

POLITIQUE DE COMMUNICATION



Adoptée le 14 décembre 2016

TABLE DES MATIERES

1.	CONTEXTE.....	1
1.1.	Démarche.....	1
1.2.	Mission et valeurs de la MRC.....	2
1.3.	But et objectifs de la politique de communication.....	3
2.	RESPONSABILITÉS DES INTERVENANTS EN COMMUNICATION.....	3
2.1.	Préfet.....	3
2.2.	Membres du conseil de la MRC.....	3
2.3.	Directeur général.....	3
2.4.	Secrétaire adjoint (responsable des communications).....	3
2.5.	Directeurs de service et employés.....	3
2.6.	Comité de communication.....	4
2.7.	Secrétaire-administrative.....	4
3.	COMMUNICATIONS INTERNES.....	4
3.1.	Communications internes concernant les employés.....	4
3.1.1.	Comité de gestion.....	4
3.1.2.	Rencontres de service.....	4
3.1.3.	Évaluation annuelle du personnel.....	4
3.1.4.	Babillards pour affichage interne.....	4
3.1.5.	Guide de l'employé.....	5
3.1.6.	Journal interne.....	5
3.1.7.	Courrier interne.....	5
3.1.8.	Courrier électronique.....	5
3.1.9.	Banque de photographies.....	5
3.1.10.	Salle d'archives.....	5
3.1.11.	Centre de documentation.....	5
3.1.12.	Plan d'intervention en situation de crise.....	5
3.2.	Communications internes concernant le conseil de la MRC.....	6
3.2.1.	Avis de convocation et ordres du jour des séances.....	6
3.2.2.	Conseil sans papier (comité administratif).....	6
3.2.3.	Rencontre de travail du conseil de la MRC.....	6
3.2.4.	Rapport des comités de la MRC.....	6
3.2.5.	Avis d'inscription.....	6
4.	COMMUNICATIONS EXTERNES.....	6
4.1.	Sujets pouvant faire l'objet d'une communication externe.....	6
4.2.	Logos.....	7
4.2.1.	Logo de la MRC de La Matapédia.....	7
4.2.2.	Signatures de service.....	7
4.2.3.	Logo de l'Écoterritoire habité de La Matapédia.....	7
4.2.4.	Signature « La Matapédia ».....	7
4.2.5.	Papeterie et normes documentaires.....	7
4.3.	Sites Internet.....	7

4.3.1.	Site Internet de la MRC de La Matapédia.....	7
4.3.2.	Site Internet de l'Écoterritoire habité de La Matapédia	7
4.3.3.	Infolettres.....	8
4.4.	Médias sociaux.....	8
4.4.1.	Gestion des médias sociaux.....	8
4.4.2.	Pages Facebook.....	8
4.4.3.	Chaîne YouTube.....	9
4.4.4.	Autres médias sociaux.....	9
4.5.	Outils de visibilité et de promotion.....	9
4.5.1.	Politique de dons et commandites.....	9
4.5.2.	Représentation à des événements et activités	9
4.5.3.	Publicité promotionnelle.....	9
4.5.4.	Outils promotionnels.....	9
4.5.5.	Matériel d'exposition	9
4.5.6.	Allocutions et conférences de la MRC.....	10
4.5.7.	Cartes de félicitations, remerciements et de sympathies.....	10
4.6.	Outils de presse.....	10
4.6.1.	Communiqués de presse.....	10
4.6.2.	Conférences de presse.....	10
4.6.3.	Entrevues avec les médias.....	10
4.6.4.	Points de presse.....	10
4.7.	Réseaux municipaux	11
4.8.	Information aux citoyens.....	11
4.8.1.	Avis publics.....	11
4.8.2.	Consultation (consultations publiques, sondages, référendums et enquêtes maison)	11
4.8.3.	Accueil lors des séances du conseil de la MRC	11
4.8.4.	Approche des citoyens par les employés de la MRC.....	11
4.8.5.	Messages téléphoniques.....	11
4.9.	Demandes d'accès aux documents et protection des renseignements personnels	12
4.10.	Gestion des plaintes	12
4.11.	Gestion de crise en cas de sinistre.....	12
4.12.	Promotion du territoire	12
4.12.1.	Site Internet la Vitrine matapédienne.....	12
4.12.2.	Panneaux d'accueil touristiques	12
4.12.3.	Circuits culturels	12

- Annexe 1 : Politique de dons et commandites
Annexe 2 : Règlement période question séances du conseil
Annexe 3 : Politique de gestion des plaintes

