

POLITIQUE DE COMMUNICATION



Adoptée le 14 décembre 2016
Mise à jour le 10 mars 2021

TABLE DES MATIERES

| | | |
|--------|--|---|
| 1. | CONTEXTE | 1 |
| 1.1. | DÉMARCHE | 1 |
| 1.2. | MISSION ET VALEURS DE LA MRC..... | 1 |
| 1.3. | BUT ET OBJECTIFS DE LA POLITIQUE DE COMMUNICATION..... | 2 |
| 2. | RESPONSABILITÉS DES INTERVENANTS EN COMMUNICATION | 2 |
| 2.1. | PRÉFECTURE | 2 |
| 2.2. | MEMBRES DU CONSEIL DE LA MRC..... | 2 |
| 2.3. | DIRECTEUR GÉNÉRAL | 2 |
| 2.4. | RESPONSABLE DES COMMUNICATIONS | 2 |
| 2.5. | DIRECTEURS DE SERVICE ET EMPLOYÉS | 3 |
| 2.6. | COMITÉ DE COMMUNICATION..... | 3 |
| 2.7. | SECRÉTAIRE-ADMINISTRATIVE..... | 3 |
| 3. | COMMUNICATIONS INTERNES | 3 |
| 3.1. | COMMUNICATIONS INTERNES CONCERNANT LES EMPLOYÉS | 3 |
| 3.1.1. | Comité de gestion | 3 |
| 3.1.2. | Rencontres de service | 3 |
| 3.1.3. | Babillards pour affichage interne | 3 |
| 3.1.4. | Guide des employés | 4 |
| 3.1.5. | Courrier électronique | 4 |
| 3.1.6. | Banque de photographies..... | 4 |
| 3.1.7. | Plan d'intervention en situation de crise interne | 4 |
| 3.2. | COMMUNICATIONS INTERNES CONCERNANT LE CONSEIL DE LA MRC, LE COMITÉ ADMINISTRATIF ET AUTRES COMITÉS | 4 |
| 4. | COMMUNICATIONS EXTERNES | 4 |
| 4.1. | SUJETS POUVANT FAIRE L'OBJET D'UNE COMMUNICATION EXTERNE (PUBLIQUE) | 4 |
| 4.2. | LOGOS | 5 |
| 4.3. | PAPETERIE ET NORMES DOCUMENTAIRES | 5 |
| 4.4. | SITES INTERNET..... | 5 |
| 4.4.1. | Site Internet de la MRC de La Matapédia | 5 |
| 4.4.2. | Site Internet de l'Écoterritoire habité de La Matapédia..... | 5 |
| 4.4.3. | Site Internet la Vitrine matapédiennne..... | 6 |
| 4.4.4. | Infolettre | 6 |
| 4.5. | MÉDIAS SOCIAUX | 6 |
| 4.5.1. | Gestion des médias sociaux | 6 |
| 4.5.2. | Pages Facebook | 6 |
| 4.5.3. | Chaîne YouTube | 7 |
| 4.5.4. | Autres médias sociaux..... | 7 |
| 4.6. | OUTILS DE VISIBILITÉ ET DE PROMOTION | 7 |
| 4.6.1. | Politique de visibilité..... | 7 |
| 4.6.2. | Représentation à des événements et activités..... | 7 |
| 4.6.3. | Publicité promotionnelle | 7 |

| | |
|---|-----------|
| 4.6.4. Outils promotionnels | 7 |
| 4.6.5. Matériel d'exposition..... | 7 |
| 4.6.6. Allocutions et conférences de la MRC..... | 8 |
| 4.6.7. Cartes de félicitations, motions, remerciements et de sympathies | 8 |
| 4.7. OUTILS DE PRESSE..... | 8 |
| 4.7.1. Communiqués de presse | 8 |
| 4.7.2. Conférences de presse | 8 |
| 4.7.3. Entrevues avec les médias..... | 8 |
| 4.7.4. Points de presse | 8 |
| 4.8. INFORMATION AUX CITOYENS | 9 |
| 4.8.1. Avis publics | 9 |
| 4.8.2. Consultation (consultations publiques, sondages, référendums et enquêtes maison) | 9 |
| 4.8.3. Approche des citoyens par les employés de la MRC | 9 |
| 4.8.4. Messages téléphoniques..... | 9 |
| 4.9. DEMANDES D'ACCÈS AUX DOCUMENTS ET PROTECTION DES RENSEIGNEMENTS PERSONNELS | 9 |
| ANNEXE 1 | 10 |
| OUTILS DE COMMUNICATIONS, RESPONSABLES, SUBSTITUS ET COLLABORATEURS..... | 10 |
| Outils de communications | 10 |
| Responsable | 10 |
| Substituts / collaborateurs..... | 10 |

