



# POLITIQUE DE COMMUNICATION ET D'UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX



Date d'adoption | 9 février 2021  
Numéro de résolution | 25-02-2021



## **POLITIQUE DE COMMUNICATION ET D'UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX**

---

### **VILLE DE COTEAU-DU-LAC**

La Ville de Coteau-du-Lac a créé en 2020 un Service des communications, des loisirs et des relations avec le milieu. Cette démarche vise à accroître ses liens avec la communauté et à améliorer la diffusion de l'information auprès de ses différents publics.

La communication représente une fonction essentielle à l'atteinte des objectifs de l'organisation publique. Un employé et un citoyen bien informés constituent un atout indéniable dans l'accomplissement de notre mandat municipal.

Il est donc impératif de bien définir les attentes quant aux communications municipales et de préciser comment elles seront actualisées.

#### **1. OBJECTIFS DE LA POLITIQUE**

La politique a pour objectif de définir l'ensemble des outils de communication dont dispose la Ville, d'identifier à qui revient la gestion de ces outils et, plus globalement, à définir le rôle du personnel et des élus en matière de communication.

#### **2. RÔLES DU SERVICE DES COMMUNICATIONS, DES LOISIRS ET DES RELATIONS AVEC LE MILIEU**

Le Service des communications, des loisirs et des relations avec le milieu (Service des communications) a pour mission de soutenir et de contrôler l'ensemble des activités d'information, de communication, de promotion et de relations publiques de la Ville. Il veille à transmettre une information de qualité et constante, à l'aide d'outils et de stratégies adaptés aux différents publics internes et externes. Le Service des communications veille également au rayonnement de la Ville en projetant une image positive et dynamique et en protégeant sa réputation.

Le Service des communications joue un rôle-conseil auprès des autres services municipaux en orientant leurs démarches en matière de communication et de marketing. Il soutient les directeurs de service dans l'élaboration des outils et stratégies de communication en fonction de leurs besoins et projets respectifs.

La qualité, la justesse et les délais de communication reposent en bonne partie sur l'information que le Service des communications reçoit du maire, de la direction générale, des directeurs de

service ou des employés-cadres, lesquels sont responsables d'alimenter adéquatement le Service des communications, dans des délais réalistes pour permettre la mise en branle d'actions et d'outils.

Il est attendu que le Service des communications contribue, à l'aide des principes reconnus d'une communication efficace, à :

- Faire savoir (informer)
- Faire connaître et mettre en valeur (promouvoir)
- Faire comprendre (expliquer et échanger)
- Faire adhérer (susciter l'engagement et la fierté)
- Faire participer (mettre en action)

## **2.1 Identification des publics cibles**

### Publics internes

Employés municipaux  
Membres du conseil municipal  
Directeurs de service

### Publics externes potentiels (selon les projets)

Citoyens résidents  
Commerces, industries et organisations  
Médias locaux, régionaux et provinciaux  
Touristes ou citoyens limitrophes  
Fournisseurs  
Organismes du milieu  
Partenaires  
Organisations et institutions gouvernementales

## **2.2 Communications politiques et administratives**

La communication politique représente toute déclaration, verbale ou écrite, relative aux affaires et visions municipales n'ayant pas fait l'objet d'une adoption et décision du conseil municipal par voie de résolution. Toute communication de nature politique ne devrait pas impliquer l'administration municipale. En aucun cas le Service des communications ne doit s'occuper des responsabilités afférentes aux communications politiques des membres du conseil municipal.

On considère une communication administrative lorsque celle-ci fait suite à une décision du conseil municipal ou de l'administration. Toute communication administrative servant à informer le public sur un nouveau service, un projet, un règlement ou une activité de la Ville relève du Service des communications.

## **3. RÔLES ET RESPONSABILITÉS**

### 3.1 Du maire

À titre de chef du conseil et représentant de l'administration municipale, le maire est le premier répondant en matière de communication pour la Ville et est désigné comme porte-parole officiel.

Il a le donc le privilège de faire des annonces verbales, écrites ou en vidéo relativement aux affaires municipales, agissant ainsi en fonction des pouvoirs que lui confère la législation provinciale. Le maire peut s'adresser au public en son nom personnel ou au nom de la Ville. Idéalement, le maire devrait au préalable aviser la direction générale ou le Service des communications de ses déclarations.

### 3.2 Des membres du conseil municipal

Les conseillers municipaux peuvent faire des déclarations et émettre des opinions à condition de respecter en tout temps le Code d'éthique et de déontologie des élus municipaux de la Ville de Coteau-du-Lac. Par contre, aucun membre du conseil, à l'exception du maire, ne peut faire d'annonces qui engagent l'ensemble du conseil ou la Ville, à moins que cette responsabilité lui ait été spécifiquement confiée ou qu'une décision sur le sujet ait été rendue par le conseil municipal par voie de résolution. Aucun membre du conseil, par souci de confidentialité, ne peut émettre d'information sur des sujets ou projets ayant fait l'objet de discussions administratives à l'interne.

Effectivement, outre les lois à caractère municipal et le code d'éthique des élus, le *Code civil du Québec* impose certaines obligations aux membres du conseil. L'article 323 touche particulièrement la divulgation d'information. Au sens du *Code civil*, le membre du conseil municipal, à titre d'administrateur, ne doit pas utiliser, à son profit ou au profit d'un tiers, l'information qu'il obtient en raison de son statut de membre du conseil municipal ou d'autres fonctions qu'il occupe pour la municipalité, à moins qu'il ne soit autorisé à le faire (art. 323 Code civil). Cette dernière obligation de ne pas utiliser l'information impose une obligation de confidentialité au membre du conseil municipal relativement à ce qu'il apprend en raison de sa fonction, tant et aussi longtemps que cette information ne devient pas publique. À titre d'exemple, un membre du conseil municipal qui est informé et qui participe à une discussion en caucus relativement à un projet de changement de zonage ne pourra révéler cette information ni l'utiliser directement ou indirectement avant qu'elle ne soit rendue publique lors de la séance du conseil municipal où il en sera discuté.

