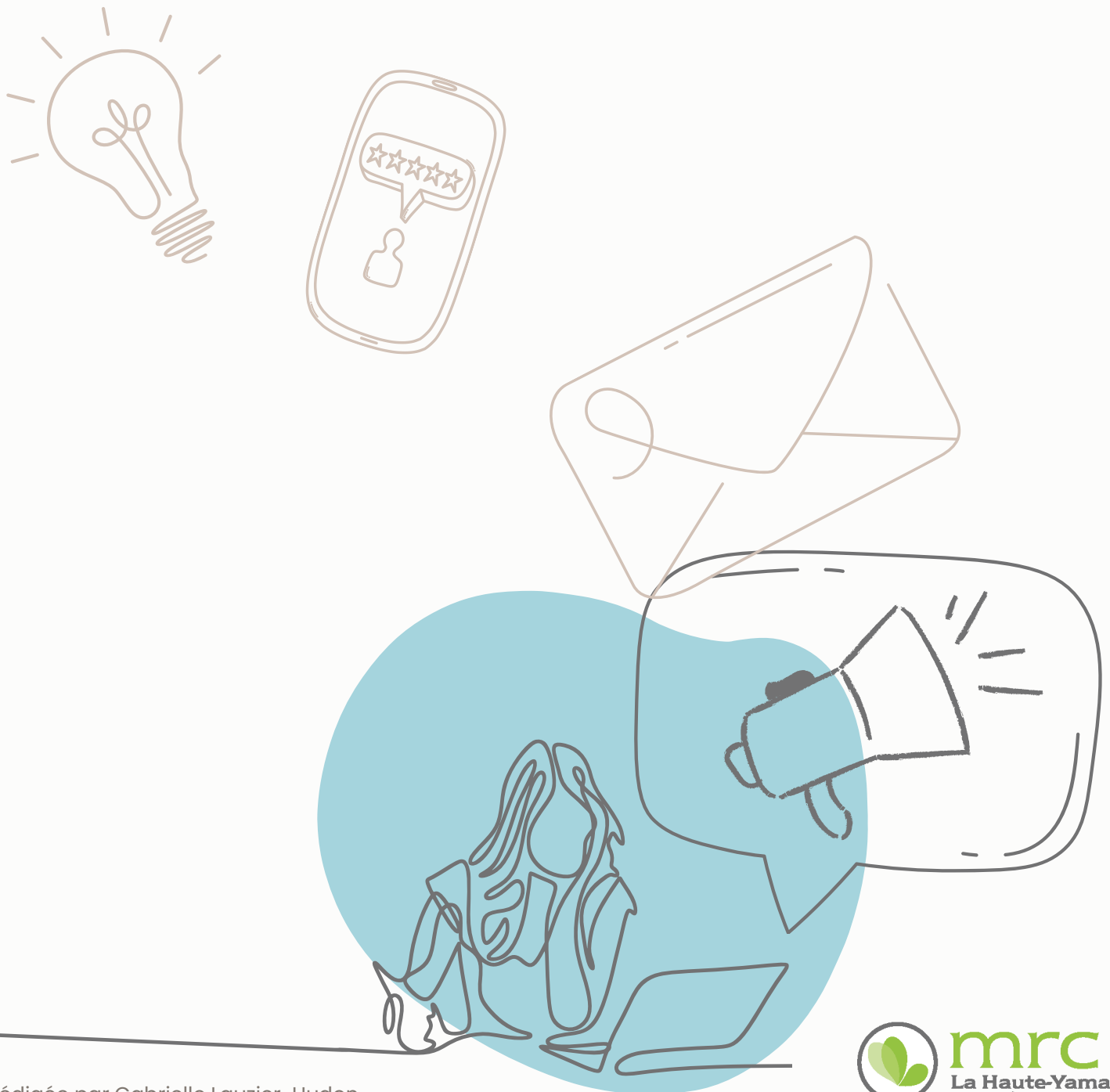


VERSION 2024

# Politique de communication

DE LA MRC DE LA HAUTE-YAMASKA



Rédigée par Gabrielle Lauzier-Hudon

# Table des matières

<u>Mot du préfet</u> .....	3
<u>1. Mise en contexte</u> .....	4
<u>2. Synthèse stratégique</u> .....	4
<u>3. Champs d'application de la politique</u> .....	7
<u>4. Services des communications :</u>	
<u>mission et rôles</u> .....	7
<u>5. Responsabilités communicationnelles</u> .....	8
<u>6. Identité visuelle et charte graphique</u> .....	12
<u>7. Normes et procédures</u> .....	15
<u>8. Les outils de communication internes</u> .....	18
<u>9. Les outils de communication externes</u> .....	22

## MOT DU PRÉFET

Comme dirait notre directeur général, monsieur Jean Hogue : « la communication, c'est comme la mousse sur un cappuccino. Tout le monde peut faire un bon café, mais c'est la mousse qui rend le tout extraordinaire ». Autrement dit, la communication joue un rôle crucial dans le succès de toute organisation.

Ces dernières années, les rôles et mandats confiés à la MRC se sont décuplés. Nous offrons de plus en plus de services de proximité à la population et nous sommes partie prenante d'une multitude de dossiers. Dans ce contexte, il devient alors vital de communiquer efficacement, de façon claire, précise et transparente.



Nous souhaitons aussi que les prochaines années servent à développer un fort sentiment d'appartenance envers notre belle région. Car après tout, nous avons toutes les raisons du monde de ressentir la fierté d'être Yamaskoises et Yamaskois!

Par l'adoption de cette toute première Politique de communication, le conseil de la MRC démontre son engagement concret en ce sens. Cette Politique vient appuyer l'une de nos valeurs organisationnelles, soit celle de communiquer de façon précise et juste pour assurer notre crédibilité. Elle vient également renforcer notre désir de projeter une image positive de notre administration et de notre territoire.

Le conseil de la MRC est persuadé que cette Politique contribuera à l'amélioration continue de nos pratiques communicationnelles et qu'elle nous permettra de servir encore mieux la population.

Une chose est sûre... vous n'avez pas fini d'entendre parler de nous!

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Paul Sarrazin', written in a cursive style.

Paul Sarrazin  
Préfet de la MRC de La Haute-Yamaska

# 1. MISE EN CONTEXTE

En vertu de ses multiples compétences et mandats, la MRC de La Haute-Yamaska est amenée à communiquer de façon régulière. Ces activités de communication doivent être organisées selon certains principes directeurs, et ce, afin d'assurer leur cohérence et de préserver la transparence ainsi que l'intégrité de l'organisation.

