2030*;
- la *Politique de gestion contractuelle*;
- la *Politique de reconnaissance et de soutien aux organismes*;
- la *Politique de reconnaissance des employés*;
- la *Politique d'utilisation des actifs informationnels*;
- le *Code d'éthique des employés* et le *Code d'éthique des élus*;
- la *Charte de la langue française* du Québec.

Le succès d'une telle politique repose sur la promotion de ses objectifs et fondements auprès des publics concernés. Par ailleurs, chaque employé est appelé à jouer un rôle particulier dans la vie de l'organisation en respectant son image et son rayonnement et le bien-fondé de cette politique.

Enfin, le plan de communication annuel de la Ville, produit par la Direction des communications, et le *Guide des normes graphiques de la Ville de Brossard* sont des composantes incontournables de la mise en œuvre de la *Politique de communication*. Ils sous-tendent l'importance du développement d'une culture de communication et expriment les grandes orientations qu'entend suivre la Ville dans ses champs d'intervention à court et à moyen termes.

4. PRINCIPES DIRECTEURS

La communication est un instrument de promotion essentiel de la qualité des services auprès des citoyens. La présente politique favorise le déploiement d'une méthode de communication coordonnée et adéquate pour établir le lien entre l'administration municipale et ses publics, toujours en s'appuyant sur des principes respectueux de la mission et des valeurs de la Ville de Brossard.

Services aux citoyens et respect

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

Cohérence et complémentarité

La communication doit favoriser l'accès rapide à l'information et témoigner d'un grand souci de transparence. Elle doit être cohérente et complémentaire aux actions mises en place.

Objectivité et clarté

La communication de l'organisation doit reposer sur une perception claire et juste de la compréhension des faits et des enjeux. La Ville doit montrer de façon convaincante que son discours est fondé sur une analyse rigoureuse des faits et qu'elle est sensible aux besoins de ses publics internes et externes.

Professionalisme et leadership

En tout temps, la Ville doit démontrer un haut niveau de professionnalisme dans ses actions de communication tant sur les plans interne qu'externe. La Direction des communications doit faire preuve de leadership en ce sens, conformément aux valeurs que prônent l'organisation et les élus. Les employés sont des courroies de transmission et sont appelés à livrer une information juste et appropriée.

5. PUBLICS

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

Il est primordial de préciser les groupes visés par la présente politique et d'édicter les règles à suivre pour chacun.

5.1 Les publics internes

La présente politique s'adresse aux élus ainsi qu'à tous les employés.

En tant qu'ambassadeurs de la « marque Brossard », les employés, tout comme les élus, doivent appliquer les façons de faire les concernant qui sont mentionnées dans le présent document.

5.1.1 Les élus

La présente politique s'adresse aux membres du conseil municipal, qui sont les premiers représentants de la Ville auprès des citoyens.

Les élus doivent porter une attention particulière à leurs communications lorsqu'ils s'adressent, en personne ou par écrit, à un citoyen au nom de la Ville.

5.1.2 Les employés

Chaque employé qui travaille à la Ville et qui doit faire des représentations, tant au sein de l'organisation qu'à l'extérieur, devient un ambassadeur de Brossard.

Il revient à chaque employé de promouvoir l'organisation de façon positive et de présenter ses services en bonne et due forme. Il est de son devoir de signaler toute situation pouvant ternir la réputation de la Ville.

5.2 Les publics externes

Les citoyens sont les premiers bénéficiaires du respect de la présente politique, notamment en ce qui a trait à l'application de ses fondements basés sur la diffusion d'une information claire, transparente et à jour à l'égard des services de la Ville.

Tous les intervenants avec qui la Ville transige sont aussi concernés par cette politique.

5.2.1 Les organismes reconnus

Les organismes du milieu, entendus comme organismes reconnus par la Ville au titre de sa *Politique de reconnaissance et de soutien aux organismes*, traitent avec la Ville. Ils sont appelés à échanger avec divers représentants, dont principalement la Direction du loisir, de la culture et de la vie communautaire et, dans ce contexte, ils doivent être informés de la mise en application de la présente politique.