1. CONTEXTE

1.1. DÉMARCHE

La MRC de La Matapédia a tenu en 2016 une importante réflexion sur les communications. D'une part, après plus de 30 années d'existence, la MRC de La Matapédia a évolué, de nouvelles compétences s'y sont greffées et avec elles, la mise en place des services nécessaires pour les assumer. Aujourd'hui, plus d'une quarantaine d'employés répartis dans sept services travaillent à la MRC. L'organisation compte de nombreux mandataires dans différents champs d'intervention (matières résiduelles, transport collectif, parcs régionaux, etc.). Cette évolution de l'organisation a amené la MRC à porter une réflexion sur sa raison d'être (sa mission et ses valeurs) et son ancrage avec les responsabilités qu'elle assume. D'autre part, la MRC occupe une place considérable dans l'espace public. De par ses rôles et responsabilités, elle est présente dans les médias et les événements publics. Elle possède aussi de nombreux outils pour les communications internes et externes. Ce contexte amène la MRC à se doter d'une stratégie permettant de bien définir les rôles et responsabilités des intervenants (employés et membres du conseil) et les moyens à privilégier.

Les objectifs de la démarche de communication réalisée en 2016 visaient à :

- Définir un libellé exprimant la mission et les valeurs de l'organisation, portées autant par les employés que les membres du conseil de la MRC;
- Établir une politique de communication définissant les rôles et responsabilités des intervenants et les outils de communication à mettre de l'avant ;
- Préparer un plan de communication définissant les actions de communication internes et externes à réaliser au cours de la prochaine année.

Afin de l'accompagner dans ses travaux, la MRC a constitué un comité de travail composé de membres du conseil ainsi que d'employés. La première étape était de dresser un portrait-diagnostic et de définir la mission et les valeurs organisationnelles. La diffusion d'un questionnaire et la tenue de rencontres en focus-groupe auprès des employés, des membres du conseil de la MRC et des organismes partenaires ont permis de réaliser cette étape. La seconde étape était de définir une politique de communication suivie d'un plan de communication à partir des informations préalablement recueillies. Ces documents ont été discutés en comité de travail et soumis pour commentaires aux membres du conseil de la MRC et des employés. Les versions finales de la politique et du plan de communication ont ensuite fait l'objet d'une adoption par le conseil de la MRC.

1.2. MISSION ET VALEURS DE LA MRC

SOUCIEUSE 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 les rôles 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. PRÉFET

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. Certains employés peuvent 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. Il en est de même des directeurs de services. À titre de gestionnaire des ressources humaines, le directeur général est aussi responsable des communications internes de la MRC et supervise le secrétaire adjoint dans ses responsabilités rattachées aux communications.

2.4. SECRÉTAIRE ADJOINT (RESPONSABLE DES COMMUNICATIONS)

Sous la supervision du directeur général, le secrétaire adjoint agit à titre de responsable des communications. Il 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.

2.5. DIRECTEURS DE SERVICE ET EMPLOYÉS

Les directeurs de service et les employés de la MRC, de par leur expertise, peuvent être amenés à répondre à certaines requêtes des médias, à condition qu'ils y soient préalablement mandatés. Toute demande de la part des médias adressée à un employé doit être référée au secrétaire adjoint. Les employés doivent informer ce dernier des interventions réalisées auprès des médias.

2.6. COMITÉ DE COMMUNICATION

Le comité de communication est constituée 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, approuve le plan de communication et en dresse le bilan. Le secrétaire adjoint coordonne les travaux du comité.

2.7. SECRÉTAIRE-ADMINISTRATIVE

La secrétaire-administrative accompagne le secrétaire adjoint pour certaines responsabilités. Elle s'assure entre autres de l'uniformité et 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

La planification des rencontres du comité de gestion est sous la responsabilité du **directeur général**. Ces rencontres 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.

3.1.2. Rencontres de service

La planification des rencontres de service est sous la responsabilité des **directeurs de service**. Ces rencontres 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.

3.1.3. Évaluation annuelle du personnel

La planification de l'évaluation annuelle du personnel est sous la responsabilité du **directeur général et des directeurs de service**. Ces rencontres permettent de déterminer des objectifs de rendement, de mettre à jour les descriptions de tâches des employés, de prévoir les activités de formation continue et de résoudre certaines situations rattachées aux relations de travail.

3.1.4. Babillards pour affichage interne

La MRC dispose de babillards accessibles et visibles pour des fins d'affichage interne (offre d'emploi, avis aux employés, convocation, etc.). Ces babillards sont situés sur chaque étage de l'établissement ainsi qu'au service de sécurité incendie et d'organisation de secours.

3.1.5. Guide de l'employé

La mise à jour du guide de l'employé est sous la responsabilité du **directeur général**. Ce guide comprend les procédures d'accueil d'un nouvel employé et tous les documents pertinents pour l'employé (directives, politiques, code d'éthique, etc.).