Communiquer efficacement peut sembler banal, mais ce n'est pas toujours le cas, surtout lorsqu'il s'agit de communiquer avec un large public et différentes clientèles cibles sur des sujets complexes. C'est pourquoi la MRC se dote de la présente Politique qui doit soutenir la communication comme une activité de gestion intégrée à la culture organisationnelle. La présente politique vise également à décharger le Service des communications pour des questions simples. La Politique a été rédigée selon les orientations et les objectifs présentés ci-dessous afin d'intégrer l'ensemble des activités de la MRC.

Dans le cadre de cette Politique, le **Service des communications** sera l'appellation utilisée pour désigner la personne responsable des communications à la MRC. L'adresse courriel [communications@haute-yamaska.ca](mailto:communications@haute-yamaska.ca) doit être utilisée comme référence principale pour adresser une demande à ce Service.

## 2. SYNTHÈSE STRATÉGIQUE



### ÉNONCÉ DE VISION

La MRC de La Haute-Yamaska est un territoire florissant dans lequel il fait bon vivre et travailler, développé et aménagé de façon durable.

### CONDITIONS DE SUCCÈS

Pour arriver à développer et aménager un territoire prospère et durable, il faut :

- Des acteurs conscientisés et engagés
- Un cadre réglementaire adapté et aligné avec les objectifs stratégiques
- Des initiatives concrètes et inspirantes qui supportent le changement au sein des entreprises et de la population

### MISSION

La MRC est l'instigatrice et le point de convergence des changements qu'elle souhaite voir advenir, en plus de contribuer au maillage territorial.

# VALEURS

## COLLABORATION

Comportements bienveillants d'entraide et de partage qui tiennent compte du contexte et des limites individuelles, collectives et environnementales.

## LEADERSHIP D'INFLUENCE

Capacité à mobiliser et à influencer les autres de manière proactive à partir d'intentions claires, connues et cohérentes avec le développement durable, avec rigueur et intégrité.

## POUVOIR D'AGIR

Opportunité d'acquérir des connaissances, de s'outiller, d'être accompagné et soutenu(e) pour augmenter son autonomie, sa capacité et son pouvoir d'agir.

## 2.1 ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

**Considérant que** le rôle de la MRC n'est pas encore bien connu de tous;

**Considérant que** pour qu'un acteur soit engagé et conscientisé, il doit d'abord et avant tout sentir qu'il fait partie d'une communauté;

**Considérant que** la communication est un levier de gestion efficace et essentiel dans toute organisation et qu'elle est la clé pour parvenir aux trois objectifs précités;

**En conséquence**, cette Politique de communication vise à atteindre les objectifs stratégiques suivants :

1. ASSURER UNE COMPRÉHENSION COMMUNE DE LA MISSION ET DE LA RAISON D'ÊTRE DE LA MRC
2. FAVORISER UN SENTIMENT DE FIERTÉ ET D'APPARTENANCE
3. PARTAGER UNE INFORMATION VULGARISÉE DE FAÇON OBJECTIVE, EXACTE ET TRANSPARENTE

## 2.2 PRINCIPES DIRECTEURS D'UNE COMMUNICATION EFFICACE



Information **UTILE** et **PERTINENTE**



Message **CLAIR** et **SANS AMBIGUÏTÉ**



Transmis de façon **CONCISE**



Informer → Expliquer → Engager → Susciter la mise en action

## 2.3 PUBLICS CIBLES

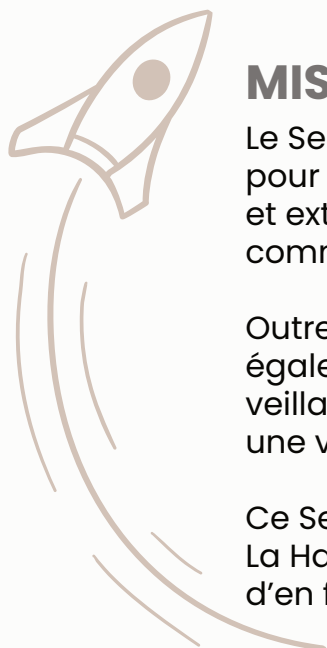
Le terme « public cible » vise à définir un ensemble d'individus avec qui l'on cherche à communiquer. En raison de ses multiples mandats et compétences, la MRC de La Haute-Yamaska communique avec différents publics cibles, au sein de l'organisation (interne) et à l'extérieur de celle-ci (externe).

PUBLICS INTERNES	PUBLICS EXTERNES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membres du personnel</li> <li>• Membres du personnel de COGEMRHY, Entrepreneuriat Haute-Yamaska ou de CARTHY</li> <li>• Membres des comités</li> <li>• Membres du conseil de la MRC</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Population du territoire</li> <li>• Villégiateurs, excursionnistes et personnes nouvellement arrivées</li> <li>• Personnel des municipalités et services des communications des municipalités du territoire</li> <li>• Entreprises, associations et organismes (OSBL/OBNL) du territoire</li> <li>• Instances gouvernementales</li> <li>• Médias locaux, régionaux et nationaux</li> <li>• Fournisseurs de services</li> <li>• Regroupements et organismes touristiques</li> </ul>

### 3. CHAMPS D'APPLICATION DE LA POLITIQUE

Cette Politique constitue le cadre de référence en matière de communication et s'adresse au personnel de la MRC, de la COGEMRHY et aux membres du conseil de la MRC.

## 4. SERVICE DES COMMUNICATIONS : MISSION ET RÔLES



### MISSION

Le Service des communications de la MRC de La Haute-Yamaska a pour mission de diffuser de l'information auprès de ses publics internes et externes, en développant continuellement de nouveaux outils communicationnels.

Outre son mandat d'informer, le Service des communications agit également à titre de protecteur de l'image de marque de la MRC en veillant à l'application soignée de sa charte graphique et en assurant une veille constante.

Ce Service a également pour mission de faire rayonner la MRC de La Haute-Yamaska tant à l'intérieur qu'au-delà de ses frontières, et d'en faire la promotion.

Finalement, il joue un rôle-conseil auprès des services de la MRC en définissant leurs besoins et en orientant leurs démarches en matière de communication, de marketing et de nouveaux médias.

### RÔLES

Le rôle principal du Service des communications de la MRC est d'agir à titre de catalyseur sur l'ensemble des éléments suivants :

- Relations publiques et relations avec les médias, incluant les prises de parole publiques des membres de la préfecture
- Production, coordination, planification et gestion de l'ensemble des communications (communiqués de presse, médias sociaux, sites Web, publicités, etc.)
- Protection de l'image de marque
- Stratégies marketing et plans de communication
- Etc.