5.2.2 Les fournisseurs

La Ville établit des liens au quotidien avec plusieurs fournisseurs. Chaque contrat est accordé conformément à la *Politique de gestion contractuelle* ou adopté par le conseil municipal. Chaque fournisseur doit en respecter les règles. La Direction des communications est responsable de procurer aux fournisseurs les gabarits des documents de la Ville ainsi que de s'assurer de la bonne application des normes graphiques sur les différents produits.

5.2.3 Les partenaires

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

6. PARTAGE DES RESPONSABILITÉS

Plusieurs directions de l'organisation sont appelées, dans leurs activités courantes, à communiquer avec certains publics.

6.1 La Direction des communications

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

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

La Direction des communications est la porte d'entrée officielle des demandes médiatiques. Toutes les demandes autres qu'administratives ou de nature politique sont transférées au directeur du Cabinet du maire.

La Direction des communications est aussi la seule direction autorisée à établir des liens et à renseigner les élus sur divers sujets ou événements de la Ville, notamment à assurer leur présence à divers événements. Elle maintient un lien étroit avec le maire et le directeur du Cabinet pour la validation des messages à publier relativement aux orientations du conseil municipal.

6.2 Le Cabinet du maire et les élus

Le Cabinet du maire est composé d'un directeur et d'un secrétariat. Il conserve des liens étroits avec le maire et les élus et agit comme courroie de transmission entre ces derniers et la Direction générale. Dans les dossiers de nature politique, le maire ou le directeur du Cabinet traitent directement avec les médias.

6.3 La Direction générale

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

6.4 La Direction des ressources humaines

Cette direction est responsable de la transmission de l'information aux employés relativement à la rémunération, à la paie, aux relations de travail, à la formation et à la santé et sécurité au travail. La Direction des communications travaille en collaboration avec la Direction des ressources humaines dans divers projets concernant la communication interne.

6.5 Les services juridiques

La Direction des services juridiques est responsable de la préparation des documents pour la tenue des comités de planification et des assemblées du conseil municipal. Elle voit aussi à la publication des avis publics dans le journal local. La Direction des communications s'assure de rendre disponibles les documents publics sur le site Internet de la Ville.

6.6 Les autres directions

Toute direction sujette à établir des liens, de quelque façon que ce soit, avec les publics doit soumettre préalablement ses documents à la Direction des communications pour approbation.

7. COMMUNICATION INTERNE

Plusieurs outils sont actuellement en place au sein de l'organisation afin de transmettre de l'information aux employés. La Direction des communications et la Direction des ressources humaines sont les seules unités administratives autorisées à diffuser régulièrement des renseignements aux employés.

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

7.1 Le journal des employés *Le Babillard*

La Direction des communications voit à la production du journal interne des employés, en collaboration avec la Direction des ressources humaines. Publié six fois par année, *Le Babillard* est le principal outil de communication interne de la Ville. La Direction des communications rédige le contenu, assure sa mise en page et le diffuse par courriel aux employés.

Les sujets abordés sont ceux qui concernent les employés (nominations, portrait d'une direction, présentation d'un projet spécial ou d'envergure, réussite d'une équipe de travail dans un projet, rappel des nouveaux règlements adoptés par le conseil municipal, etc.).

7.2 La note de service

La note de service est le document officiel établi à l'interne qui doit être utilisé par les directeurs pour communiquer officiellement avec le directeur général. Selon la nature de l'information transmise (avancement d'un projet, décision à prendre, budget, etc.), la note de service peut accompagner un dossier et être présentée à certains comités du conseil municipal.

La Direction des communications voit à la mise à jour du modèle de la note de service et rend son gabarit disponible auprès de l'ensemble des directions.

7.3 Les courriels aux employés

La Direction des communications est mandatée pour transmettre des messages à l'ensemble des employés par courriel, qu'il s'agisse d'une information ponctuelle sur un sujet d'actualité ou à caractère socio-récréatif.

La seule autre direction autorisée à transmettre des courriels aux employés est la Direction des ressources humaines. Elle fait parvenir aux employés l'affichage des postes, l'annonce des nouvelles embauches, les départs, les avis de décès, les avis de naissance, les directives, les procédures organisationnelles, etc.

Le directeur général peut également s'adresser directement aux employés par l'envoi électronique d'une note de service.