3.1.6. Journal interne

La préparation et la diffusion du journal interne est sous la responsabilité du **secrétaire adjoint**, en collaboration avec les employés. Diffusé mensuellement par le biais du courrier électronique, ce journal regroupe les informations pertinentes pour l'ensemble des employés (arrivée d'un nouvel employé, dates de rencontres, fêtes, activités du comité social, etc.).

3.1.7. Courrier interne

Sous la responsabilité du **directeur général** (pour l'ensemble des employés) **et des directeurs de service** (pour le service concerné), le courrier interne est entre autres utilisé pour transmettre des directives auprès des employés ou des convocations à des rencontres. Le courrier interne est habituellement acheminé par courrier électronique.

3.1.8. Courrier électronique

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

3.1.9. Banque de photographies

La banque de photographies est sous la responsabilité de la **conseillère en développement, promotion et attractivité**. Cette banque de photos est utilisée 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.

3.1.10. Salle d'archives

La tenue et la mise à jour de la salle d'archives sont sous la responsabilité du **secrétaire adjoint** et de la **secrétaire-administrative**. La salle d'archives est à accès restreint. Un registre est tenu afin d'indiquer les dossiers ou documents en circulation à l'extérieur de la salle d'archives.

3.1.11. Centre de documentation

Un centre de documentation, comprenant des publications et ouvrages de référence, est accessible aux employés et usagers de la MRC. Un système de classification, tenu à jour par la **secrétaire-administrative**, permet le repérage facile des documents qui s'y trouvent.

3.1.12. Plan d'intervention en situation de crise

La mise en place d'un plan d'intervention en situation de crise est sous la responsabilité du **directeur général**. Ce plan permet d'encadrer la gestion des 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

3.2.1. Avis de convocation et ordres du jour des séances

La préparation et l'envoi des avis de convocation et des ordres du jour des séances de la MRC sont sous la responsabilité du **secrétaire adjoint**. Chaque séance du conseil de la MRC et du comité administratif est précédée d'un avis de convocation et d'un projet d'ordre du jour transmis aux membres du conseil de la MRC et aux directeurs de service au moins trois jours ouvrables avant la tenue de la rencontre.

3.2.2. Conseil sans papier (comité administratif)

La mise en place du système de conseil sans papier auprès du comité administratif est sous la responsabilité du **secrétaire adjoint**. Le conseil sans papier rend plus efficace la planification des rencontres et permet de limiter l'usage du papier.

3.2.3. Rencontre de travail du conseil de la MRC

La planification des rencontres de travail du conseil de la MRC relève du **directeur général** et du **secrétaire adjoint**. Ces rencontres permettent aux membres du conseil de faire le point sur des sujets importants et d'accueillir des intervenants externes souhaitant s'adresser à eux.

3.2.4. Rapport des comités de la MRC

Le dépôt des rapports des comités de la MRC est sous la responsabilité **des secrétaires de comités** de la MRC. Les comités constitués par la MRC déposent leurs rapports sur la plateforme électronique prévue pour transmettre les documents aux membres du conseil de la MRC.

3.2.5. Avis d'inscription

La préparation des avis d'inscription est sous la responsabilité du **directeur général**, du **secrétaire adjoint** et des **directeurs de service**. Les avis d'inscription sont utilisés comme outil de présentation pour chaque sujet présenté aux séances ordinaires et de travail du conseil de la MRC et du comité administratif. Ils sont transmis par le secrétaire adjoint minimalement trois jours ouvrables avant la tenue de la séance.

4. COMMUNICATIONS EXTERNES

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

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 autres sujets.

4.2. LOGOS

4.2.1. Logo de la MRC de La Matapédia

La gestion du logo de la MRC de La Matapédia est assumée par le **secrétaire adjoint**. Ce logo fait l'objet d'un cahier des normes graphiques et de procédures d'utilisation.

4.2.2. Signatures de service

La gestion des signatures de service de la MRC est assumée par le **secrétaire adjoint**. Chaque service de la MRC dispose d'une signature dont le nom est personnalisé, mais dont le graphisme est uniforme. 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.

4.2.3. Logo de l'Écoterritoire habité de La Matapédia

Le **responsable de l'Écoterritoire habité de La Matapédia** assume la gestion du logo du même nom, en collaboration avec le responsable des communications. Le logo de l'Écoterritoire habité de La Matapédia a été adopté par le conseil de la MRC de La Matapédia et est enregistré comme marque officielle auprès de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada. Ce logo fait l'objet d'un cahier de charge complet qui en précise l'usage.

4.2.4. Signature « La Matapédia »

La gestion de la signature « La Matapédia » est assumée par la **conseillère en développement, promotion et attractivité**. Cette signature est utilisée à des fins de promotion du territoire (tourisme, prospection, attractivité).

4.2.5. Papeterie et normes documentaires

Les enveloppes, papier à lettres, cartes professionnelles, pochettes 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**.