Même lorsqu'une décision est rendue sur un sujet par le conseil municipal, il est recommandé de vérifier avec l'administration municipale la stratégie de communication qui sera adoptée pour l'annonce officielle. Dans certaines situations, une organisation interne, des étapes ou des délais peuvent s'avérer nécessaires avant que l'administration soit prête à diffuser toute l'information et/ou à recevoir des demandes de citoyens. Ou encore, il peut être nécessaire de nuancer ou préciser une information avant sa diffusion publique, pour une meilleure compréhension et appropriation du citoyen.

Les conseillers municipaux :

- prennent part, comme représentants de la Ville, à différentes activités dans la collectivité. Les invitations aux divers événements de la Ville proviennent généralement du maire ou de la direction générale, ou du Service des communications. Ils
- Peuvent être appelés à agir comme porte-parole officiel lorsqu'ils sont spécialement désignés pour le faire.

- veillent à connaître les différents mouvements d'opinion publique et en à informer le maire et la direction générale.
  - avisent le maire, la Direction générale ou le Service des communications de toute situation susceptible de générer une demande de la part des médias ou concernant des dossiers pouvant faire l'objet de controverse dans l'opinion publique.
- s'assurent, lorsque requis dans le cadre d'une représentation officielle, d'obtenir le soutien du Service des communications dans le cadre de leurs fonctions.

### 3.3 De la Direction générale

La Direction générale peut faire toute déclaration publique (verbale ou écrite) liée au fonctionnement de l'administration municipale. Elle peut déléguer son pouvoir à un directeur de service si elle le juge approprié.

À l'externe :

- La Direction générale est un porte-parole officiel de la Ville concernant les sujets administratifs et d'intérêt général.
- Elle assure le rôle de représentant administratif de la Ville.
- Elle connaît les principaux mouvements d'opinion publique et les partage avec son équipe.
- Elle avise le Service des communications et le maire de toute situation susceptible de générer une demande de la part des médias ou de faire l'objet d'une controverse.

À l'interne :

- La Direction générale prend le leadership des communications internes.
- Elle s'assure de véhiculer, auprès des directeurs de service, toute l'information pertinente à faire connaître au personnel.
- Elle connaît et transmet les mouvements d'opinion des employés et s'assure de répondre à leurs préoccupations.
- Elle gère les relations entre les membres du conseil municipal et les employés.
- Elle encourage la communication et le partage d'information entre les différents services.

### 3.4 Des directeurs de service

Les directeurs sont responsables de transmettre les directives et décisions du conseil à leurs employés afin que ceux-ci soient en mesure de répondre adéquatement aux demandes des citoyens. Les directeurs de service peuvent être appelés à faire des déclarations publiques lorsque demandé par la direction générale ou le Service des communications, toujours dans le respect de leur code d'éthique et de déontologie.

Ils sont responsables d'aviser la Direction générale, le maire ou le Service des communications de toute situation pouvant générer une demande de la part des médias ou susceptibles de faire l'objet d'une controverse.

Ils sont responsables d'alimenter adéquatement le Service des communications et de transmettre, dans des délais convenables, toute information devant être relayée dans la communauté ou devant faire l'objet d'une communication de presse. Chaque service est également responsable de fournir une information juste et à jour quant au contenu à diffuser sur le site Web de la Ville.

### 3.5 Du responsable du greffe

Le Service du greffe est responsable de l'application de la *Loi sur l'accès aux documents d'organismes publics et sur la protection des renseignements personnels*. Toute demande en ce sens doit être acheminée à ce dernier par écrit. Le Service du greffe est également responsable des communications concernant les avis publics, les séances du conseil, les consultations publiques et en général tout ce qui découle des affaires juridiques ou légales.

### 3.6 Du directeur du Service de sécurité et incendie

Le directeur du Service de sécurité et incendie peut être appelé à intervenir rapidement auprès des médias. En raison d'informations pouvant être confidentielles, délicates ou faire l'objet d'enquêtes, il est important de respecter le rôle du porte-parole. Le directeur du Service de sécurité et incendie est le porte-parole autorisé pour représenter l'organisation municipale pour ce service, il est le seul autorisé à communiquer avec les médias à titre de représentant officiel de la Ville et de son service, à pouvoir transmettre à toute clientèle externe des informations touchant la sécurité publique. Il peut néanmoins désigner un substitut ou un représentant au sein de son équipe pour occuper cette fonction de porte-parole. En situation de mesure d'urgence, il peut également avoir à prendre le leadership de la communication. Ce rôle sera attribué et confirmé si applicable par le coordonnateur de la sécurité civile, soit la direction générale.

### 3.7 Des employés municipaux

Tout employé municipal agit comme un ambassadeur de la Ville. Il doit offrir une prestation de services de qualité aux citoyens, avec l'approche d'un excellent service à la clientèle et en adoptant une attitude positive et de loyauté envers son employeur.

Les employés municipaux n'ont pas l'autorisation de faire des déclarations officielles, verbales ou écrites, au nom de la Ville, à moins d'y avoir été autorisés. À la fois dans sa prestation de service que dans ses déclarations personnelles diffusées publiquement, l'employé doit constamment respecter son code d'éthique et de déontologie. Il veille à transmettre une information exacte aux citoyens, en lui offrant l'accompagnement si nécessaire.

L'employé redirige toute demande de médias au directeur des Service des communications ou au directeur du Service de sécurité et incendie le cas échéant. En son absence, les demandes de médias doivent être acheminées à la Direction générale ou au directeur de service concerné.