1. CONTEXTE

1.1. DÉMARCHE

En 2016, la MRC de La Matapédia a réalisé une importante démarche pour actualiser sa mission, définir ses valeurs et se doter d'une politique et d'un plan de communication en lien avec celles-ci. Après trois années d'application, la politique de communication de la MRC nécessite une mise à jour. Si la mission et valeurs de la MRC doivent perdurer à long terme dans la vie d'une organisation, les objectifs poursuivis et les moyens mis en place en termes de communication doivent mieux s'arrimer aux réalités de la MRC. Le comité communication de la MRC a donc procédé à une analyse de la politique de communication de la MRC et soumis des recommandations au conseil de la MRC. La présente version a été entérinée par **résolution du conseil de la MRC le [date] 2021**.

1.2. MISSION ET VALEURS DE LA MRC

SOUKIEUSE DE L'AMÉLIORATION DE LA QUALITÉ DE VIE DES MATAPÉDIENNES ET MATAPÉDIENS, LA MRC DE LA MATAPÉDIA A POUR MISSION DE GUIDER L'AMÉNAGEMENT ET LE DÉVELOPPEMENT DURABLE DU TERRITOIRE ET DE LA COLLECTIVITÉ QUI L'HABITE, DE DÉPLOYER DES SERVICES DE QUALITÉ POUR LES MUNICIPALITÉS LOCALES, D'ASSURER LA SÉCURITÉ DES BIENS ET DES PERSONNES, D'ANIMER LA CONCERTATION AUPRÈS DES ORGANISMES PARTENAIRES AFIN DE RELEVER SOLIDAIREMENT LES DÉFIS DU DÉVELOPPEMENT ET DE REPRÉSENTER LES INTÉRÊTS DES MATAPÉDIENNES ET DES MATAPÉDIENS AUPRÈS DES DIFFÉRENTES INSTANCES POLITIQUES.

Les valeurs qui guident la MRC dans la réalisation de sa mission sont :

L'ESPRIT DE COLLABORATION ET LA SOLIDARITÉ ; qui se caractérisent, entre les employés, par une dynamique de travail basée sur l'entraide et la complémentarité interservices et, pour le conseil de la MRC, par une volonté de décider et d'agir en concertation pour le bien commun de La Matapédia.

LA TRANSPARENCE ; qui se traduit par des communications internes et externes plus fréquentes et une approche de communications renouvelée auprès de la population, des municipalités et des organismes partenaires afin de mieux faire connaître la raison d'être de la MRC et ses nombreuses réalisations.

L'ÉCOUTE ET L'OUVERTURE D'ESPRIT ; qui permettent d'être à l'écoute constante des besoins des différents partenaires de la MRC et de démontrer une préoccupation sensible aux idées d'autrui.

LE LEADERSHIP ; qui se manifeste par la place d'avant-plan qu'occupe la MRC de La Matapédia dans l'aménagement et le développement durable de son territoire et sa capacité à trouver des solutions innovantes pour relever les défis de la redynamisation du milieu.

L'ÉQUITÉ ; qui se manifeste dans l'offre de services aux municipalités locales ainsi que la prise de décision sur le plan régional et la gestion des ressources humaines.

LA COMPÉTENCE ET LE PROFESSIONNALISME ; qui se manifestent par le travail d'employés dévoués et bien formés et d'une équipe d'élus impliqués et dont les décisions, les actions et le discours sont cohérents avec la mission, les valeurs et les mandats de la MRC.

1.3. BUT ET OBJECTIFS DE LA POLITIQUE DE COMMUNICATION

La présente politique a pour but d'encadrer et d'uniformiser les communications internes et externes de la MRC de La Matapédia. Plus précisément, elle a pour objectifs :

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

2. RESPONSABILITÉS DES INTERVENANTS EN COMMUNICATION

2.1. PRÉFECTURE

En termes de relations publiques, le préfet est le premier représentant de la MRC et, en ce sens, il fait les déclarations relatives aux affaires de la MRC. Le préfet peut s'exprimer au nom du conseil de la MRC ou en son nom personnel. En cas d'empêchement, il désigne le préfet-suppléant pour agir à sa place. Après consultation, certains employés peuvent aussi agir en remplacement du préfet pour certains sujets.