4.3. SITES INTERNET

4.3.1. Site Internet de la MRC de La Matapédia

La gestion et la mise à jour du site Internet de la MRC relèvent du **secrétaire adjoint**, en collaboration avec les employés de la MRC. Le site Internet 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.

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

La gestion et la mise à jour du site Internet de l'Écoterritoire habité relèvent du **responsable de l'Écoterritoire habité**. Ce site 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.

4.3.3. Infolettres

La MRC de La Matapédia dispose de trois infolettres qui sont complémentaires. L'infolettre de la MRC de La Matapédia est préparée par le **secrétaire adjoint**, en collaboration avec les employés de la MRC. 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.

L'**agent de développement culturel** assume la gestion de l'infolettre Le Cercle culturel. L'infolettre porte exclusivement sur des sujets touchant les arts, la culture et le patrimoine. Il met en premier plan les interventions culturelles de la MRC, des municipalités, des organismes et des artistes du territoire.

Le **responsable de l'Écoterritoire habité** assume la gestion de l'infolettre propre à ce projet de collectivité. L'infolettre porte sur la démarche d'Écoterritoire habité, sa mise en œuvre ainsi que les partenariats en lien avec le projet.

4.4. MÉDIAS SOCIAUX

4.4.1. Gestion des médias sociaux

La gestion des médias sociaux de la MRC est assumée par le **secrétaire adjoint**. La conseillère en développement et attractivité et l'agent de développement culturel collabore à la diffusion des publications sur les médias sociaux de la MRC. 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 ou qui désire ajouter des renseignements doivent préalablement se référer au **secrétaire adjoint** avant d'ajouter toute publication.

4.4.2. Pages Facebook

Le **secrétaire adjoint** et **certaines 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 l'article 4.4.1. Les gestionnaires des pages Facebook de la MRC doivent se concerter afin de coordonner la diffusion des publications sur ce média social.

4.4.3. Chaîne YouTube

La gestion de la chaîne YouTube de la MRC est assumée par le **responsable des communications**. 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.

4.4.4. 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.

4.5. OUTILS DE VISIBILITÉ ET DE PROMOTION

4.5.1. Politique de dons et commandites

La MRC dispose d'une politique de dons et commandites. Cette politique définit les clientèles admissibles, les critères de sélection ainsi que la visibilité attendue en regard de l'aide consentie. Le **secrétaire adjoint**, en collaboration avec le directeur général, assure la gestion de cette politique.

4.5.2. Représentation à des événements et activités

Le **préfet**, le **directeur général**, les **directeurs de service** et **certaines 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.

4.5.3. 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 avant sa diffusion.

4.5.4. Outils promotionnels

La MRC dispose de certains outils promotionnels afin de diffuser son image. Ces outils sont définis selon les besoins de l'organisation. L'identification des outils promotionnels est réalisée par le **secrétaire adjoint** en collaboration avec les directeurs de service.

4.5.5. Matériel d'exposition

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

4.5.6. 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 secrétaire adjoint peut offrir un accompagnement dans la préparation des allocutions et des conférences.

4.5.7. Cartes de félicitations, 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. Les employés doivent indiquer au **secrétaire adjoint** les occasions auxquelles de telles cartes doivent être transmises.

4.6. OUTILS DE PRESSE

4.6.1. 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 **secrétaire adjoint** 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 secrétaire adjoint s'assure de la validation et de la diffusion des communiqués.

4.6.2. Conférences de presse

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

4.6.3. 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 secrétaire adjoint pour des fins de revue de presse.

4.6.4. Points de presse

Les points de presse sont coordonnés par le **secrétaire adjoint**, en collaboration avec le **préfet** et le **directeur général**. Le 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, le directeur général et le responsable des communications en cas de sinistre (pour les TNO seulement) sont les seules personnes autorisées à prendre la parole lors d'un point de presse.

4.7. RÉSEAUX MUNICIPAUX

La MRC est membre de certains réseaux municipaux, lesquels offrent des opportunités en publicités et parutions. On y privilégie notamment la promotion des dossiers importants de la MRC et la diffusion des offres d'emploi.

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 externe 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. Accueil lors des séances du conseil de la MRC

Lors des séances du conseil de la MRC, le **secrétaire adjoint** prévoit des ordres du jour mis à la disposition de l'assistance et s'assure d'aménager les locaux en conséquence. Le **préfet** remercie l'assistance de sa présence en début de séance. La période de question de l'assistance est encadrée par un règlement de la MRC. Les projets d'ordre du jour des séances du conseil de la MRC sont diffusés sur le site Internet de la MRC quelques heures avant la tenue de la séance.

Le conseil de la MRC accueille aussi, lors de ses séances ordinaires ou de travail, des représentants d'organismes afin qu'ils puissent présenter des sujets d'intérêt. La MRC s'assure d'un accueil courtois et d'un temps de présentation équitable pour chacun des représentants d'organismes présents.