L'employé doit aviser son supérieur immédiat de toute situation susceptible de générer une demande de la part des médias ou de faire l'objet d'une controverse.

#### **4. COMMUNICATIONS INTERNES**

La communication interne permet à la Direction de communiquer adéquatement avec ses employés. Elle permet de participer à forger le sentiment d'appartenance des employés et en faire des vecteurs de transmission de l'information, des ambassadeurs auprès de la population.

L'objectif de la communication interne est de favoriser la bonne circulation de l'information entre les employés, les gestionnaires et les élus.

Parmi les moyens de communication interne utilisés par la Ville, notons :

- La transmission de l'infolettre municipale, relayée à l'interne, à tous les usagers.
- La production de notes de service par la Direction générale.
- L'envoi d'un sommaire des dossiers traités à la suite de chaque séance du conseil, incluant une copie de l'ordre du jour.
- L'envoi du lien permettant de visionner la captation de la séance la plus récente, dès sa mise en ligne.
- La tenue de rencontres de direction et des rencontres de services.

Pour les envois de courriels internes, le groupe de destinataires « All Users » et celui « Conseil municipal » doivent être utilisés seulement avec l'accord ou à la demande de la Direction générale, à moins bien entendu d'une urgence à communiquer.

#### **5. RELATIONS CITOYENNES**

Nous encourageons une approche axée sur le service à la clientèle. Nos contacts avec les citoyens et partenaires doivent être en tout temps courtois. L'employé doit intervenir de façon professionnelle, c'est-à-dire avec politesse, rapidité, discrétion et confidentialité, dans le respect du citoyen et de l'employeur, en allant chercher l'information adéquate auprès du responsable de dossier.

##### 5.1 Traitement des requêtes

Les requêtes liées à la voirie et aux travaux publics (collectes, infrastructures et sécurité routières, aqueduc, autres infrastructures et bâtiments municipaux) doivent être acheminées au Service du génie et des travaux publics au 450 763-5822, poste 242 ou à travauxpublics@coteau-du-lac.com. En dehors des heures d'ouverture, la ligne 311 doit être utilisée et encouragée. Les autres demandes de services, plaintes et requêtes doivent être acheminées au service concerné.

Les plaintes et requêtes reçues sur les réseaux sociaux et par courriel sont transmises aux services concernés. Il est alors de mise de répondre à l'utilisateur en lui indiquant que son commentaire ou sa demande sera transmise à qui de droit dans l'organisation municipale. Il peut arriver qu'on demande à un usager d'acheminer directement sa demande à un professionnel dans l'organisation municipale en lui fournissant les coordonnées requises. À l'inverse, il pourrait arriver qu'on demande les coordonnées de l'utilisateur afin que les ressources de la Ville puissent le contacter directement afin d'assurer le suivi.

##### 5.2 Courriels

Tous les employés doivent avoir une signature de courriel comportant leurs coordonnées complètes sur tous les messages envoyés, incluant les réponses et les transferts. Le format de la signature de courriel devrait être la même pour tous les employés municipaux. Un message automatique d'absence ou de vacances doit être enregistré lorsqu'applicable, notamment pour les absences de plus d'une journée. Le message doit indiquer la durée de l'absence ainsi que les coordonnées d'une personne-ressource à contacter à l'interne.

Surtout pour les fonctions d'accueil et de service à la clientèle, les messages entrants doivent être lus régulièrement, et la boîte de réception ouverte dès l'entrée au travail.

### 5.3 Messages vocaux

Chaque employé est responsable de mettre à jour sa boîte vocale lors d'absences prolongées (plus de 2 jours consécutifs) ou de vacances en indiquant la durée de leur absence et en fournissant les coordonnées d'une personne-ressource à contacter. La boîte vocale générale de l'hôtel de ville doit également être mise à jour périodiquement par la directrice du Service des communications ou le Directeur des technologies de l'information.

Les messages entrants doivent être pris régulièrement, dont une première fois en rentrant le matin.

## **6. CANAUX SORTANTS ET MOYENS DE COMMUNICATION**

### 6.1 Affichage

Tout affichage municipal, incluant les affiches de type "poster", comportant le logo de la Ville doit être approuvé par le Service des communications et le département auquel le sujet se rapporte. Idéalement, tous les projets d'affichage sont soumis au Service des communications préalablement à leur réalisation afin de susciter une réflexion quant aux besoins identifiés et les stratégies à adopter.

Les panneaux d'affichage extérieurs, tels qu'enseignes et oriflammes, doivent obligatoirement faire l'objet d'une demande au Service de l'urbanisme et de l'environnement afin d'assurer la conformité avec les règlements en vigueur.

La production des panneaux de signalisation routière relève quant à elle essentiellement du Service du génie et des travaux publics.

### 6.2 Affichage électronique

Le Service des communications est mandaté pour diffuser des renseignements d'intérêt public de nature administrative sur le panneau d'affichage numérique extérieur lui appartenant. Aucun message à caractères politique et/ou religieux n'y est diffusé. Les messages lucratifs ne sont pas encouragés. En grande majorité, les messages diffusés sont d'ordre municipal : événements, collectes spéciales, avis d'urgence, sécurité publique, etc. Le Service des communications se réserve aussi le droit d'accueillir ou non les messages d'intérêt public provenant des organismes du milieu et de ses partenaires institutionnels locaux.

### 6.3 Avis publics, appels d'offres publics et consultations publiques

Les avis publics, les appels d'offres publics ainsi que les consultations publiques relèvent de l'assistante-greffière et responsable de l'accès à l'information. La rédaction, la diffusion et la réservation des espaces publicitaires liées à ces activités sont sous sa responsabilité. Le Service des communications agit en soutien.