7.4 La signature de courriel

Tous les employés doivent utiliser la signature de courriel type de la Ville. Cette dernière doit obligatoirement être intégrée au courriel et apparaître au bas de chaque message diffusé à l'interne comme à l'externe. Aucune autre signature de courriel ne peut être utilisée par les employés.

La signature comprend, dans l'ordre, le nom de l'employé (en gras), son titre, sa direction et ses coordonnées téléphoniques à la Ville, dans la police Tahoma, en 10 points et en noir. Le logo ainsi que les coordonnées postales de l'hôtel de ville doivent aussi y figurer. Enfin, la mention concernant le respect de l'environnement fait aussi partie de la signature.

Exemple de signature de courriel pour les employés

Jean Untel
Directeur
Direction des communications
Tél. : 450 923-6304, poste 6355

 **brossard**
Hôtel de ville
2001, boul. de Rome
Brossard (Québec) J4W 3K5



Avant d'imprimer, pensez à l'environnement!

Les élus doivent aussi utiliser ce modèle de signature lorsqu'ils s'adressent à un citoyen, à un organisme ou à un partenaire à titre de conseillers municipaux de la Ville. Les élus ne peuvent utiliser le logo ou le nom du parti politique auquel ils appartiennent dans leurs communications électroniques lorsqu'ils utilisent l'adresse courriel de la Ville. Ils ne peuvent utiliser le logo de la Ville à des fins partisans.

7.5 La papeterie

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

- le papier en-tête (format papier et électronique);
- les enveloppes;
- les pochettes institutionnelles;
- les cartes professionnelles.

Il est de la responsabilité de chaque direction de procéder elle-même à la commande de sa papeterie et de voir à ses besoins (quantités, noms des employés sur les cartes professionnelles, etc.), et ce, directement auprès du Service des approvisionnements. Chaque direction doit soumettre à la Direction des communications tout projet d'impression de papeterie afin qu'elle en valide le contenu et la disposition des éléments qui y figurent.

7.6 Les gabarits des documents de travail

La Direction des communications rend disponibles, aux endroits désignés, les gabarits officiels des documents de travail à utiliser par tous les employés. Les gabarits officiels comprennent entre autres :

- le papier en-tête;
- la page frontispice de la télécopie;
- la note de service;
- la présentation PowerPoint;
- le modèle de politique administrative;
- le procès-verbal;
- l'ordre du jour d'une réunion.

Le rôle de la Direction des communications est de s'assurer d'une utilisation adéquate et harmonisée de ces documents par l'ensemble des directions.

7.7 Les objets promotionnels

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

La liste des objets promotionnels de la Ville comprend notamment :

- les épinglettes du logo de la Ville;
- les épinglettes des armoiries;
- les stylos;
- les blocs-notes;
- les tasses;
- les casquettes;
- le drapeau de la Ville.

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

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

7.8 Les activités de communication interne

La Direction des ressources humaines est responsable de l'organisation des activités pour les employés. Elle voit à la logistique des événements annuels auxquels tous les employés sont invités, soit :

- le barbecue des employés (en juin);
- la soirée de Noël des employés (en décembre).

Cette liste n'est pas limitative.

De plus, la Direction des ressources humaines organise des journées d'accueil pour les nouveaux employés, elle produit le *Guide du nouvel employé* et elle voit à souligner les anniversaires de service des employés conformément à la *Politique de reconnaissance des employés*.

La Direction des communications soutient la Direction des ressources humaines dans la réalisation de ces activités.

8. COMMUNICATION EXTERNE

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

8.1 L'approbation des documents avant diffusion

Tout document d'information (communiqué, note de service, lettre, dépliant, texte du site Internet, etc.) qui doit faire l'objet d'une diffusion auprès des différents publics, qu'ils soient internes ou externes, doit recevoir l'approbation du directeur des communications ou, en son absence, du chef de service, Communications.

8.2 Les communiqués de presse

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

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

Aucune autre direction n'est autorisée à diffuser des communiqués de presse directement auprès des médias.