## 4.1 MOYENS DE COMMUNICATION

COMMUNICATION TRADITIONNELLE	MARKETING	NOUVEAUX MÉDIAS
<ul style="list-style-type: none"><li>• Communiqués de presse</li><li>• Activités médiatiques et activités publiques</li><li>• Documents imprimés à l'interne et à l'externe</li><li>• Bulletins municipaux et autres</li><li>• Événements</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Campagnes promotionnelles et stratégies de marketing</li><li>• Image de marque et documents promotionnels imprimés</li><li>• Objets et matériels promotionnels</li><li>• Demandes de commandites et suivis des commandites</li><li>• Événements</li><li>• Révision, conception ou production de visuels ou de documents</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sites Web</li><li>• Médias sociaux</li><li>• Panneaux d'affichage numériques</li><li>• Capsules vidéo</li><li>• Référencement et placements Web</li></ul>

## 5. RESPONSABILITÉS COMMUNICATIONNELLES

De façon générale, chaque membre du personnel et du conseil de la MRC de La Haute-Yamaska a le devoir de porter une attention particulière à la qualité de ses interactions, par écrit ou en personne, avec une tierce partie de l'organisation municipale et de la collectivité, lorsqu'il le fait au nom de la MRC.





## 5.1 CONSEIL DE LA MRC

### 5.1.1 PRÉFECTURE

Les membres de la préfecture sont les porte-paroles officiels du conseil de la MRC. Le préfet ou la préfète est le premier porte-parole autorisé, tandis que le préfet suppléant ou la préfète suppléante peut prendre la relève en cas d'indisponibilité du premier. Ils ont le privilège de pouvoir faire des déclarations au nom du conseil ainsi que celui de faire des déclarations à teneur politique.

On qualifie de déclaration politique toute déclaration ou communication qui n'a pas encore fait l'objet d'une décision du conseil de la MRC ni par résolution ni par règlement.

Ils peuvent également faire des déclarations en leur nom personnel, en tant que mairesse ou maire de leur municipalité. Ils conservent les privilèges liés à cette fonction.

### 5.1.2 MEMBRES DU CONSEIL

Les membres du conseil de la MRC, à l'exception de la préfecture, ne peuvent pas faire de déclarations qui engagent les membres du conseil.

De plus, comme les membres du conseil de la MRC participent aux séances et à la prise de décision, ils possèdent le privilège de faire des déclarations à titre personnel. Les maires ou les mairesses conservent les privilèges liés à leur fonction d'élu de leur municipalité.

## 5.2 PERSONNEL DE LA MRC

Les communications du personnel de la MRC doivent être strictement administratives, c'est-à-dire qu'elles peuvent porter uniquement sur l'information qui a fait l'objet d'une décision du conseil de la MRC soit par résolution ou par règlement. Le personnel peut également communiquer des informations en lien avec leur service si celles-ci sont déjà publiques et qu'elles ne sont pas de nature politiques.

Le privilège de faire des communications ou des déclarations politiques est réservé aux membres du conseil et à la préfecture.

Le personnel de la MRC se doit de rester neutre et doit suivre les règles énoncées ci-dessous. De son propre chef, il ne peut pas s'adresser aux médias.

### 5.2.1 DIRECTION GÉNÉRALE

Les membres de la direction générale, incluant la direction générale adjointe, peuvent faire des déclarations concernant les services et l'administration de la MRC. Lorsqu'elles le jugent nécessaire, elles peuvent déléguer cette tâche à une direction de service.

## 5.2.2 DIRECTION DE SERVICE

Une direction de service peut faire des déclarations concernant le service dont elle a la responsabilité, lorsque la permission lui a été octroyée par la direction générale ou par le Service des communications. Lorsqu'elle le juge nécessaire, elle peut déléguer cette tâche à une personne de son équipe qui possède une expertise dans un domaine défini ou qui est responsable d'un projet particulier.

## 5.2.3 SERVICE DES COMMUNICATIONS

Le Service des communications est chargé de préserver l'image publique de la MRC, d'assurer la cohérence et la véracité des messages qui sont diffusés auprès des médias et du grand public.

Toute demande d'information ou d'entrevue provenant des médias doit lui être transférée. Le Service des communications doit vérifier l'information et faire le suivi approprié avec les journalistes. Dans le cas où le sujet couvert est de nature politique, les journalistes sont redirigés vers la préfecture. La personne concernée doit être avisée de la demande du média par le Service des communications de la MRC, qui doit également s'assurer que celle-ci dispose des documents et informations nécessaires afin de répondre adéquatement aux questions.

Si la demande concerne une municipalité membre de la MRC, le Service des communications transfère la demande.

## 5.3 DEVOIR DE RÉSERVE DU PERSONNEL

Le personnel de la MRC a un devoir de réserve. Il doit éviter de commenter les décisions politiques et administratives prises par le conseil ou la direction de la MRC, et ce, dans les médias, sur les réseaux sociaux ainsi que lors d'échanges écrits ou verbaux avec des personnes de l'externe.

Le personnel doit suivre le Code d'éthique et de déontologie de la MRC. Il doit également suivre, s'il y a lieu, le code d'éthique et de déontologie lié à leur ordre professionnel.



## 5.4 CORPORATION DE GESTION DES MATIÈRES RÉSIDUELLES DE LA HAUTE-YAMASKA (COGEMRHY)

La MRC est responsable de toutes les communications émanant de la COGEMRHY auprès des médias, du grand public, des propriétaires et occupants d'immeubles industriels, commerciaux et institutionnels, à l'exception de celles à caractère administratif (avis publics, convocations, offres d'emploi, etc.). Tout document communicationnel est donc produit par le Service des communications de la MRC, avec l'appui du Service de gestion des matières résiduelles.

Tout document doit obtenir l'approbation de la direction générale de la COGEMRHY et de celle de la MRC avant sa distribution.

Les communications quant à la signalisation et à l'affichage sur le site même des écocentres à Granby et à Waterloo sont de la responsabilité de la COGEMRHY. L'affichage à grand déploiement sur le site est développé en collaboration avec la MRC.

### 5.4.1 PORTE-PAROLÉS AUTORISÉS

La direction générale de la COGEMRHY est la personne désignée pour toutes les communications et déclarations administratives concernant la COGEMRHY.

Les communications et déclarations politiques sont réservées à la présidente ou au président et à la vice-présidente ou au vice-président du conseil d'administration de la COGEMRHY qui sont désignés parmi les membres du conseil de la MRC.

Les demandes provenant des médias doivent être gérées par le Service des communications de la MRC.



## 6. IDENTITÉ VISUELLE ET CHARTE GRAPHIQUE

La MRC de La Haute-Yamaska tient à préserver son image de marque publique et s'assurer que celle-ci demeure cohérente où qu'elle soit utilisée. Ainsi, ses différents logos sont des marques déposées, et ils sont ainsi protégés en vertu de la loi. Par conséquent, nul n'est autorisé à utiliser l'image de marque de la MRC, quelle qu'en soit la forme, sans l'autorisation du Service des communications.

### 6.1 LOGO DE LA MRC DE LA HAUTE-YAMASKA ET SLOGAN



Les feuilles à l'intérieur du cercle représentent la nature, le côté vert de la région. La liaison entre les feuilles représente les affinités, la solidarité et les divers liens qui unissent les municipalités de la MRC.