### 6.4 Événements et initiatives spéciales

La tenue de tout événement ou la mise sur pied de toute initiative ayant des retombées dans la communauté doit être communiquée à la Direction générale avant d'être diffusée plus largement.

### 6.5 Infolettre

L'infolettre est diffusée régulièrement, idéalement aux 2 semaines. La fréquence de diffusion peut varier en fonction de la quantité et de l'urgence de l'information à transmettre. Les différents départements sont responsables d'acheminer au Service des communications les renseignements qu'ils voudraient voir diffuser dans l'infolettre. Le contenu est déterminé par le Service des communications.

### 6.6 Médias sociaux

Consultez l'**annexe A** pour la section « Utilisation des médias sociaux ».

### 6.7 Objets promotionnels

La communication par l'objet peut être utile pour promouvoir l'image de la Ville. Les outils qui sont destinés à être donnés au public externe doivent être approuvés par la Direction générale.

### 6.8 Papeterie

Il y a lieu, au renouvellement de la papeterie, de vérifier si la signature visuelle doit être revue ou améliorée. De même, les cartes professionnelles doivent être, au préalable, validées avec le Service des communications afin d'assurer une uniformité.

### 6.9 Placement publicitaire

Les placements publicitaires, que ce soit dans les médias traditionnels imprimés ou les médias électroniques, doivent être autorisés par la Direction générale. Le montage visuel doit quant à lui être validé avec le Service des communications.

### 6.10 Publications imprimées de masse

Les documents et publications d'information portant le logo de la Ville et destinés à être diffusés largement, en excluant la correspondance usuelle et les documents administratifs courants, doivent être validés par le Service des communications. Si des besoins d'outils sont exprimés par un service, la personne responsable du dossier devrait en aviser rapidement le Service des communications afin de travailler conjointement sur une ébauche, la définition d'une signature visuelle si requise et la gestion du mandat à l'externe (montage graphique et/ou impression).

Les outils peuvent prendre différentes formes selon l'information à diffuser et le public à joindre. Les outils peuvent et doivent changer avec le temps, en fonction de l'évolution des besoins. Il importe de remettre en question les outils en fonction des objectifs à atteindre et les réels besoins de la communauté.

Les outils imprimés les plus souvent utilisés par la Ville de Coteau-du-Lac :

- Revue municipale et carnet loisir (3 à 4 / année)
- Calendrier annuel
- Dépliants, cartons d'information et feuillets
- Constats d'infraction
- Accroche-porte

Rappelons que les différents départements sont responsables de transmettre au Service des communications, dans les délais convenus, les renseignements qu'ils souhaitent voir diffuser dans la revue municipale ou autres véhicules d'information.

#### 6.11 Site Web [www.coteau-du-lac.com](http://www.coteau-du-lac.com)

Considéré comme le principal vecteur de communication, le site Web de la Ville devrait détenir tous les renseignements en lien avec les services municipaux.

Plusieurs usagers municipaux peuvent avoir accès à la section « administration » du site Web. Différents services peuvent effectivement procéder à des mises à jour, à des ajouts ou retraits d'information aux sujets qui les concernent directement. L'actualisation des listes, règlements, formulaires, répertoires, calendriers d'activités ou autres relève de la responsabilité des services concernés.

Par contre, avant d'apporter des modifications dans les onglets de menu et dans la section « Actualités », il est prié de valider avec le Service des communications. De même, les usagers qui apportent des modifications substantielles aux pages devraient en informer le Service des communications.

Tous les employés sont invités à relayer au Service des communications les erreurs qui se trouvent sur le site Web et à suggérer la mise à jour de certains contenus qui pourraient être désuets.

## **7. RELATIONS DE PRESSE**

### 7.1 Relations publiques

Le Service des communications est le point de convergence et la porte d'entrée des médias. Toutes les demandes de journalistes devraient donc être acheminées au Service des communications. Il a le mandat de répondre ou d'assurer qu'une réponse soit donnée à leurs questions dans les meilleurs délais, avec neutralité et transparence dans l'intérêt supérieur des citoyens.

Les personnes suivantes sont désignées pour répondre aux médias et parler au nom de l'organisation municipale :

- Le maire pour des commentaires sur les orientations politiques et les décisions du conseil municipal.
- Le directeur général pour toutes les questions liées à l'administration municipale générale, ou le directeur des communications en son remplacement.
- Les directeurs des services municipaux pour des informations techniques liées à leur champ d'expertise, à la demande du Service des communications ou du directeur général.

## 7.2 Conférences de presse et points de presse

Une conférence de presse doit porter sur un sujet jugé d'importance et sur lequel il importe de donner certains détails qu'il est plus facile de livrer verbalement que par voie de communiqué écrit. Les conférences de presse sont convoquées et organisées par le Service des communications. Idéalement, les convocations sont transmises une dizaine de jours avant sa tenue.

Quant à l'ordre de passage des orateurs, l'usage veut que la personne la plus importante parle en dernier, toutefois, à titre d'hôte, le maire peut prendre la parole en premier pour souhaiter la bienvenue. S'il le souhaite, le maire peut intervenir à nouveau à la fin de la conférence pour saluer l'auditoire et remercier son équipe.

L'attribution d'un rôle d'animateur peut varier selon le sujet traité, le nombre d'orateurs, le nombre d'invités et le protocole (article 8). L'animateur assure le mot de bienvenue et présente les dignitaires présents par ordre d'importance. Il est également responsable de gérer la période de questions à la fin de la conférence. Les demandes d'entrevues individuelles sont gérées par le Service des communications.

Le point de presse est aussi convoqué par le Service des communications, généralement avec un court délai. Il sert à rencontrer seulement des journalistes pour éclaircir un sujet, par exemple, ou pour expliquer une décision.