2.2. MEMBRES DU CONSEIL DE LA MRC

Les membres du conseil de la MRC peuvent faire toute déclaration concernant les décisions prises par le conseil de la MRC, et ce dans un souci de loyauté en regard de la position de la MRC.

2.3. DIRECTEUR GÉNÉRAL

Le directeur général peut faire certaines déclarations publiques au nom de la MRC. À titre de gestionnaire des ressources humaines, le directeur général est aussi responsable des communications internes de la MRC et supervise le responsable des communications dans ses fonctions.

2.4. RESPONSABLE DES COMMUNICATIONS

Le responsable des communications coordonne, en collaboration avec les différents services, les activités de communications internes et externes et s'assure de l'application de la politique de communications de la MRC et du plan de communications annuel qui en découle. Il agit à titre de personne-ressource auprès du préfet et des employés de la MRC pour toute question relative aux communications. Enfin, il tient un registre des droits d'accès aux différents outils médiatiques de la MRC. Le secrétaire adjoint agit à titre de responsable des communications.

2.5. DIRECTEURS DE SERVICE ET EMPLOYÉS

Les directeurs de service et les employés de la MRC, par leur expertise, peuvent être amenés à répondre à certaines requêtes des médias. Dans un tel cas, les employés doivent informer le responsable des communications des interventions réalisées auprès des médias.

2.6. COMITÉ DE COMMUNICATION

Le comité de communication est constitué par résolution de la MRC et composé de membres du conseil de la MRC et d'employés. Parmi ses mandats, il adresse des recommandations au conseil de la MRC en matière de communications internes et externes, recommande le plan de communication et en dresse le bilan. C'est le responsable des communications qui coordonne les travaux du comité.

2.7. SECRÉTAIRE-ADMINISTRATIVE

La secrétaire-administrative s'assure entre autres de l'uniformité et de la qualité des documents externes produits par la MRC dans le respect des normes documentaires établies par la MRC.

3. COMMUNICATIONS INTERNES

3.1. COMMUNICATIONS INTERNES CONCERNANT LES EMPLOYÉS

3.1.1. Comité de gestion

Les rencontres du comité de gestion regroupent l'ensemble des employés cadres de la MRC. Les rencontres visent entre autres à partager les dossiers en cours dans les différents services et à assurer un suivi sur des tâches communes à réaliser en matière de gestion administrative ou des ressources humaines. On y traite aussi des principaux dossiers menés par la MRC. La planification des rencontres du comité de gestion est sous la responsabilité du directeur général.

3.1.2. Rencontres de service

Les rencontres de service visent entre autres à transmettre des renseignements d'ordre administratif, à dresser l'état d'avancement du plan d'action, à discuter des dossiers prioritaires, à permettre la discussion et l'échange d'expertise entre collègues et à améliorer le fonctionnement des services. La planification des rencontres de service est sous la responsabilité des directeurs de service.

3.1.3. Babillards pour affichage interne

La MRC dispose de babillards accessibles et visibles pour des fins d'affichage interne (offres d'emploi, avis aux employés, convocation, etc.). Ces babillards sont situés à la salle à dîner du centre administratif et à la caserne numéro 1 d'Amqui.

3.1.4. Guide des employés

Le Guide des employés se retrouve sur le répertoire « Commun » du serveur informatique de la MRC et est accessible à tous les employés. Il comprend les procédures d'accueil d'un nouvel employé et tous les documents pertinents tels les directives, les politiques, le code d'éthique, etc. La mise à jour du guide de l'employé est sous la responsabilité du secrétaire adjoint, en collaboration avec le directeur général.

3.1.5. Courrier électronique

Chaque employé possède une adresse de courrier électronique pour des fins dédiées exclusivement au travail. Le courriel comprend une signature propre à chacun des services.

3.1.6. Banque de photographies

Les photos que la MRC possède doivent être utilisées exclusivement par le personnel. La MRC s'assure du respect des droits d'auteurs, de l'utilisation et la durée de vie de la banque de photos.

3.1.7. Plan d'intervention en situation de crise interne

La mise en place d'un plan d'intervention en situation de crise interne est sous la responsabilité du directeur général. Ce plan permet d'encadrer les relations médiatiques lors de situations nécessitant une approche particulière auprès du personnel (ex. : décès d'un employé, accident de travail, climat de travail, etc.).