Le cercle délimite et consolide le regroupement des municipalités dans un même territoire.

Le slogan illustre la prospérité de la MRC dans un cadre de vie où la nature est à l'honneur. Il résume en peu de mots combien il fait bon vivre en Haute-Yamaska!

### 6.2 LOGOS DU SERVICE DE GESTION DES MATIÈRES RÉSIDUELLES

**COMPOSTER**  
**RÉCUPÉRER**  
**RECYCLER**  
HAUTE-YAMASKA

Comme la MRC est appelée à communiquer de façon régulière pour la mise en œuvre des mesures du Plan de gestion des matières résiduelles (PGMR) en vigueur, un ensemble de logos a été développé. Il agit à la fois comme positionnement de la MRC ainsi que comme ligne de communication pour les différentes publications et campagnes d'information.



Dans le cas où l'usage des pastilles ne serait pas approprié, la MRC dispose également d'une version rectangulaire des logos des quatre voies de traitement. Toutefois, l'usage des pastilles est priorisé.



## 6.2.1 LOGOS DE SYNERGIE HAUTE-YAMASKA

En 2021, la MRC s'est engagée dans un projet de symbiose industrielle visant à promouvoir l'économie circulaire sur son territoire. Pour ce faire, un logo principal a été développé.



Un second logo complète l'univers graphique de Synergie Haute-Yamaska.



## 6.3 LOGOS DE LA CAMPAGNE ICI, C'EST VÉLO! ET DU RÉSEAU VÉLO YAMASKA

Dans le cadre du projet Signature innovation « La Haute-Yamaska, c'est vélo! », la MRC a décidé de se positionner comme une région vélo au Québec. À cet effet, une campagne de communication intitulée « Ici, c'est vélo! » et un nouvel ensemble de logos visant à positionner le réseau cyclable et l'offre vélo du territoire a été développé.



## 6.4 LOGO DU RÉSEAU DES HALTES GOURMANDES EN HAUTE-YAMASKA



### 6.4.1 UTILISATION DES LOGOS DE LA MRC

Toute demande d'utilisation d'un logo appartenant à la MRC doit passer par le Service des communications, à l'exception du logo du Réseau des Haltes gourmandes, qui est sous l'entière responsabilité de la personne titulaire du poste d'agent de développement, Haltes gourmandes et marchés publics. Autrement, le personnel du Service des communications veille au respect des normes graphiques applicables.

L'ensemble des logos de la MRC et de ses organismes liés existent en plusieurs versions (inversé, noir, niveau de gris, etc.).

Pour les documents produits par un fournisseur de service (ex : graphiste), les chartes graphiques de chaque logo pourront être fournies.

## 7. NORMES ET PROCÉDURES

### 7.1 DEMANDE D'ACCÈS À L'INFORMATION

Communiquer de façon précise, juste et surtout, transparente est l'une des valeurs organisationnelles de la MRC.

Toutefois, en vertu de la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels (L.R.Q. c.a-2.1), toute demande de document autre que les publications officielles de la MRC de La Haute-Yamaska doit être acheminée au Service des affaires juridiques, du greffe et des archives.

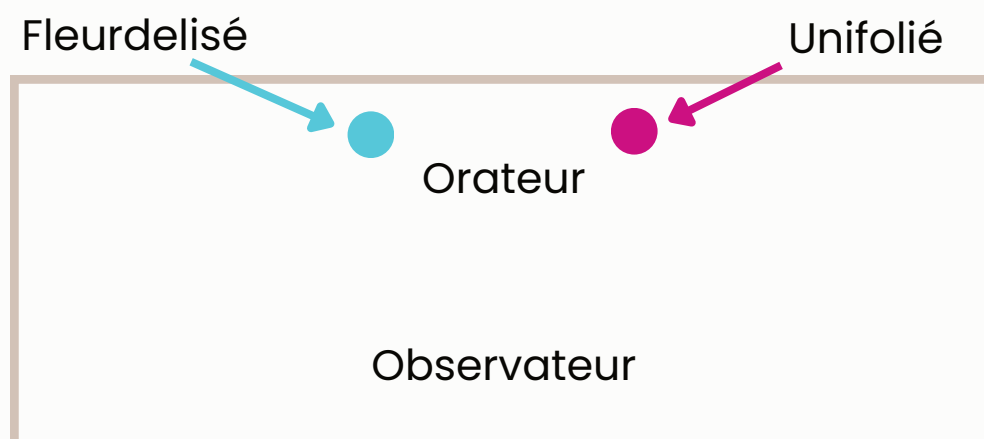
La demande peut être adressée par courriel ou par lettre envoyée par la poste. Les coordonnées relatives à ces demandes et les délais de traitement se trouvent sur le site de la MRC au Haute-yamaska.ca.

### 7.2 DEMANDE DE COMMANDITE

Toute personne souhaitant obtenir une commandite pour un événement peut en adresser la demande à la MRC, en passant par l'adresse courriel du Service des communications.

### 7.3 DRAPEAUX ET PAVOISEMENT

La MRC applique les règles protocolaires de pavoisement liées au positionnement des drapeaux dans tous les événements où la présence de drapeaux est appropriée. Dans la salle du conseil de la MRC, l'unifolié et le fleurdelisé sont exposés pour les événements publics.



En règle générale, s'il y a deux drapeaux ou plus de trois, on place le drapeau ayant préséance à gauche (pour l'observateur), puis les autres à la suite, de gauche à droite.

Pour trois drapeaux, on place au centre celui ayant préséance, celui venant ensuite à gauche et le dernier à droite<sup>1</sup>.

L'unifolié et le fleurdelisé peuvent servir lors de conférences de presse qui se déroulent à l'extérieur des bureaux de la MRC si ces événements impliquent la participation du gouvernement fédéral ou provincial.

### **7.3.1 MISE EN BERNE**

Lors d'événements tragiques ou pour commémorer des journées particulières, les drapeaux qui se trouvent à l'extérieur devant les bureaux de la MRC, s'il y a lieu, peuvent être mis en berne.

Lorsque les drapeaux extérieurs sont en berne, les drapeaux qui se trouvent dans les bureaux de la MRC doivent porter un ruban noir. L'adjoint administratif ou l'adjointe administrative à la réception doit faire une grosse boucle sur chacun des drapeaux, de sorte qu'elles fassent face à l'observateur.

## **7.4 ÉLECTION DE LA PRÉFECTURE**

À la MRC de La Haute-Yamaska, la préfète ou le préfet est élu par vote secret par les membres du conseil. La préfète suppléante ou le préfet suppléant est nommé par résolution parmi les membres du conseil.