## 7.3 Communiqués de presse

Tout communiqué de presse portant le logo de la Ville doit être approuvé par le Service des communications et la Direction générale. Idéalement, la directrice des communications participe à sa rédaction en collaboration avec le service concerné. Le service concerné doit fournir les renseignements appropriés, dans les meilleurs délais, et être en mesure de proposer des réponses aux questions susceptibles d'être posées.

# **8. PROTOCOLE**

## 8.1 Drapeaux

On ne place qu'un drapeau par hampe ou par mât. Lorsqu'il y a plus d'un drapeau, ils doivent

être de mêmes dimensions. Les hampes, les mâts et les fleurons (décoration à l'extrémité du mât) doivent être identiques.

Le drapeau d'un État souverain a préséance sur celui d'une province, qui a préséance sur le drapeau d'une ville. La préséance est habituellement basée sur l'ordre alphabétique du nom. Elle ne définit pas un ordre d'importance, les États souverains étant considérés comme égaux.

Dans les cérémonies officielles du gouvernement du Québec, le drapeau du Québec a préséance. Ceux des provinces et des territoires canadiens doivent pour leur part être placés selon la date d'entrée dans la Confédération et non selon l'ordre alphabétique ou l'ordre géographique.

Si le pavoisement compte deux drapeaux, on place le drapeau ayant préséance à gauche du point de vue de l'observateur. Pour trois drapeaux, on place au centre celui ayant préséance. On place le deuxième à gauche, puis le troisième, à droite.

### 8.2 Mise en berne des drapeaux

Les drapeaux sont mis en berne pour rendre hommage aux anciens maires, pour souligner des deuils nationaux ou provinciaux ainsi que lors du jour du Souvenir. Le drapeau en berne devrait se trouver à mi-mât, ouvert.

### 8.3 Ordre de préséance

Lors d'événements protocolaires, l'ordre de préséance devrait être, dans l'ordre, du premier au dernier :

- Ministre fédéral
- Ministre provincial
- Représentant fédéral
- Représentant provincial
- Préfet
- Maire
- Membre du conseil municipal
- Directeur général
- Directeur de service
- Employé municipal

## **9. UTILISATION DE L'IMAGE DE LA VILLE**

Il est interdit d'utiliser le logo de la Ville ainsi que tout document ou image officielle associée à la Ville sans l'obtention d'une autorisation.

## 10. MESURE D'URGENCE

Les situations d'urgence peuvent se présenter sous différentes formes et différents niveaux d'alerte :

- Bris d'aqueduc
- Coupure d'eau
- Eau contaminée
- Émanation toxique
- Inondation
- Panne de courant généralisée
- Pandémie
- Explosion
- Évacuation
- Déraillement
- Etc.

Il est impératif que les responsables du sujet concerné maintiennent une communication continue et adéquate avec la Direction générale et le Service des communications de façon à diffuser le plus adéquatement possible l'information auprès des citoyens. Lorsque l'ampleur de l'événement le nécessite, un employé devrait être désigné comme pivot au sein de l'équipe concernée afin d'assurer une courroie de transmission rapide avec la Direction générale et le Service des communications.

En situation de mesure d'urgence, la Mission communication pourrait regrouper différents employés et même des intervenants externes pour déployer efficacement les stratégies. La direction du Service des communications travaille étroitement avec le coordonnateur et le directeur des mesures d'urgence qui sont les responsables du message à être relayé par la Mission communication.

Le système d'appels automatisés sert principalement la fonction d'urgence.

## ANNEXE A

---

### UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX

Les médias sociaux constituent une vitrine informative, rapide et efficace, qui permet d'étendre la portée des actions de communication en joignant directement les publics. Il est impératif de maximiser l'utilisation des plateformes pour mieux informer les citoyens. L'instantanéité des médias sociaux et leur pénétration dans le milieu font en sorte que le canal municipal devient la source d'information la plus rapide de diffusion.

Les médias sociaux administrés par la Ville de Coteau-du-Lac sont des lieux d'échange et d'information. Ils reposent sur les principes d'interaction, de collaboration et de partage de contenu. L'ensemble des citoyens est invité à prendre part aux différentes discussions et à poser des questions dont les réponses peuvent être profitables à toute la communauté.

Afin d'y préserver un climat de courtoisie et des échanges respectueux, le présent document vise à encadrer leur utilisation. Il établit les règles essentielles de conduite et d'utilisation pour tous les usagers, et ce, dans le but d'en optimiser l'efficacité et le potentiel.

En plus des lignes directrices énoncées dans le présent document, le code d'éthique et de déontologie, les lois, les règlements et les politiques auxquels la Ville, ses employés, ses élus et ses collaborateurs sont assujettis doivent s'appliquer dans l'utilisation des médias sociaux.

Il est à noter que les médias sociaux ne se substituent pas aux autres outils de communication utilisés par la Ville de Coteau-du-Lac. Il s'agit d'un complément.

#### **TERMINOLOGIE**

Si un mot ou un terme n'est pas spécifiquement prévu ci-après, il a le sens communément attribué à ce mot ou à ce terme. Dans la présente politique, les expressions ou les mots ci-dessous ont la signification suivante, sauf si le contexte exige un sens différent :

**Administrateur (administrer) :** désigne une personne autorisée à gérer entièrement un réseau social.

**Compte :** désigne une page existante sur les médias sociaux. Cette page peut être attribuée à une personne, à une organisation, à une activité ou à un événement.

**Éditeur (éditer) :** désigne une personne qui est seulement autorisée à faire des publications ou à modifier des publications sans avoir accès à tous les paramètres du compte. Par exemple, un éditeur ne pourrait pas supprimer une page.