8.3 Le bulletin *Ma Ville*

Le bulletin *Ma Ville* est l'outil d'information officiel de la Ville de Brossard destiné aux citoyens. Il est publié quatre fois par année (été, automne, hiver, printemps) et est distribué dans chaque foyer. La Direction des communications est responsable de la conception, du contenu et de la diffusion du bulletin.

8.3.1 Langue de communication

Le bulletin et les contenus sont principalement rédigés en français, conformément à la *Charte de la langue française* du Québec. Cependant, il tient compte de la diversité culturelle de la population et inclut un condensé en anglais des principales nouvelles. Le bulletin ne sera pas publié dans une langue autre que le français et l'anglais.

8.3.2 Contenu

Le bulletin présente à ses lecteurs des articles courts avec photos, axés sur les services aux citoyens.

Le contenu vise plus particulièrement à faire connaître les services, les bénéfiques et l'incidence des décisions et projets sur la vie quotidienne des citoyens de Brossard. Le bulletin présente le mot du maire ainsi que les renseignements pertinents que les citoyens doivent connaître afin de bien respecter la réglementation municipale. Il traite aussi, sous forme de courts reportages, de sujets touchant la vie municipale.

8.3.3 Exactitude de l'information

Chaque unité administrative fournissant des textes, par l'entremise de son collaborateur désigné, est responsable de la validation finale des renseignements techniques et réglementaires.

8.4 Les brochures, dépliants, lettres diverses et autres publications

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

Le contenu de ces documents est élaboré conjointement par la direction qui veut faire produire le document et la Direction des communications. Un employé de la Direction des communications est attiré au dossier et voit à produire le texte final ainsi que la maquette du document destiné à l'impression. La distribution du matériel est sous la responsabilité de la direction qui a fait la demande.

Afin qu'un plan de communication soit mis en œuvre, il est de la responsabilité de chacun des services demandeurs de s'assurer que le projet qu'il soumet est autorisé par la Direction générale et, ensuite, par le comité de planification. **Sans ces autorisations, la Direction des communications ne peut commencer les travaux menant à la réalisation des activités de communication dudit projet.**

8.5 La signalisation interne et externe

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

Aucune signalisation ni aucun affichage ne peuvent être installés à l'hôtel de ville, dans les bâtiments municipaux ou sur le territoire sans l'autorisation de la Direction des communications. Toute demande doit être soumise à la Direction des communications.

8.6 L'affichage extérieur

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

Aucun organisme partenaire n'est autorisé à utiliser les structures d'affichage et les panneaux à messages variables de la Ville pour faire la promotion de ses activités.

L'affichage vise à informer les citoyens des activités à venir. Il sert aussi à prévenir les citoyens de toute situation d'urgence décrétée par la Ville.

Sont inclus dans ce type d'affichage : les oriflammes saisonnières, les colonnes « Astral », les panneaux de polypropylène ondulé de type Coroplast, les panneaux à messages variables et les structures d'affichage fixes.

Aucun affichage extérieur visant à promouvoir les activités de la Ville ne peut être installé ou autorisé par une autre direction que celle des communications.

8.7 L'affichage à l'intérieur de l'hôtel de ville et des autres bâtiments municipaux

L'affichage promotionnel des événements (affiches, écrans, etc.) autres que ceux de la Ville est interdit dans les bâtiments municipaux sans l'autorisation de la Direction des communications. Seule la Ville se réserve le droit d'y afficher ses événements.

Toutefois, un organisme reconnu désirant afficher exceptionnellement la tenue d'un événement (spectacle, collecte de fonds, salon, etc.) doit obtenir l'aval de la Direction des communications. Cette dernière apposera sur les affiches une autorisation qui indiquera la date de début et de fin d'affichage.

Sauf exception, aucune affiche dont la grandeur est supérieure à 28 cm x 43 cm (11 po X 17 po) ne pourra être installée. Un endroit d'affichage a été spécialement prévu à cet effet dans le hall mitoyen séparant l'hôtel de ville et la bibliothèque.

Tout affichage qui n'aura pas été autorisé ou toute affiche qui ne sera pas installée aux endroits prévus sera retirée.

Il en est de même pour les dépliants promotionnels. Le dépôt de dépliants dans les présentoirs devra avoir été autorisé par la Direction des communications.