Lors de ces élections, le Service des communications de la MRC s'engage à en informer les médias, ainsi que tous partenaires potentiels, particulièrement dans l'éventualité d'un changement à la préfecture ou à la préfecture suppléante.

## **7.5 COMMUNICATION AVEC LES MÉDIAS**

Les médias locaux, régionaux ou nationaux sont invités à effectuer des demandes d'information ou des demandes d'entrevues auprès de la MRC de La Haute-Yamaska. La MRC est heureuse d'avoir une tribune dans ses collectivités!

1. L'ensemble des règles de pavoisement peut être consulté sur le site Web du gouvernement du Québec.



## 7.5.1 RÉCEPTION ET TRAITEMENT DES DEMANDES

Le Service des communications de la MRC demeure le point d'entrée officiel pour toutes demandes médiatiques. Celles-ci peuvent être envoyées par courriel ([communications@haute-yamaska.ca](mailto:communications@haute-yamaska.ca) ou à l'adresse courriel du titulaire du poste) ou par téléphone.

Il peut arriver que des membres du personnel de la MRC reçoivent une demande média directement. Si c'est le cas, ils doivent rediriger la demande au Service des communications de la MRC. Étant donné que les journalistes font face à des délais serrés et désirent obtenir une information dans un court laps de temps, il est important de procéder rapidement afin de s'assurer d'obtenir une visibilité dans les dossiers nous concernant.

## 7.6 MATÉRIEL PROMOTIONNEL

Le matériel promotionnel, qu'il prenne la forme d'un objet, d'une bannière, d'une oriflamme ou autre, permet de répondre à notre objectif de promouvoir l'image de marque de la MRC de La Haute-Yamaska et d'accroître sa notoriété.

La production, la conception et la gestion de l'inventaire du matériel promotionnel sont la responsabilité du Service des communications, à l'exception du matériel promotionnel du Réseau des Haltes gourmandes, qui est sous l'entière responsabilité de la personne titulaire du poste d'agent de développement, Haltes gourmandes et marchés publics.

### 7.6.1 BANQUE D'IMAGES

La MRC peut recourir aux services de photographes professionnels, de graphistes ou d'illustrateurs afin de combler certains besoins au niveau du visuel. La MRC acquiert alors les droits d'auteur de ces photos et images. Ces droits ne doivent en aucun cas être cédés à un tiers.

Un organisme peut cependant demander l'autorisation à la MRC d'utiliser certains visuels. Ces demandes doivent être adressées par courriel au Service des communications. Les visuels fournis par la MRC ne doivent pas être altérés, modifiés, ni utilisés à d'autres fins que celles établies au départ.



## 7.7 LANGUE FRANÇAISE

Considérant son statut d'organisme public, la qualité du français des documents émis à l'interne et à l'externe doit être irréprochable. La MRC communique uniquement en français, sous réserve des exceptions prévues à la Charte de la langue française.

## 7.8 RÉDACTION ÉPICÈNE

Dans l'optique de représenter équitablement les hommes et les femmes dans les documents écrits, la MRC prône l'emploi de la rédaction épïcène. Pour ce faire, la MRC met à jour ces pratiques régulièrement, selon les recommandations de l'Office québécois de la langue française.

# 8. LES OUTILS DE COMMUNICATION INTERNES

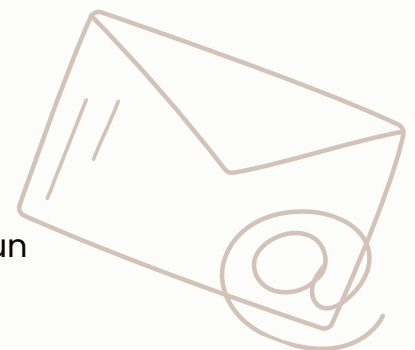
La MRC de La Haute-Yamaska dispose de plusieurs moyens pour que les membres du personnel puissent communiquer efficacement entre eux, ainsi qu'avec les fournisseurs de services qui réalisent des mandats pour elle. La communication interne est la clé d'une cohésion d'équipe forte et d'un message uniforme au sein de l'organisation. Elle est, si on veut, l'âme de la MRC!

## 8.1 ACCUEIL DU PERSONNEL

Une pochette d'accueil est remise aux nouveaux membres du personnel de la MRC par la Direction des services administratifs et des ressources humaines. Celle-ci comprend, entre autres, une copie de la présente Politique afin que chaque membre du personnel puisse en prendre connaissance.

## 8.2 COURRIELS

Le courriel demeure la façon la plus facile de communiquer avec un autre membre du personnel. Il est du devoir de chacun de répondre dans des délais raisonnables et de donner suite à l'ensemble des courriels reçus.



Pour toutes communications à l'interne, n'étant pas directement reliées au cadre du travail, le personnel doit prioriser les tableaux d'affichage de la salle de pause.

## 8.2.1 SIGNATURES DE COURRIEL

Dans une optique d'uniformité et de professionnalisme, la MRC de La Haute-Yamaska exige que le modèle de signature courriel utilisé par les membres de son personnel soit uniforme, selon le service représenté.

Minimalement, les signatures contiennent les éléments suivants :

- Prénom et nom
- Grade selon le cas
- Titre professionnel
- Numéro de téléphone et extension
- Adresse générale de la MRC
- Logo de la MRC



Prénom et nom, grade selon le cas

Titre

450 378-9974, poste NUMÉRO

142, rue Dufferin, Granby QC J2G 4X1 [Haute-yamaska.ca](http://Haute-yamaska.ca)

### 8.2.1.1 AJOUTS À LA SIGNATURE DE COURRIEL

L'un des ajouts autorisés à la signature courriel est celui d'un second logo faisant partie de l'univers graphique de la MRC. Ce deuxième logo vient s'insérer sous le logo principal de la MRC. Il est également possible de demander l'ajout de bandeaux. Ces bandeaux doivent avoir les dimensions 600 x 180 pixels.

Voici un exemple d'ajout autorisé :



Prénom et nom, grade selon le cas

Titre

450 378-9974, poste NUMÉRO

142, rue Dufferin, Granby QC J2G 4X1 [Haute-yamaska.ca](http://Haute-yamaska.ca)



Les bandeaux sont créés par le Service des communications. Ensuite, les demandes d'ajout doivent être ajoutées dans le fichier de soutien informatique. Il est possible que les demandes ne puissent être effectuées, selon la programmation requise.

## 8.2.2 RÉPONSES AUTOMATIQUES EN CAS D'ABSENCE

Dans le but d'uniformiser et d'harmoniser les messages automatiques d'absence au sein des services, la MRC adopte un message type que les membres du personnel doivent privilégier.

Bonjour,

Merci pour votre message!

Veuillez prendre note que je suis [absent ou absente] du bureau du [date / mois] au [date / mois] inclusivement. Pour toute question ne pouvant attendre mon retour, je vous invite à communiquer avec mon collègue [nom de la personne] par courriel : [courriel de la personne].