Information : Une information publiée peut prendre la forme d'un texte écrit ou d'une image.

Pages ou comptes connexes : il s'agit d'une page reliée à une activité précise de la Ville, mais qui n'est pas la page principale de l'administration municipale.

Ville : Ville de Coteau-du-Lac.

## 1. MÉDIAS SOCIAUX UTILISÉS PAR LA VILLE

Les médias sociaux désignent l'ensemble des services permettant de développer des conversations et des interactions sociales sur internet ou en situation de mobilité. À l'heure actuelle, la Ville de Coteau-du-Lac et ses services possèdent les comptes suivants, sur les réseaux respectivement identifiés :



Facebook

Ville de Coteau-du-Lac  
Marché de Noël  
Anima-Jeunes  
Incendie Coteau-du-Lac  
Pavillon Wilson  
Bibliothèque Jules-Fournier



Instagram

Ville de Coteau-du-Lac



LinkedIn

Ville de Coteau-du-Lac



Twitter

Ville de Coteau-du-Lac (non utilisé)

La liste des comptes utilisés par la Ville est susceptible d'être modifiée à tout moment.

## 2. LIGNE ÉDITORIALE

La Ville de Coteau-du-Lac s'assure de rester neutre quant aux opinions politiques et religieuses sur ses différents médias sociaux. La Ville est un organisme impartial.

Elle peut néanmoins diffuser des opinions en lien avec son administration, en défendant ou expliquant une position publiquement. Dans un tel cas, le contenu de la publication doit être autorisé ou signé par la Direction générale ou le maire.

Les propos ou les vidéos du maire, à titre de porte-parole officiel de la Ville, peuvent être partagés sur le compte de la Ville de Coteau-du-Lac, sauf durant la période électorale municipale.

### **3. GESTION DES MÉDIAS SOCIAUX**

La création de comptes sur les médias sociaux devra être analysée et planifiée avec le Service des communications, des loisirs et des relations avec le milieu (Service des communications). Selon la complémentarité des messages et la clientèle visée, la responsabilité revient au Service des communications de confirmer la création de nouveaux comptes ou la suppression de comptes existants.

Il revient également au Service des communications de désigner les rôles de gestion (administrateurs vs éditeurs) pour les pages et comptes qui seront créés.

Le directeur des technologies de l'information doit avoir accès à tous les comptes et constitue une personne-ressource à consulter pour toutes les plateformes technologiques.

Les personnes autorisées à gérer les médias sociaux à titre d'administrateurs, en fonction des comptes, sont :

- Directeur(rice) des communications (tous les comptes)
- Régisseuse Sport Loisir et Culture (tous les comptes)
- Régisseur Culture Loisir et Événement (Pavillon Wilson)
- Régisseuse Bibliothèque Jules-Fournier (Bibliothèque)
- Préventionniste, Service des incendies (Incendie Coteau-du-Lac)
- Toute autre personne attitrée à la Mission Communication en situation de mesures d'urgence.

Sont autorisées à éditer seulement, avec l'autorisation de leur supérieur, les personnes suivantes :

- Commis de bibliothèque lorsque désigné (Bibliothèque)
- Adjoints responsables du camp de jour lorsque désigné (Camp de jour Anima-Jeunes)

Toute publication sur les réseaux sociaux au nom de la Ville doit être effectuée par des personnes autorisées. Les employés non autorisés ne peuvent en aucun cas parler au nom de la Ville dans leurs publications. Nul ne peut donc utiliser un compte personnel ou non reconnu par la Ville pour faire des annonces, faire de la sensibilisation ou informer les citoyens au nom de la Ville de Coteau-du-Lac.

### **4. RÔLES ET RESPONSABILITÉS**

Le Service des communications est responsable des messages officiels, c'est-à-dire de transmettre des nouvelles ou des décisions qui relèvent de l'administration municipale. Les pages connexes à la Ville doivent attendre la communication et la position officielle de la Ville avant de la communiquer sur leurs comptes.

Les comptes qui sont créés sous un autre nom que Ville de Coteau-du-Lac ne sont pas sous la responsabilité quotidienne du Service des communications. Le Service des communications peut intervenir en soutien et assurer la gestion d'un compte après entente avec la personne responsable du service concerné.

Les responsables de service et administrateurs autorisés qui gèrent des comptes connexes doivent s'assurer de la qualité et de la véracité des publications, de l'image de la Ville et de respecter en tout temps la présente politique.

Les différents services de la Ville sont responsables de fournir au Service des communications toute l'information nécessaire et complète pour alimenter les comptes et informer adéquatement la population.

#### Utilisation d'images, de vidéos et autres

La *Loi sur le droit d'auteur*, la législation concernant la propriété intellectuelle et la *Charte des droits et des libertés* s'appliquent aux médias sociaux. Tous les administrateurs et éditeurs doivent donc s'assurer de respecter les droits d'auteur et la vie privée dans leurs publications.

Il peut être nécessaire d'indiquer la source des fichiers visuels publiés. Il importe de ne jamais publier la photo d'une personne sans son consentement.

#### Politique de confidentialité

Chaque utilisateur a la responsabilité personnelle de ses commentaires et des renseignements qu'il fournit ainsi que la responsabilité de protéger sa vie privée et de respecter la vie privée des autres.

#### Publications de réponses et commentaires sur les comptes associés à la Ville

La publication de réponses et commentaires, en mode privé ou public, peut se faire par les administrateurs et éditeurs autorisés de chaque compte, par le compte concerné et non à partir de leur compte personnel.

#### Publications sur des pages externes

Les publications engageant l'administration municipale et les affaires publiques doivent être faites exclusivement par les administrateurs du compte Ville de Coteau-du-Lac et non les comptes associés, et ce à partir du compte Ville et non du compte personnel.