3.2. COMMUNICATIONS INTERNES CONCERNANT LE CONSEIL DE LA MRC, LE COMITÉ ADMINISTRATIF ET LES AUTRES COMITÉS

Les communications internes concernant le conseil de la MRC, le comité administratif et les comités de la MRC sont régies par résolutions et règlements. Ceux-ci précisent entre autres les règles concernant la préparation et le fonctionnement des séances du conseil de la MRC, du comité administratif et des autres comités de la MRC.

4. COMMUNICATIONS EXTERNES

4.1. SUJETS POUVANT FAIRE L'OBJET D'UNE COMMUNICATION EXTERNE (PUBLIQUE)

Les sujets pouvant faire l'objet de communications externes sont les suivants :

- Le fonctionnement de la MRC ;
- Les services ;
- Les décisions du conseil ou une prise de position;
- Les activités et projets ;

- Les programmes d'aide ;
- Les situations d'urgence ;
- Tout autre sujet d'ordre public.

4.2. LOGOS

La MRC dispose de certains logos pour des fins corporatives, d'identification ou de promotion de promotion, tels :

- Logo de la MRC de La Matapédia : Ce logo fait l'objet d'un cahier des normes graphiques et de procédures d'utilisation ;
- Signatures de service : Les signatures de service sont utilisées par les employés exclusivement pour les courriels et les cartes d'affaires. Pour toute autre communication externe ou pour des fins promotionnelles, le logo de la MRC prévaut ;
- Logo de l'Écoterritoire habité de La Matapédia : Le logo de l'Écoterritoire habité de La Matapédia est enregistré comme marque officielle auprès de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada et fait l'objet d'un cahier de charge complet qui en précise l'usage ;
- Signature « La Matapédia » : Cette signature est utilisée à des fins de promotion du territoire (tourisme, prospection, attractivité).

4.3. PAPETERIE ET NORMES DOCUMENTAIRES

Les enveloppes, le papier à lettres, les cartes professionnelles et tout autre outil sont utilisés quotidiennement par les employés de la MRC. Tout le matériel de papeterie utilisé par la MRC et la production des documents externes ou officiels font l'objet d'un cahier des normes documentaires dont la gestion est assumée par la secrétaire-administrative.

4.4. SITES INTERNET

4.4.1. Site Internet de la MRC de La Matapédia

Le site Internet de la MRC (www.mrcmatapedia.gc.ca) comprend les informations pertinentes telles la mission et les valeurs, les services, les réalisations ainsi que toutes informations pertinentes pour les différents usagers de la MRC (citoyens, municipalités locales, organismes partenaires et promoteurs). On y retrouve enfin un centre de documentation comprenant les documents d'intérêt public.

4.4.2. Site Internet de l'Écoterritoire habité de La Matapédia

Le site de l'Écoterritoire habité de La Matapédia (www.ecoterritoirehabite.ca/matapedia) comprend entre autres les informations pertinentes à ce projet collectif de développement durable et ses réalisations. On y retrouve enfin un centre de documentation comprenant les documents d'intérêt public.

4.4.3. Site Internet la Vitrine matapédienne

La Vitrine matapédienne (www.lamatapedia.ca) est un site Internet qui vise promouvoir l'attractivité de La Matapédia sur les plans touristique et socio-économique. La gestion de ce site est assurée par le service de développement de la MRC.

4.4.4. Infolettre

La MRC de La Matapédia dispose d'une infolettre transmise mensuellement à ses abonnés. Cette infolettre porte notamment sur les réalisations de la MRC, ses services, les événements, les résumés du conseil de la MRC, les programmes d'aide, etc.

4.5. MÉDIAS SOCIAUX

4.5.1. Gestion des médias sociaux

Les conditions suivantes encadrent l'utilisation des médias sociaux :

- Les publications se limitent à des fins professionnelles et doivent être en lien avec les responsabilités, mandats et réalisations de la MRC ;
- Les publications doivent être vraies et fondées ; elles doivent éviter d'induire le public en erreur et de créer des rumeurs ;
- Les réponses à des commentaires du public sur les réseaux sociaux de la MRC doivent être respectueux ;
- Un commentaire provenant du public qui a une connotation négative, mais qui est pertinent et respectueux, doit être conservé sur le média social ;
- Les publications à caractère partisan, religieux ou revendicateur sont interdites ;
- Les publications ne doivent pas diffuser des informations de nature confidentielle ;
- Lorsqu'un sujet discuté fait l'objet d'une situation de crise, s'abstenir de commentaires ;
- Tout employé qui souhaite réagir à des propos ou informations véhiculés sur les médias sociaux de la MRC ou qui désire ajouter des renseignements doit le faire avec diligence.