Cordialement,

*Signature courriel habituelle*

## 8.3 BOÎTE VOCALE ET MESSAGES D'ABSENCE

Dans le but d'uniformiser et d'harmoniser les messages vocaux au sein des services, la MRC adopte un message type que les membres du personnel doivent privilégier.

### **Message régulier**

« Bonjour,

*Vous avez bien joint NOM, TITRE à la MRC de La Haute-Yamaska. Je ne suis pas disponible actuellement. Veuillez me laisser un message détaillé incluant la raison de votre appel ainsi que vos coordonnées et je vous rappellerai sous peu. Vous pouvez également me contacter par courriel à [NOM@haute-yamaska.ca](mailto:NOM@haute-yamaska.ca).*

*Merci et bonne journée ! »*

### **Message d'absence ou de vacances**

« Bonjour,

*Vous avez bien joint NOM, TITRE à la MRC de La Haute-Yamaska. Je suis présentement [absent ou absente] du bureau jusqu'au JOUR MOIS (ou pour une période indéterminée). Pour toute urgence ne pouvant attendre mon retour, je vous invite à communiquer avec mon collègue NOM DE LA PERSONNE au poste NUMÉRO. Vous pouvez également me contacter par courriel à [NOM@haute-yamaska.ca](mailto:NOM@haute-yamaska.ca).*

*Merci et à bientôt! »*

Messagerie directe?  
Ça signifie Slack, Teams,  
Messenger, etc.!

## 8.4 MESSAGERIE DIRECTE

Le personnel de la MRC a accès à un système de messagerie direct professionnel pour communiquer avec ses collègues. Ce système n'est en aucun cas obligatoire et la participation sur celui-ci est optionnelle. **Ainsi, toute information ou tout message d'importance doit impérativement être envoyé par courriel.**

Bien que la qualité du français puisse être légèrement moins soutenue lors de communications via la messagerie directe, le Service des communications recommande de demeurer à l'affût des messages envoyés et de l'image que ceux-ci pourraient projeter de votre professionnalisme et de votre connaissance du français écrit.

## 8.5 COMMUNICATIONS LIÉES AUX SÉANCES DU CONSEIL DE LA MRC

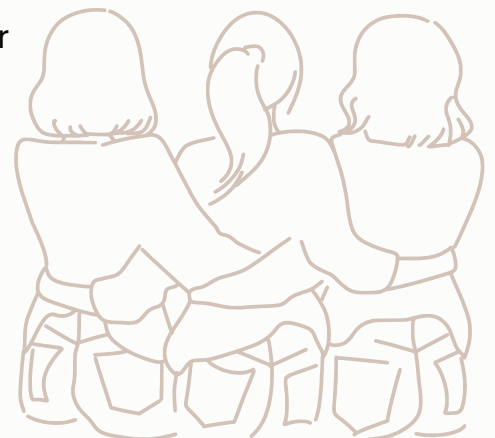
Avant chaque séance du conseil, le Service des affaires juridiques, du greffe et des archives de la MRC rédige et publie un ordre du jour sur le site Web de la MRC au [Haute-yamaska.ca](http://Haute-yamaska.ca). Les procès-verbaux sont également disponibles.

Ces documents sont mis à la disposition de tous les membres du personnel sur une base volontaire. Il est de la responsabilité de tout un chacun de les consulter librement.

## 8.6 COMITÉ SOCIAL DE LA MRC

Il fait bon de travailler à la MRC, notamment grâce au dynamisme de son Comité social! Le Comité social de la MRC est responsable d'organiser tous les événements qui débordent du cadre habituel du travail et dont la vocation est de tisser des liens entre collègues et socialiser. Pour être membre du Comité social et bénéficier de ses multiples événements et gâteries, le personnel doit déboursier une cotisation minimale retenue sur la paie. Chaque personne possède l'entière liberté d'être membre ou non.

Les communications du Comité social se font par courriel, à l'ensemble du personnel concerné, ainsi que via l'outil de messagerie directe.



## 9. LES OUTILS DE COMMUNICATION EXTERNES

### 9.1 SITES WEB

La MRC de La Haute-Yamaska administre et gère plusieurs sites Web. Il est également possible que d'autres viennent se greffer à ceux-ci avec le temps.

**HAUTE-YAMASKA.CA – GENEDEJETER.COM – TROUSSEBIENJETER.CA –  
HALTESGOURMANDES.CA**

Son site Web principal (Haute-yamaska.ca) se veut l'outil de communication par excellence pour toutes informations relatives à la MRC et à ses activités. Ce site comprend notamment :

- Un portrait de la MRC et de son territoire;
- De l'information sur les services offerts à la MRC en matière d'aménagement du territoire, de protection de l'environnement et de la biodiversité, d'évaluation foncière, de développement local et régional, etc.;
- Toute l'information concernant le conseil de la MRC et ses séances;
- Les fonds et programmes disponibles;
- Les principaux règlements et politiques en vigueur;
- Les offres d'emploi disponibles;
- Des actualités;
- Et beaucoup plus!

**Comment apporter des modifications ou demander un changement sur l'un des sites Web de la MRC?**



Si des mises à jour majeures doivent être apportées sur l'un des sites Web de la MRC, il faut en informer le Service des communications par courriel, sauf en cas d'absence de la personne responsable.

Le site Web HALTESGOURMANDES.CA est sous l'entière responsabilité de la personne titulaire du poste d'agent de développement, Haltes gourmandes et marchés publics.



## MÉDIAS SOCIAUX

Par sa volonté de communiquer avec ses différents publics et d'informer sa population en temps réel, la MRC de La Haute-Yamaska entretient une présence active sur plusieurs médias sociaux. Le Service des communications et de la personne titulaire du poste d'agent de développement, Haltes gourmandes et marchés publics alimentent et produisent le contenu destiné à être publié sur ceux-ci. En étant présente et à l'écoute sur les réseaux sociaux, la MRC souhaite développer une relation de confiance avec ses collectivités, engager le dialogue et informer rapidement lorsque la situation le demande. La MRC désire également utiliser sa présence sur les médias sociaux pour augmenter sa notoriété.

### 9.1.1 HEURES DE SERVICES

La MRC alimente ses réseaux sociaux sur une base ponctuelle durant les heures de bureau habituelles, à moins qu'une situation d'urgence nécessite des communications immédiates.

La MRC n'est pas tenue de répondre à un message direct hors des heures de bureau, ni d'effectuer une vigie en continu.

### 9.1.2 PROPOS INAPPROPRIÉS

La MRC s'engage à interagir avec les internautes dans le respect et avec ouverture d'esprit. Néanmoins, les internautes doivent observer ces mêmes règles lors d'échanges sur les réseaux sociaux.