#### Ton et nature des échanges

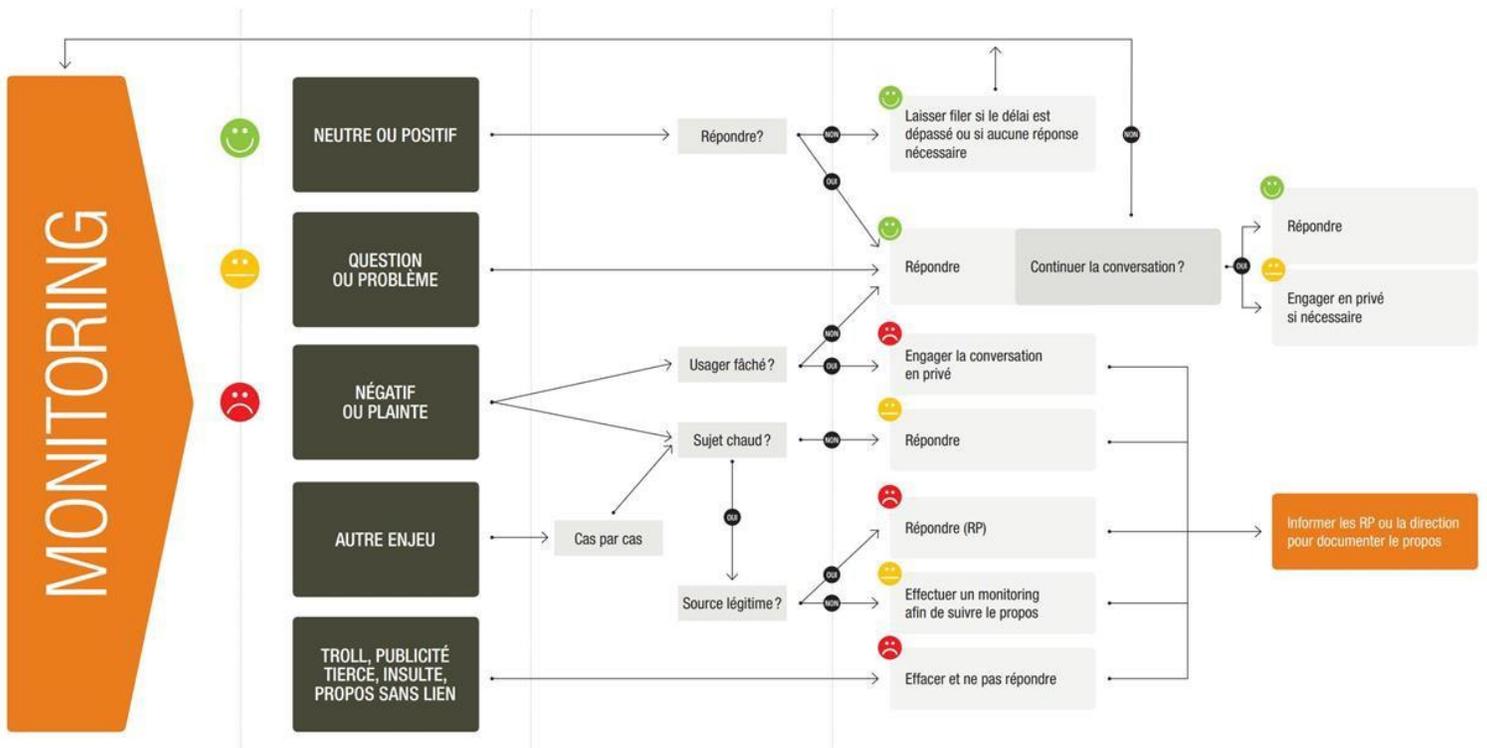
En tout temps, un ton courtois et professionnel doit être utilisé. Le recours à la majuscule pour écrire des mots complets et de phrases est à proscrire, puisque cela exprime un cri. L'humour doit être utilisé avec prudence et en faisant preuve de jugement. On ne devrait jamais utiliser l'humour dans des messages qui concernent des situations personnelles aux usagers ou qui touchent les valeurs individuelles.

Pour éviter toute maladresse ou dérapage, il est recommandé de :

- Se référer aux personnes compétentes : on se limite à son domaine d'expertise, on s'assure ainsi de donner un meilleur service en dirigeant les interlocuteurs vers les sources appropriées et reconnues.
- Ne pas toujours répondre : il n'est pas nécessaire de répondre à tous les commentaires. Il faut résister à l'envie de répliquer lorsqu'un commentaire négatif est associé à la Ville afin de ne pas alimenter la polémique. Il est demandé d'informer le Service des communications ou la Direction générale lorsqu'on évalue qu'un sujet est délicat, qu'il génère de vives réactions. Se référer au schéma de gestion des commentaires (ci-dessous) inspiré de l'Observatoire des médias sociaux en relations de l'Université Laval.
- Ne jamais écrire quelque chose qu'on ne serait pas prêt à dire à voix haute ou devant les usagers.

**SCHEMA DE GESTION DES COMMENTAIRES**

Schéma inspiré de l'Observatoire des médias sociaux en relations



## 5. CONTENU

Les médias sociaux doivent véhiculer des informations exactes et véridiques. Il est permis et encouragé d'aborder différents sujets sur les médias sociaux, toujours dans le respect des conditions d'utilisation des différents médias utilisés.