4.8.4. 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.

4.8.5. 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.

4.10. GESTION DES PLAINTES

La MRC préconise la mise en place d'un mécanisme permettant de recueillir les suggestions visant l'amélioration du service à la clientèle. Toutefois, en cas de plainte d'un usager de la MRC, celui-ci est référé à la Politique de gestion des plaintes établie par la MRC pour le cheminement de sa requête.

4.11. GESTION DE CRISE EN CAS DE SINISTRE

La MRC a compétence sur certains aspects de la coordination des activités en sécurité civile dans des cas de sinistre, entres autres sur le plan de communications. Ce rôle est défini par un plan de coordination régional. Le **secrétaire adjoint** agit comme responsable régional des communications en cas de sinistre.

4.12. PROMOTION DU TERRITOIRE

4.12.1. Site Internet la Vitrine matapédiennne

La Vitrine matapédiennne est un site Internet qui présente le territoire de la MRC sous différentes facettes. Sa gestion est assumée par un **comité de partenaires** regroupant la MRC, la SADC et la Chambre de commerce de la MRC de La Matapédia.

4.12.2. Panneaux d'accueil

La MRC est propriétaire et gestionnaire des panneaux d'accueil situés aux entrées de la MRC (Saint-Damase, Saint-Moïse, Saint-Vianney et Routhierville). Elle s'assure aussi du respect de l'ensemble des panneaux en regard des normes graphiques établies.

4.12.3. Circuits culturels

La MRC est gestionnaire d'une application mobile regroupant des circuits culturels thématiques. **L'agent de développement culturel** s'assure de la gestion et de la mise à jour de l'application mobile et du dépliant produit à cette fin.

Annexe 1
Politique de dons et commandites

POLITIQUE SUR LES DONS ET COMMANDITES



Adoptée le 8 novembre 2011

1. PORTEE

La Politique de dons et commandites de la MRC de La Matapédia se veut un outil d'aide à la prise de décision pour les membres du Comité administratif de la MRC lors de demandes de soutien financier ou technique formulées par divers organismes du milieu. Elle définit les objectifs, les principes, les secteurs d'intervention en matière de soutien financier ou technique et les exigences.

2. DEFINITIONS

Don : Un don est une contribution financière, en biens ou en services, qu'accorde la municipalité à des fins caritatives pour soutenir la réalisation d'une activité, d'un événement ou d'un projet.

Commandite : Une commandite est une dépense qu'effectue la municipalité en échange d'une contrepartie d'affaires ou dans un effort de promotion. La contrepartie peut prendre la forme de publicité, d'une visibilité ou d'un accès au potentiel commercial exploitable de l'activité, de l'événement ou du projet commandité.

Représentation : Une représentation est une présence d'un membre du Conseil de la MRC afin de représenter ce dernier lors d'un événement ou d'une activité et qui entraîne, dans la plupart des cas, un frais d'inscription.

3. LES OBJECTIFS

La présente politique vise l'atteinte des principaux objectifs suivants :

- Supporter les activités coïncidant avec les valeurs de coopération, de concertation et de fierté matapédienne partagées par la MRC ;
- Assurer un traitement juste des différentes demandes adressées à la MRC ainsi qu'une répartition équitable des ressources budgétaire de la MRC par l'établissement de règles et critères d'attribution des dons et commandites ;
- Assurer une saine gestion des fonds publics administrés par la MRC.

4. LES PRINCIPES

La présente politique est basée sur les principes suivants :

- La MRC supporte les activités ou événements qui ont au minimum une portée matapédienne ou supralocale (plus d'une municipalité) ;
- ▲ La MRC n'accepte pas les demandes de soutien provenant d'individus ou d'organismes à but lucratif ;
- ▲ La MRC ne se substitue pas au secteur privé, ainsi les organismes doivent également, lorsque possible, s'associer des partenaires du milieu privé pour la réalisation de leur projet ou activité ;
- La présente politique ne remplace d'aucune façon d'autres programmes offerts par la MRC tels, par exemple, le *Pacte rural* ou le *Fonds de soutien aux territoires en difficulté* ;
- La MRC peut refuser les demandes qui ont été adressées aux municipalités locales ;

- L'organisme demandeur ne doit pas être associé, ni son événement, à une cause religieuse ou politique ;
- Les ententes conclues ne doivent d'aucune façon constituer un engagement pour l'avenir ni influencer de manière explicite ou implicite sur la conduite des affaires courantes de la MRC ;
- La relation créée aux termes d'une entente ne doit pas permettre à un employé de la MRC ou à un élu de recevoir des biens, des services ou des éléments d'actif pour son usage ou son gain personnel.