4.5.2. Pages Facebook

Le responsable des communications et certains membres du personnel assument la gestion des pages Facebook de la MRC. Certains employés de la MRC peuvent diffuser des publications sur ces pages, sous réserve des conditions prévues à la présente politique. Les gestionnaires des pages Facebook de la MRC doivent se concerter afin de coordonner la diffusion des publications.

En fonction de la nature de leur emploi, des employés pourraient créer une page Facebook de type « Personnalité publique ». La mise en place d'une telle page se fait de concert avec le directeur de service concerné ainsi que le responsable des communications, lesquels sont aussi administrateurs de la page.

4.5.3. Chaîne YouTube

La chaîne comprend des vidéos pour des fins de promotion de l'organisation, de ses services et de ses réalisations. Elle est aussi utilisée pour faire la promotion du territoire sur les plans économique, touristique et social.

4.5.4. Autres médias sociaux

La MRC reconnaît l'évolution rapide des médias sociaux et la nécessité de s'adapter aux besoins des différents usagers de la MRC. Certains nouveaux médias sociaux pourraient être utilisés afin de répondre à ces préoccupations.

4.6. OUTILS DE VISIBILITÉ ET DE PROMOTION

4.6.1. Politique de visibilité

Cette politique définit les règles relatives à la visibilité de la MRC lors d'appui financier auprès de ses différentes clientèles. Elle précise quels sont les bénéficiaires admissibles et soumis à ces règles, la visibilité souhaitée par la MRC et les responsabilités des intervenants impliqués.

4.6.2. Représentation à des événements et activités

Le préfet, le directeur général, les directeurs de service et certains employés participent à des événements et activités (autres que des colloques ou conférences) pour promouvoir les mandats et les réalisations de la MRC. Ces personnes s'assurent de porter l'épinglette de la MRC lors de ces représentations.

4.6.3. Publicité promotionnelle

La MRC utilise certains outils publicitaires pour des fins de promotion (publicité journal, radio ou web faisant la promotion des projets, activités et services propres à la MRC). Tout employé doit faire approuver la publicité auprès du responsable des communications avant sa diffusion.

4.6.4. Outils promotionnels

La MRC dispose de certains outils promotionnels afin de diffuser son image. Ces outils sont définis selon les besoins de l'organisation et approuvés par le responsable des communications.

4.6.5. Matériel d'exposition

La MRC dispose de matériel d'exposition pour ses présentations lors d'événements divers. La secrétaire-administrative tient un registre de ceux-ci.

4.6.6. Allocutions et conférences de la MRC

La MRC, par l'entremise du préfet, du directeur général ou de ses employés, adresse à l'occasion des allocutions et conférences lors d'événements divers. Le préfet de la MRC est la personne habituellement désignée pour adresser de telles conférences, à moins que la participation d'une autre personne de l'organisation soit jugée plus pertinente. Le responsable des communications peut offrir un accompagnement dans la préparation des allocutions et des conférences.

4.6.7. Cartes de félicitations, motions, remerciements et de sympathies

La MRC transmet des lettres ou des cartes de façon ponctuelle auprès des employés, des membres du conseil ou de promoteurs en guise de félicitations, de remerciements ou de sympathies. On privilégie une signature par le préfet ou, selon les cas, par des employés de la MRC.

4.7. OUTILS DE PRESSE

4.7.1. Communiqués de presse

Un communiqué de presse est émis pour faire connaître une nouvelle importante de la MRC. Tout employé doit, avant de rédiger un communiqué, s'adresser au responsable des communications afin de déterminer si le sujet doit faire l'objet d'un communiqué ou d'un autre type de publication (site web, médias sociaux, etc.). Le responsable des communications s'assure de la validation et de la diffusion des communiqués auprès des médias, des membres du conseil de la MRC, des municipalités locales et des employés.

4.7.2. Conférences de presse

Une conférence de presse est tenue pour dévoiler une annonce importante de la MRC. Le préfet agit habituellement à titre de porte-parole de la MRC lors des conférences de presse. Le responsable des communications coordonne les conférences de presse de la MRC, en collaboration avec le préfet, le directeur général et tout autre employé impliqué dans la conférence.

4.7.3. Entrevues avec les médias

Le préfet de la MRC réalise habituellement les entrevues avec les médias. Certains employés peuvent toutefois réaliser des entrevues en fonction des sujets traités. Toute entrevue doit être signifiée au responsable des communications pour des fins de revue de presse.