8.8 Le site internet

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

Le contenu, la présentation visuelle et la mise à jour régulière du site sont sous l'entière responsabilité de la Direction des communications. Les différents services de la Ville fournissent l'information qu'ils veulent voir apparaître sur le site. Ils doivent s'assurer que l'information soumise est exacte, à jour et pertinente. La Direction des communications est responsable de la révision et de l'intégration des textes qui lui sont soumis.

La gestion du contenu de la page d'accueil est assurée par la Direction des communications, qui juge des sujets et des événements devant être présentés sur la page frontispice du site.

8.9 L'utilisation des médias sociaux

Les éléments présentés ci-dessous se réfèrent à la *Politique d'utilisation des actifs informationnels* de la Ville en vigueur, et plus précisément au point 5.6 qui concerne le code d'utilisation des médias sociaux.

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

Aucun employé n'est autorisé à diffuser des messages au nom de la Ville sur ces réseaux. Tout autre employé qui souhaiterait le faire doit d'abord obtenir les autorisations nécessaires.

Tant dans le cadre de ses fonctions que dans sa vie personnelle, l'employé doit faire usage des médias sociaux conformément aux lois et aux règlements applicables, en se conformant à ses obligations de loyauté et de confidentialité à l'égard de son employeur ainsi que dans le

respect d'autrui et de manière à contribuer au maintien d'un milieu de travail sain, exempt de discrimination, de diffamation ou de harcèlement.

L'employé qui s'engage dans toute discussion concernant la Ville est responsable des commentaires et opinions formulées, et s'expose à toute conséquence pouvant en découler.

La Direction de la bibliothèque gère ses contenus sur les réseaux sociaux auxquels elle est abonnée. Elle n'y affiche aucun message institutionnel. Les messages transmis concernent uniquement les services et les activités de la bibliothèque.

8.10 La publicité, les avis publics et les offres d'emploi

Seule la Direction des communications est autorisée à effectuer des achats publicitaires dans les journaux et dans les médias électroniques. Elle dispose, à cet effet, des budgets nécessaires afin de répondre aux nombreux besoins des services de la Ville.

La publicité est notamment utilisée pour faire la promotion d'un événement organisé par la Ville, pour faire connaître une mesure administrative ou pour offrir des souhaits à l'occasion d'un jour férié ou d'une fête.

La publicité peut aussi être utilisée dans le cas d'une situation d'alerte et, dans ce contexte, elle est élaborée en collaboration avec le coordonnateur des mesures d'urgence.

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

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

Seuls les offres d'emploi et les avis publics peuvent être transmis par les directions mandataires aux journaux locaux. Ces documents doivent respecter les normes graphiques.

8.11 Les demandes de commandite

Les organismes, associations, organisations ou groupes désirant obtenir un soutien financier ou matériel de la part de la Ville pour un événement doivent en faire la demande auprès du Cabinet du maire. Si cette demande est acceptée, la Direction des communications en assurera par la suite le suivi (logo, mot du maire dans le programme, etc.).

8.12 Les consultations publiques

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

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

8.13 Les envois postaux massifs

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

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

8.14 Les événements protocolaires

La Direction des communications assume la responsabilité de l'organisation de tous les événements protocolaires impliquant la participation d'un ou des élus. Toute demande doit être acheminée à la Direction des communications.

Réservation de salles, décoration, logistique technique (son, éclairage, photos et présentations PowerPoint), discours, nourriture et boissons sont sous la responsabilité de la Direction des communications.

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

8.15 La remise de certificats d'honneur

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

8.15.1 Les drapeaux

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

Les demandes provenant de différentes organisations pour l'installation d'un drapeau afin de soutenir une cause ou un événement ne sont pas acceptées.

La Direction des communications avise les responsables de la Direction des travaux publics afin de procéder à la mise en berne.

À noter que le drapeau de la Ville peut être vendu à un organisme ou à un individu uniquement avec l'autorisation de la Direction des communications. Le prix de vente est fixé par règlement de tarification.

8.15.2 Le Livre d'or

Toute personne qui fait l'objet d'une reconnaissance de la part de la Ville (certificat d'honneur, Ordre du mérite, Gala des bénévoles, etc.) est invitée à apposer sa signature dans le Livre d'or de la Ville. Habituellement, une photo en compagnie d'un ou des élus est prise au moment de la signature. C'est la Direction des communications qui voit à la logistique entourant cette procédure.