5. SECTEURS D'INTERVENTION

Les secteurs d'intervention privilégiés par la MRC sont :

- Le sociocommunautaire et le socioéconomique ;
- L'environnement ;
- La santé ;
- L'éducation ;
- Les arts et la culture ;
- Le sport ;
- La science.

6. LES EXIGENCES

- Toutes les demandes de dons ou de commandites doivent faire l'objet d'une demande écrite adressée à la direction générale de la MRC et qui comprend une description brève du projet ou de l'activité, les coordonnées complètes de l'organisme, la personne contact, la date de l'événement et le type de don demandé. Pour les commandites, une description de la contrepartie offerte à la MRC doit être présentée ;
- Les administrateurs se réservent le droit d'ajuster ou de refuser toute demande qui, bien qu'elle répondrait à tous les critères d'admissibilité, serait jugée trop importante relativement au budget disponible ou qui ferait en sorte que le budget annuel alloué aux dons et commandites serait dépassé.

Annexe 2
Règlement période question séances du conseil



- Considérant que l'article 150 du Code Municipal permet au Conseil de la MRC d'adopter un règlement pour régir la période de questions lors de ses séances;
- Considérant que le Conseil de la MRC permet aux membres du public, lors de ses séances, d'émettre des commentaires sur des sujets du ressort exclusivement de la MRC ;
- Considérant que l'article 159 du Code Municipal permet au président du Conseil de maintenir l'ordre et le décorum et décider les questions d'ordre;
- Considérant que le Conseil de la MRC juge nécessaire de se doter d'un règlement régissant les périodes de questions lors de ses séances ;
- Considérant qu'un avis de motion a été donné à cet effet à la séance ordinaire du 9 mai 2012.

En conséquence, sur une proposition de M. Martin Landry, appuyée par M. Alain Gauthier, il est résolu d'adopter le règlement no 2012-07 régissant la période de questions lors des séances du Conseil de la MRC, lequel décrète et statue ce qui suit :

ARTICLE 1 **PRÉAMBULE**

Le préambule ci-dessus fait partie intégrante du présent règlement comme s'il était ici au long reproduit.

ARTICLE 2 **DÉFINITIONS**

Président d'assemblée : Désigne le préfet de la MRC ou, en l'absence de celui-ci, toute personne agissant au nom du préfet à titre de président d'assemblée lors des séances du Conseil.

Intervenant du public : Toute personne assistant à une séance du Conseil de la MRC et qui adresse une question au président d'assemblée.

Période de question : Moment prévu lors des séances du Conseil de la MRC pour entendre les questions et commentaires des intervenants du public.

MOMENT ET DURÉE DE LA PÉRIODE DE QUESTIONS

ARTICLE 3

Une séance du Conseil de la MRC comprend deux (2) périodes de questions, l'une étant prévue en début de rencontre, après l'adoption du procès-verbal de la séance subséquente, et l'autre à la fin de la rencontre, après le dépôt de la correspondance. Chacune des périodes de questions est d'une durée de quinze (15) minutes maximum. Toutefois, si les interventions sont terminées avant l'expiration de ce délai, le président d'assemblée pourra alors y mettre fin.

DÉROULEMENT DE LA PÉRIODE DE QUESTIONS ET COMMENTAIRES

ARTICLE 4

Tout membre du public présent lors du séance du Conseil de la MRC, qui désire s'adresser à un membre du Conseil, ne peut le faire que durant la période de questions prévue à l'ordre du jour.

ARTICLE 5

À l'ouverture de la période de questions par le président d'assemblée, un intervenant du public qui désire intervenir durant cette période le fait :

- en se levant ;
- en déclarant son nom et son lieu de résidence;
- en s'adressant au président d'assemblée;
- en formulant sa question verbalement, de façon claire et succincte. Un court préambule est permis pour situer une question dans son contexte. L'intervenant qui désire poser une question dispose d'un maximum d'une (1) minute pour le faire;
- se rasseoir.

ARTICLE 6

Le président d'assemblée répond à la question ou, le cas échéant, dirige cette dernière au membre du Conseil à qui elle est adressée.

ARTICLE 7

Un membre du Conseil peut, avec la permission du président d'assemblée, compléter la réponse donnée.

ARTICLE 8

L'intervenant du public ne peut poser qu'une seule question à la fois. Dès qu'il a reçu une réponse par le président d'assemblée, il doit céder sa place à une autre personne. Un intervenant du public ne peut poser une deuxième question que lorsque toutes les personnes désireuses d'intervenir en ont eu la possibilité. Un intervenant du public ne peut intervenir plus de deux (2) fois lors de la période de questions.