La MRC se réserve le droit de retirer tout commentaire, image ou vidéo de sa page comportant :

- Des propos injurieux, haineux, xénophobes, racistes, diffamatoires, sexistes, homophobes ou mensongers;
- Des messages électroniques commerciaux comme de la publicité, des commentaires concernant la vente de produits et services, quels qu'ils soient;
- Des propos hors contexte;
- De l'information confidentielle comme des renseignements personnels.

Les messages écrits entièrement en lettres majuscules sont considérés comme des cris et peuvent également être retirés.

Dans le cas où une même personne formulerait des propos inappropriés à plusieurs reprises, celle-ci pourrait être exclue des espaces de discussion de façon temporaire ou permanente.

### 9.1.3 PLAINTES

Les plaintes ne sont pas traitées sur les réseaux sociaux. Les personnes requérantes doivent s'adresser à la MRC par téléphone, par courrier ou par courriel.

### 9.1.4 DEMANDES MÉDIA

Les demandes médiatiques ne sont pas traitées sur les réseaux sociaux. Les journalistes doivent s'adresser au Service des communications par courriel ou par téléphone.

### 9.1.5 USURPATION D'IDENTITÉ

Dans le cas où l'identité de la MRC serait utilisée de façon frauduleuse, la MRC doit d'abord dénoncer cette pratique auprès du réseau social concerné pour que la page ou le compte, les photos et tout document frauduleux soient supprimés. Advenant le cas où il y aurait atteinte à la réputation de la MRC, les directives sur les actions à prendre émaneront de la direction générale.

## 9.2 SÉANCES DU CONSEIL

Les séances du conseil de la MRC constituent la source d'information principale relativement aux décisions politiques. Le conseil se réunit une fois par mois en séance publique, à l'exception du mois d'août. Le calendrier des séances ordinaires pour l'année est disponible sur le site Web de la MRC, de même que les ordres du jour des séances et les procès-verbaux.

Des séances extraordinaires peuvent également être convoquées en tout temps suivant les règles prévues au *Code municipal du Québec*.

## 9.3 COMMUNIQUÉS DE PRESSE

La MRC de La Haute-Yamaska publie des communiqués de presse pour diffuser des nouvelles concernant ses services, ses activités, ses appels de projets, ses fonds, ses règlements ou toute autre information pouvant être d'intérêt public. La rédaction et l'envoi de ces communiqués relèvent exclusivement de la responsabilité du Service des communications.





## 9.4 INFOLETTRES ET BULLETINS MUNICIPAUX

La MRC utilise tous les moyens mis à sa disposition pour communiquer avec l'ensemble de ses publics. Ceux-ci incluent : les infolettres internes, ainsi que les infolettres et les bulletins municipaux des municipalités membres du territoire.

### 9.4.1 INFOLETTRES DE LA MRC

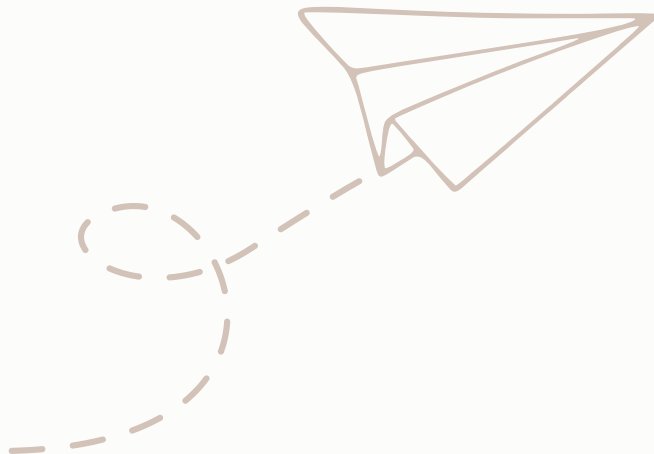
La MRC envoie plusieurs infolettres à des publics ciblés selon leurs champs d'intérêt. Elle utilise ces infolettres pour partager de l'information relative à l'actualité d'un service de l'organisation, ainsi qu'aux différents projets et services pouvant avoir un impact sur les destinataires de l'infolettre.

Lors de l'envoi de messages électroniques commerciaux (infolettres, SMS, messages sur les réseaux sociaux, courriels, cartes de souhaits, etc.), la MRC se conforme aux exigences de la *Loi canadienne antipourriel*, de la *Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels* et de ses politiques relatives au traitement des renseignements personnels. La MRC utilise une infolettre de façon ponctuelle afin de communiquer avec des groupes de personnes sur des sujets précis.

### 9.4.2 BULLETINS MUNICIPAUX ET INFOLETTRES DES MUNICIPALITÉS DU TERRITOIRE

Les bulletins municipaux sont l'un des outils de communication les plus appréciés et les plus consultés par la population! Ils visent à informer les communautés de toute l'actualité de leur municipalité locale. En collaboration avec les Services de communication des municipalités locales, la MRC profite de cette tribune pour publiciser certains messages d'intérêt.

Chaque mois, la MRC transmet et produit un document synthèse de ses principaux projets en cours. Le Service des communications est responsable de la rédaction de ce document.



## 9.5 ÉVÉNEMENTS ET PROTOCOLES

La planification, l'organisation et la coordination des événements officiels de la MRC de La Haute-Yamaska relèvent du Service des communications, à l'exception des événements liés au Réseau des Haltes gourmandes. Ce dernier travaille en étroite collaboration avec la direction du service concerné par la tenue de l'événement.

Types d'événement considérés comme officiels :

- Conférence de presse ou point de presse;
- Consultation publique;
- Soirée d'information;
- Lancement, dévoilement ou inauguration;
- Visites des locaux ou d'un site en particulier (ex. : écocentre);
- Autres.

### **Protocole lors des événements**

Lorsqu'elle organise un événement officiel, la MRC de La Haute-Yamaska respecte un certain protocole, soit un ensemble de règles et de codes en matière d'étiquette. La conformité à ce protocole démontre le professionnalisme de l'organisation à l'égard des invités et des dignitaires présents.

La **préséance** est l'ordre protocolaire déterminant une hiérarchie parmi les invités de marque présents. Elle est fixée par décret du gouvernement.

Au niveau de la **prise de parole**, la personne la moins importante s'exprime d'abord, et la plus importante, en dernier. Toutefois, c'est l'hôte qui parle en premier, même si une personne d'un rang hiérarchique inférieur doit prendre la parole.

Au niveau des **salutations**, on salue d'abord la personne qui occupe le niveau hiérarchique le plus élevé, en poursuivant par ordre décroissant. Afin d'abrégé les salutations, on ne mentionne que son titre, sans son nom. Autant que possible, on veille à ne pas faire plus de cinq salutations, *Mesdames et Messieurs* compris.