8.15.3 Les invitations aux élus

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

8.15.4 Les photographies

La Direction des communications assume la gestion de la banque de photos de la Ville. Elle est responsable des désignations et du classement des différentes photos qui sont prises lors d'événements ou à la suite d'une affectation particulière (photos de bâtiments, de parcs, d'installations, etc.).

8.16 L'image de marque de la Ville

Le respect des normes graphiques de la Ville est essentiel au maintien d'une image forte et cohérente. À cet égard, la Direction des communications s'assure du respect des normes et a élaboré un guide en matière de communications imprimées, internes et externes, que tous les employés se doivent de suivre.

Ce guide, annexé à la présente politique, contient notamment les règles à observer en ce qui concerne l'utilisation du logo de la Ville et des armoiries. Il est important de noter que les armoiries sont utilisées uniquement pour la papeterie du bureau du maire ou des élus. Les armoiries peuvent aussi être utilisées pour faire la promotion d'un événement avec l'autorisation du conseil municipal.

8.17 Langue de communication

La Ville de Brossard n'est pas une ville à statut bilingue. En conséquence, afin de respecter la *Charte de la langue française* du Québec, les communications entre la Ville et ses citoyens se font uniquement en français, à l'exception du site Internet et du bulletin *Ma Ville*, qui comprennent une portion d'information en anglais. Cependant, tout citoyen qui veut obtenir la version anglaise d'un document distribué par la Ville peut en faire la demande. La Ville remettra alors au citoyen le document traduit dans sa version Word uniquement, sans montage graphique.

8.18 Les pochettes des nouveaux résidents

La Ville prépare annuellement des centaines de pochettes pour ses nouveaux résidents. Elles contiennent une foule de renseignements sur les services de la Ville (bulletin *Ma Ville*, calendrier des matières résiduelles, etc.). Le contenu de cette pochette est strictement réservé à l'usage de la Ville. Aucun organisme, établissement, commerce ou organisation ne peut y insérer de la documentation.

8.19 Les sondages

Tout sondage effectué pour le compte de la Ville ou l'une des directions administratives doit être approuvé, au préalable, par le comité de planification et la Direction générale. La Direction des communications doit être consultée et apporte son soutien en vue du bon déroulement du sondage.

9. RELATIONS MÉDIAS

La Direction des communications est la seule direction responsable des relations avec les médias (imprimés, électroniques, régionaux ou nationaux). Toutes les demandes d'information provenant des journalistes doivent être acheminées au directeur des communications ou, en son absence, au chef de service communications. La Direction des communications est la seule porte d'entrée pour la réception des demandes médiatiques.

Les demandes de nature administrative sont traitées par la Direction des communications, tandis que celles de nature politique sont acheminées directement au Cabinet du maire.

Par ailleurs, aucune direction n'est autorisée à diffuser des communiqués de presse directement auprès des médias sans l'autorisation de la Direction des communications.

C'est aussi la Direction des communications qui suggère et organise les conférences de presse et qui est responsable de la diffusion des communiqués de presse officiels.

9.1 Porte-parole

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

En tant que membre du conseil municipal, chaque conseiller possède le privilège de faire des déclarations. Toutefois, ces interventions sont faites en son nom personnel aussi longtemps qu'il n'a pas reçu le mandat officiel du maire de parler au nom des membres du conseil municipal et/ou de la Ville.

L'autre porte-parole de la Ville est le directeur des communications (ou, en son absence, le chef de service, Communications).

Aucun employé (cadre ou syndiqué) ne doit interagir directement avec les journalistes, à moins de le faire avec l'accord et sous la supervision de la Direction des communications.

9.2 Assemblées publiques

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

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

La webdiffusion des séances du conseil municipal est disponible en direct sur le site Internet de la Ville et elle est assurée par la Direction des communications.