ARTICLE 9

Le membre du Conseil à qui une question est adressée peut y répondre sur-le-champ ou, s'il ne possède pas tous les éléments lui permettant de donner immédiatement une réponse, confirmer à l'intervenant du public qu'il y répondra à la prochaine séance ordinaire ou par écrit dans un délai qu'il précisera. Dans ce dernier cas, l'intervenant du public doit fournir au secrétaire-trésorier les coordonnées où il désire que soit acheminée la réponse.

ORDRE ET DÉCORUM

ARTICLE 10

Seules les questions d'ordre public sont permises. Les questions se rapportant à un événement personnel ou au fait personnel d'un employé de la MRC, d'un officier de la MRC ou de l'un des membres du Conseil sont hors d'ordre et automatiquement rejetées par le président d'assemblée.

ARTICLE 11

L'intervenant doit s'adresser en terme poli et ne pas user d'un langage injurieux ou difamatoire envers quiconque.

ARTICLE 12

Les personnes présentes à la séance doivent garder le silence pendant la période de questions et commentaires. Il ne peut y avoir d'échanges entre les personnes assistant à l'assemblée. Un intervenant du public ne peut être interrompu par un membre de l'assistance pendant qu'il formule sa question.

ARTICLE 13

Tout membre du public présent lors d'une séance du Conseil doit obéir à une ordonnance du président d'assemblée en ce qui a trait à l'ordre et décorum durant une séance.

ARTICLE 14

En vertu de l'article 159 du Code municipal, le président d'assemblée maintient l'ordre et le décorum et décide les questions d'ordre, sauf appel au Conseil. Il peut ordonner l'expulsion de l'endroit où se tient une séance du Conseil de toute personne qui en trouble l'ordre. Cette disposition s'applique aussi à la période de questions et commentaires prévues lors des séances du Conseil.

ENTRÉE EN VIGUEUR

ARTICLE 15

Le présent règlement entrera en vigueur conformément aux dispositions de la Loi.

ADOPTÉ À AMQUI, CE 13 JUIN 2012

Chantal Lavoie, présidente

Joël Tremblay, secrétaire adjoint

Annexe 3
Politique de gestion des plaintes



MRC de La Matapédia

**Politique de gestion des plaintes
de la MRC de La Matapédia**

Adoptée le 18 août 2015

Introduction

La politique de gestion des plaintes est basée sur les valeurs d'objectivité, d'intégrité, d'impartialité, d'imputabilité et de transparence de la MRC de La Matapédia.

1. Objectifs

La politique de gestion des plaintes de la MRC de La Matapédia vise les objectifs suivants:

- Améliorer la qualité des services;
- Mettre en place un mécanisme pour permettre aux citoyens d'exprimer leur insatisfaction;
- Préciser le rôle des membres du personnel, harmoniser les approches et coordonner les actions en matière de réception, de traitement et de suivi des plaintes.

2. La plainte

2.1. Définitions

Citoyen : Le terme « citoyen » désigne autant la population que les entreprises.

Plainte : Une plainte est l'expression de l'insatisfaction d'un citoyen à l'égard d'un service de la MRC ou du comportement d'un employé ou d'un administrateur pour lequel il estime ne pas avoir reçu de réponse ou service adéquats. Une plainte peut également consister en la dénonciation d'une prétendue infraction aux lois ou d'un prétendu abus de pouvoir.

Plainte fondée : Lorsqu'il y a préjudice à quiconque, qui généralement va entraîner un changement, une correction de la situation. Elle s'inscrit dans une démarche de redressement ou d'amélioration de la qualité des services.

Plainte non fondée : Lorsqu'il s'agit d'une rumeur ou d'une perception, que la requête est ponctuée d'impressions; lorsqu'il s'agit d'un commentaire, d'une suggestion, d'un avis ou d'une demande anonyme (non signée).

Plainte administrative : Fait référence à un changement de situation immédiat ou déterminé dans le temps et qui corrige un préjudice « temporaire ». Par exemple, la révision de la valeur foncière d'une propriété, le mauvais état d'un chemin, le déneigement (TNO), etc. Ce type de plainte est plutôt traité comme de l'information privilégiée.

2.2. Clientèle admissible

Toute personne peut formuler une plainte, notamment des citoyens, groupe de citoyens, employés municipaux, élus municipaux, fournisseurs, etc. Cependant, aux fins de l'application des règlements découlant de la Loi sur l'aménagement et l'urbanisme (LAU), seule une personne intéressée, au sens de la LAU, peut déposer une plainte.

2.3. Critères de recevabilité

Pour qu'une plainte puisse faire l'objet d'un examen par la MRC, elle doit remplir les conditions suivantes :

- ✓ Être exposée par écrit et signée (par lettre ou à l'aide du formulaire de plainte) ;
- ✓ Le plaignant ou la plaignante doit indiquer ses nom, adresse et numéro de téléphone. Les plaintes transmises par télécopieur et par messagerie électronique feront également l'objet d'un examen à la condition que le plaignant ou la plaignante signe et s'identifie;

- ✓ Être suffisamment détaillée et fournir les renseignements nécessaires pour permettre une intervention de la MRC;
- ✓ Être déposée dans un délai raisonnable permettant à la MRC de faire enquête s'il y a lieu.