4.7.4. Points de presse

Les points de presse sont coordonnés par le responsable des communications, en collaboration avec le préfet et le directeur général. Un point de presse est tenu de façon spontanée et porte sur une prise de position importante de la MRC. Les médias doivent y

être convoqués minimalement deux heures à l'avance. Le préfet, le préfet-suppléant et le directeur général sont les seules personnes autorisées à prendre la parole lors d'un point de presse.

4.8. INFORMATION AUX CITOYENS

4.8.1. Avis publics

Les avis publics sont une obligation de la MRC en vertu des lois auxquelles elle est assujettie. Les avis sont publiés par le directeur général ou secrétaire adjoint dans le journal, sur le babillard de la MRC, au palais de justice ainsi que sur le site Internet de la MRC.

4.8.2. Consultation (consultations publiques, sondages, référendums et enquêtes maison)

La MRC procède, de façon obligatoire ou facultative, à des consultations publiques, sondages, référendums ou enquête-maison. La MRC, par le biais du secrétaire adjoint, du directeur général et des directeurs de service, déploie les efforts nécessaires afin de susciter la participation du plus grand nombre à ces activités de consultation.

4.8.3. Approche des citoyens par les employés de la MRC

Les employés de la MRC de La Matapédia représentent leur organisation dans le cadre de leur travail. Ils doivent faire preuve de professionnalisme, d'écoute et de respect lors de leur entretien avec un citoyen. Le code d'éthique des employés aborde en partie cet aspect.

4.8.4. Messages téléphoniques

La MRC s'assure d'une uniformité dans les messages téléphoniques des employés en cas d'absence ou de ligne occupée. Les employés doivent respecter les directives en vigueur et s'assurer que leurs messages soient à jour afin d'informer adéquatement les usagers de la MRC qui tentent de les rejoindre.

4.9. DEMANDES D'ACCÈS AUX DOCUMENTS ET PROTECTION DES RENSEIGNEMENTS PERSONNELS

Les demandes d'accès aux documents sont régies par la *Loi sur l'accès aux documents et la protection des renseignements personnels*. Les demandes d'accès doivent être ainsi référées au secrétaire adjoint, qui agit à titre de responsable de l'accès aux documents et à la protection des renseignements personnels.

ANNEXE 1 (À COMPLÉTER)

OUTILS DE COMMUNICATIONS, RESPONSABLES, SUBSTITUS ET COLLABORATEURS

| Outils de communications | Responsable | Substituts / collaborateurs |
|---|---|--|
| Logo de la MRC de La Matapédia | Responsable communications | - |
| Signatures de services | Responsable communications | À déterminer |
| Signatures de courriels | Responsable communications | À déterminer |
| Logo de l'Écoterritoire habité de La Matapédia | Coordonnateur Écoterritoire | À déterminer |
| Signature « La Matapédia » | Conseiller(ère) attractivité | Conseiller(ère) tourisme |
| Papeterie (papier-lettre, résolution, enveloppes, etc.) | Responsable communications | Secrétaire administrative |
| Site Internet de la MRC de La Matapédia | Responsable communication | À déterminer (substitut) Urbaniste |
| Site Internet lamatapedia.ca | Conseiller(ère) attractivité | Conseiller(ère) tourisme |
| Infolettre de la MRC | Responsable communications | À déterminer (substitut) |
| Page Facebook MRC de La Matapédia | Responsable communications | Conseiller(ère) attractivité (substitut) Conseiller(ère) culture Coordonnateur Écoterritoire Conseiller(ère) tourisme |
| Page Facebook Quoi faire dans La Matapédia ? | Conseiller(ère) culture | À déterminer (substitut) |
| Page Facebook Visitez La Matapédia | Conseiller(ère) tourisme | À déterminer (substitut) |
| Instagram | ? | ? |
| Chaîne You Tube | Responsable communications | Conseiller(ère) attractivité |
| Politique de dons et commandites | Responsable communications | Direction générale Direction développement |
| Politique de visibilité | Responsable communications | Conseiller(ère) développement |
| Communiqués de presse | Responsable communications | Directions de service Conseiller(ère) développement Préfecture Direction générale |
| Conférence de presse et points de presse | Responsable communications | Préfecture Direction générale |
| Entrevue avec les médias | Préfecture Direction générale Directions de service | Responsable communications |
| Avis publics | Secrétaire adjoint | Direction générale |
| Demandes d'accès aux documents de la MRC | Secrétaire adjoint | - |