*Chers ministres (ou Mesdames et Messieurs les ministres)*

*Chers dignitaires (ou Mesdames et Messieurs les dignitaires)*

*Mesdames et Messieurs, chers invités,*

## 9.6 PUBLICATIONS OFFICIELLES

Toute publication officielle doit être conçue, révisée et produite par le Service des communications de la MRC, à l'exception des publications en lien avec le Réseau des Haltes gourmandes en Haute-Yamaska. Par publication officielle, la MRC entend tout dépliant, brochure, magazine, rapport, montage publicitaire, affiche ou autre destinés à l'externe de la MRC. Dans le cas d'une présentation à l'externe d'un contenu de la MRC, comme une présentation PowerPoint lors d'une conférence, le personnel de la MRC doit obligatoirement utiliser les gabarits fournis par le Service des communications.

Le contenu est de la responsabilité du service demandeur, étant donné qu'il maîtrise l'information qu'il souhaite communiquer dans la publication, mais le Service des communications se réserve le droit de de le vulgariser.

## 9.7 AFFICHAGE NUMÉRIQUE ET PHYSIQUE

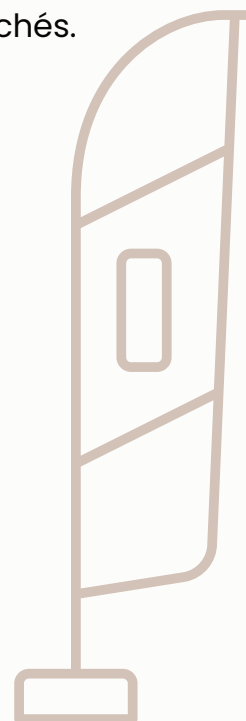
Pour l'organisation d'événements publics ou la diffusion d'information sur ses services, la MRC peut recourir à de l'affichage numérique sur les panneaux des municipalités de son territoire ou à de l'affichage physique dans ses bureaux, les bureaux des municipalités locales ou d'organismes connexes.

Pour les panneaux d'affichage numériques, il est de la responsabilité du Service des communications de la MRC de transmettre à temps aux municipalités concernées les demandes. Lorsque possible, la MRC peut fournir ses propres visuels. La MRC doit aussi indiquer à quel moment les messages doivent être affichés. Habituellement, la MRC limite ses publications à une ou deux par mois.

### 9.7.1 DRAPEAU, ORIFLAMME ET AUTRES

Le drapeau officiel de la MRC de La Haute-Yamaska, de même que ses oriflammes, bannières et autres font partie de son identité visuelle. Le Service des communications est donc chargé de gérer le protocole entourant leur utilisation.

Les oriflammes peuvent être utilisées pour promouvoir la MRC lors d'événements officiels organisés par elle ou par un partenaire. Le service demandeur doit s'assurer d'informer le Service des communications avant d'emprunter le matériel, ainsi que de le ramener dans des délais respectables, en bon état et au bon endroit.



## 9.8 PUBLICITÉS ET PLACEMENTS WEB

La planification des placements publicitaires, la réservation des espaces ainsi que la production des publicités sont gérées par le Service des communications. Par conséquent, aucun service de la MRC n'est autorisé à faire des placements publicitaires au nom de la MRC, à l'exception de la publication d'appels d'offres publics ou d'avis publics, qui sont de la responsabilité du Service des affaires juridiques, du greffe et des archives, de publicités en lien avec le Réseau des Haltes gourmandes, qui sont sous la responsabilité de la personne titulaire du poste d'agent de développement, Haltes gourmandes et marchés publics et des offres d'emploi, qui sont de la responsabilité des Services administratifs et ressources humaines.

## 9.9 CHRONIQUES À LA RADIO OU À LA TÉLÉVISION

**La MRC de La Haute-Yamaska prône une culture de compétence!** C'est pourquoi les chroniques à la radio, interventions télévisées ou toutes autres interventions de cette nature peuvent être réalisées par les professionnels directement concernés. Les demandes doivent toutefois passer par le Service des communications, qui peut agir en support au besoin.



## 9.10 CAPSULES VIDÉO

La MRC produit à l'occasion des capsules vidéo pour informer ou diffuser une information plus facilement explicable par la vidéo. Celles-ci sont diffusées sur les médias sociaux de la MRC (incluant son canal YouTube), ainsi que sur son site Web.

La coordination de projets entourant celles-ci est de la responsabilité du Service des communications, à l'exception de celles en lien avec le Réseau des Haltes gourmandes, en collaboration avec les services concernés.

## 9.11 OFFRES D'EMPLOI

L'affichage des offres d'emploi de la MRC de La Haute-Yamaska relève des Services administratifs et ressources humaines. Par conséquent, la rédaction, la révision, l'approbation du montage graphique, la réservation des espaces publicitaires sont sous la responsabilité de la direction des Services administratifs et ressources humaines.

Le Service des communications offre son support au niveau de la diffusion des offres d'emploi sur toutes les plateformes appropriées.

## 9.12 AVIS PUBLICS ET APPELS D'OFFRES PUBLICS

Les avis publics et les appels d'offres publics relèvent du Service des affaires juridiques, du greffe et des archives de la MRC. La rédaction, la révision, l'approbation du montage graphique et la réservation des espaces publicitaires sont sous sa responsabilité.

## 9.13 LIGNE INFO-COLLECTES

La MRC offre un soutien téléphonique à la population concernant la gestion des matières résiduelles. Étant une intervenante de première ligne, la personne affectée aux appels doit être informée des différentes communications de la MRC en lien avec la gestion des matières résiduelles et les écocentres en tout temps. Il est du devoir du Service des communications de lui transmettre tous renseignements concernant les publicités, les communiqués, les dépliants et tous autres outils de communication.

La personne préposée aux appels est également responsable de gérer la boîte courriel [infocollectes@haute-yamaska.ca](mailto:infocollectes@haute-yamaska.ca).

## RÉFÉRENCES

*Politique et procédures de communication*, Ville de Drummondville, 2016, Manuscrit (p 48), [https://www.drummondville.ca/wp-content/uploads/2017/08/Politique\\_communication\\_aout\\_2017\\_Web.pdf](https://www.drummondville.ca/wp-content/uploads/2017/08/Politique_communication_aout_2017_Web.pdf).

*Procédures et politique de communication*, MRC de Papineau, mars 2022, Manuscrit (p 30)

*Protocole et activités publiques : comment suivre les règles de la préséance*, Banque de dépannage linguistique, <https://vitrinelinguistique.oqlf.gouv.qc.ca/25143/la-redaction-et-la-communication/protocole-et-activites-publiques/comment-suivre-les-regles-de-la-preseance>

*Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels : RLRQ, chapitre A-2.1*, Gouvernement du Québec, à jour au 13 février 2024, <http://legisquebec.gouv.qc.ca/fr/document/lc/a-2.1>.