2.4. Non-recevabilité de la plainte

Les plaintes anonymes ou verbales ou celles qui ne sont pas adressées à la MRC ne sont pas traitées.

La MRC ne traite pas les plaintes relatives à:

- ✓ Un sujet se rapportant à un litige privé qui n'est pas du ressort de la MRC;
- ✓ Un sujet relevant d'une instance gouvernementale ou municipale
- ✓ Tout sujet relevant de la régie interne de la MRC;
- ✓ Tout aspect d'une plainte assujéti aux dispositions de la Loi sur l'accès à l'information, laquelle prévoit un mécanisme de traitement des demandes.

2.5. Confidentialité et neutralité

La MRC est soumise à l'application de la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels. Ainsi, quelle que soit la nature de l'intervention de la MRC, une plainte demeure confidentielle à moins que le plaignant ne stipule le contraire dans sa plainte.

La confidentialité n'empêche pas la production de rapport et la transmission de renseignements suffisamment détaillés pour permettre aux intervenants de bien situer l'objet de la plainte, de comprendre les positions dégagées, de tirer les conclusions nécessaires et de faire des recommandations.

La MRC met tout en œuvre pour assurer la neutralité dans le traitement de la plainte.

3. Le traitement des plaintes

3.1. Modalités de traitement

Toute plainte recevable en vertu de la présente politique se voit attribuer un numéro de référence sous le format PL-AAAA-MM-JJ- Numéro séquentiel.

Un accusé de réception est envoyé au plaignant dans les quinze (15) jours de la réception d'une plainte. La plainte est alors acheminée au directeur du service concerné à moins que la plainte ne le concerne directement dans lequel cas elle est traitée par le directeur général.

Le plaignant, l'individu mis en cause, les employés de la MRC et toute personne susceptible d'apporter un éclairage dans le règlement de la plainte sont contactés. À la suite de l'examen du cas par le directeur du service ou le directeur général, le cas échéant, un rapport d'intervention faisant état des conclusions de l'examen est produit au directeur général et une lettre rendant compte de ces conclusions est envoyée au plaignant.

En s'appuyant sur le rapport d'intervention, la MRC pourra, le cas échéant, prendre des mesures afin d'apporter les correctifs nécessaires à l'amélioration du service.

Tout employé de la MRC faisant l'objet d'une plainte en sera informé par écrit ainsi que son supérieur immédiat, tout en assurant la confidentialité du plaignant;

S'il y a lieu, la confirmation par écrit du règlement de la plainte est acheminée au plaignant.

3.2. Délai de traitement

Les plaintes soumises à l'attention de la MRC sont traitées dans un délai maximal de quarante-cinq (45) jours à la suite de la réception de la plainte. Lorsqu'une plainte nécessite une expertise ne permettant pas de respecter le délai mentionné précédemment, le plaignant est informé de la situation.

3.3. Désaccord sur les conclusions

Si le plaignant est en désaccord avec les conclusions, il peut soumettre sa plainte en appel auprès du directeur général, lequel soumettra au comité administratif la plainte et l'analyse réalisée par le personnel. Le comité administratif rend sa décision dans les quarante-cinq (45) jours et celle-ci est sans appel.

3.4. Témoignage

Dans la mesure où des actions judiciaires doivent être entreprises, le plaignant s'engage à être témoin des faits soulevés dans sa plainte.

En vertu de la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels, les renseignements confidentiels et personnels ne sont pas divulgués, ni verbalement ni par écrit.

4. Dispositions générales

4.1. Approbation de la politique

Cette politique a été adoptée par le Comité administratif de la MRC de La Matapédia à sa séance du 18 août 2015; elle est entrée en vigueur au moment de son adoption.



Politique de gestion des plaintes **Cheminement et traitement d'une plainte**

Réception de la plainte
Responsable : secrétaire adjoint

Accusé réception de la plainte
Responsable : secrétaire adjoint

Diriger la plainte au service concerné
Responsable : directeur général

Donner rapidement suite à la plainte en identifiant
le temps de délai d'analyse
Responsable : directeur du service

Déterminer et arrêter une solution (documentée).
Lorsque pertinent, le plaignant peut être invité à
participer à identifier une solution.
Responsable : directeur du service

Production d'un rapport d'intervention faisant état
des conclusions de l'examen de la plainte au
directeur général
Responsable : directeur du service

Confirmer au plaignant par écrit le règlement de la
plainte, (Cc au directeur général)
Responsable : directeur du service

Classer le dossier
Responsable : secrétaire adjoint