10. MESURES D'URGENCE

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

Les moyens utilisés sont les suivants :

- transmission d'un message aux citoyens par l'entremise du système d'alerte téléphonique;
- diffusion de l'information sur le site Internet de la Ville et sur le réseau social Twitter;
- installation de panneaux d'information sur les structures fixes (entrées de la ville et des secteurs);
- mise à jour de l'information sur la réception téléphonique automatisée de la Ville;
- diffusion d'information sur les panneaux à messages variables et les écrans dans les bâtiments;
- diffusion de messages radiophoniques sur les ondes de 103,3 FM;
- envoi d'un communiqué aux médias de la municipalité et de la région métropolitaine (radio, télé, médias imprimés).

La responsabilité d'informer les autorités (police, incendie, MDDEFP, etc.) incombe aux directions responsables d'un projet, généralement les Directions du génie et des travaux publics (p. ex. : fermeture d'une rue, bris d'une canalisation, démolition, etc.).

Il est à noter qu'une procédure complète de communication en temps d'alerte ou d'urgence figure dans le plan global de sécurité civile de la Ville.

10.1 L'utilisation du système d'alerte téléphonique

Le système d'alerte permet de transmettre un message téléphonique enregistré aux citoyens touchés par une alerte en quelques heures seulement. La Direction des communications est la seule unité administrative autorisée à utiliser ce système et à procéder à l'envoi d'un message aux citoyens.

L'utilisation du système et le contenu du message à envoyer doivent être préalablement validés par la Direction générale à chaque fois, chaque situation étant unique. Seuls les postes informatiques de l'équipe des communications permettent l'utilisation du système.

11. ENTRÉE EN VIGUEUR DE LA PRÉSENTE POLITIQUE

La présente politique entre en vigueur le jour de son adoption par le conseil municipal lors de l'assemblée du **8 juillet 2014**.

ANNEXE 1 : Lexique municipal

« hôtel de ville »

Le mot « hôtel de ville » prend des majuscules s'il désigne l'autorité ou l'administration municipale ; il s'écrit en minuscules s'il s'agit du bâtiment.

*Ex. : Une décision de l'Hôtel de ville
Passer devant l'hôtel de ville
L'hôtel de ville de Brossard est situé au 2001, boulevard de Rome.*

« Ville »

Le mot « ville » s'écrit entièrement en minuscules au sens d'agglomération plus ou moins importante, caractérisée par un habitat concentré, dont les activités sont axées sur l'industrie, le commerce, les services, etc. (au sens du territoire).

*Ex. : Brossard est une ville dynamique.
La ville de Brossard est située en bordure du fleuve.*

Lorsqu'il s'agit de la réalité administrative, de l'administration municipale, qui est considérée comme une personne morale, le mot « ville » prend une majuscule.

*Ex. : La Ville de Brossard a appuyé le ministre dans cette décision.
Il a posé sa candidature pour travailler à la Ville de Brossard.*

« Conseil municipal »

S'il s'agit d'un groupe de personnes formé à l'intérieur d'une société ou d'un organisme pour participer à sa gestion (conseil, conseil de direction, conseil d'administration, conseil municipal, etc.), le mot « conseil » ne prend pas de majuscule.

*Ex. : La dernière réunion du conseil municipal s'est tenue en décembre.
Le conseil municipal de Brossard tient une assemblée publique tous les mois.*

« bâtiment »

Lorsqu'un bâtiment, un monument ou un lieu public porte un nom particulier à caractère évocateur (donc différent du nom habituel du type de bâtiment ou de lieu en question) et qu'il s'agit d'un nom simple, celui-ci est considéré comme un nom propre et prend la majuscule.

*Ex. : le Biodôme
la Ronde*

Lorsqu'une dénomination est composée d'un nom commun générique et d'un nom propre ou d'un complément déterminatif qui joue le rôle de spécifique, le générique garde en principe la minuscule; les principaux éléments du spécifique sont liés par des traits d'union. Certaines appellations consacrées dérogent toutefois de ces règles.

*Ex. : la galerie Renée-Blain
le centre socioculturel de Brossard
l'aréna Michel-Normandin*

Source : *Le français au bureau*, Office de la langue française, Québec, Les Publications du Québec, sixième édition, 2006, 754 p.

ANNEXE 2 : Guide des normes graphiques de la Ville

ANNEXE 3 : Normes d'application graphique des armoiries de Brossard