De façon générale, les publications de la Ville et des comptes connexes rapportent :

- Des événements et activités organisés par la Ville ou dont elle est partenaire
- Des nouvelles municipales
- Des nouvelles gouvernementales touchant la population coteaulacoise
- Des actualités régionales concernant le territoire
- Des nouvelles d'organismes reconnus par la Ville de Coteau-du-Lac
- Des alertes et renseignements utiles aux citoyens

Le compte de la Ville de Coteau-du-Lac peut également publier de l'information concernant des organisations ou entreprises privées, aux conditions suivantes :

- S'ils font partie d'une campagne de promotion activée par la Ville ou à laquelle participe la Ville.
- S'ils sont partenaires ou commanditaires d'un événement organisé par la Ville ou auquel la Ville est associée.
- Lorsqu'il s'agit d'une nouvelle :
  - L'obtention d'un prix ou d'une reconnaissance
  - Une ouverture, une relocalisation, un agrandissement
  - Un investissement majeur
  - La création d'un bon nombre d'emplois
  - Autre nouvelle d'actualité

En aucun cas, en dehors des occasions précitées, la page de la Ville ou les pages connexes ne peuvent véhiculer de l'information de type publicitaire. Les administrateurs auront le droit de supprimer ou masquer les publications ou commentaires de type publicitaire.

### Impartialité

La Ville ne publie pas de contenu à caractère politique ou religieux. Elle peut toutefois publier des annonces et messages gouvernementaux ainsi que partager un événement local auquel a participé un élu municipal, provincial ou fédéral.

Les propos ou les vidéos du maire, à titre de porte-parole officiel de la Ville, peuvent être publiés et partagés sur le compte de la Ville de Coteau-du-Lac, sauf durant la période électorale municipale.

### Hyperliens et hashtag (mots-clics)

La Ville peut utiliser des hyperliens et des hashtags qu'elle juge pertinents dans ses publications, mais elle n'est pas responsable des contenus externes vers lesquels mènent ces liens. L'ajout de

liens externes ne représente pas un endossement, une commandite ou une association de la Ville avec le ou les sites reliés.

#### Commentaires et propos des utilisateurs

Les interactions sont recherchées sur les médias sociaux. Les usagers sont donc invités à commenter les publications. Nous encourageons les échanges courtois entre les usagers ainsi qu'entre les gestionnaires de pages et les usagers. Les commentaires et opinions émis par d'autres personnes sur les pages de la Ville de Coteau-du-Lac ne reflètent pas nécessairement les opinions et les valeurs de la Ville.

Un gestionnaire de compte peut refuser de répondre à une demande ou à un commentaire qui ne respecte pas la nétiquette. Il est suggéré de se référer à la nétiquette (point 6) pour évaluer si un propos doit être supprimé ou masqué.

### **6. NÉTIQUETTE**

La nétiquette représente en quelque sorte un code de bonne conduite sur les réseaux sociaux utilisés par la Ville. Les usagers sont invités à en prendre connaissance avant d'interagir sur les médias sociaux. Il est considéré que les conditions de la nétiquette sont comprises et acceptées par tous les usagers et peuvent être appliquées sans avertissement préalable. Les usagers récidivistes qui enfreignent la nétiquette pourront être bannis du compte.

Les plateformes de la Ville de Coteau-du-Lac constituent des canaux destinés au partage d'information, à la promotion et à la sensibilisation. Elle accueille les échanges constructifs et respectueux. Les propos désobligeants, haineux, acrimonieux, de nature essentiellement partisane (politique) ou violant la vie privée seront masqués. De même, un échange ou un propos soutenu, redondant, répétitif et agressif pourra être jugé comme harcelant et sera masqué. Les commentaires trompeurs et erronés ainsi que tous ceux à caractère religieux, raciste, sexiste, homophobe, ou obscène ne sont pas autorisés, pourront être masqués ou supprimés.

Les hyperliens non pertinents ou promotionnels insérés par les usagers peuvent être supprimés à tout moment.

Toute personne prenant la parole doit le faire en son nom propre, l'utilisation de "prête-nom" ne sera pas tolérée.

La page de la Ville et les autres pages connexes ne constituent pas une tribune politique et seuls les messages publiés par la Ville (l'entité et non ses employés à titre personnel) constituent des énoncés autorisés et officiels.

Les gestionnaires de compte n'accepteront pas les propos diffamatoires envers les employés ou les élus municipaux. Il est interdit de calomnier les représentants municipaux. Les commentaires visant à les offenser personnellement seront masqués.

## **7. GESTION DES MESSAGES ET DES PLAINTES**

Les médias sociaux constituent un outil facile et rapide permettant aux citoyens de transmettre leurs messages, requêtes et plaintes, à tout moment de la journée.

Les plaintes et requêtes doivent être acheminées aux services concernés. Il est alors de mise de répondre à l'utilisateur en lui indiquant que son commentaire ou sa demande sera transmise à qui de droit dans l'organisation municipale.

Il peut arriver qu'on demande à un usager d'acheminer directement sa demande à un professionnel dans l'organisation municipale en lui fournissant les coordonnées requises. À l'inverse, il pourrait arriver qu'on demande les coordonnées de l'utilisateur afin que les ressources de la Ville puissent le contacter directement afin d'assurer le suivi.

### Horaire et délais

Les réponses sont publiées durant les heures officielles de travail, soit du lundi au vendredi, de 8 h 30 à 12 h et de 13 h à 16 h 30, à l'exception de la période estivale, soit de la 1<sup>re</sup> semaine complète du mois de mai jusqu'à la fête de l'Action de grâces, où l'horaire est du lundi au jeudi, de 8 h à 12 h et de 12 h 45 à 16 h 30 ainsi que le vendredi de 8 h à 12 h.

Il est possible qu'une veille soit effectuée en dehors des heures de travail et que des réponses soient transmises plus rapidement, mais les employés municipaux ne sont pas dans l'obligation d'assurer une veille constante. Aucune ressource n'est attitrée à la veille des médias sociaux tous les jours de la semaine. De façon idéale, un suivi devrait être effectué dans un délai maximal de 48 heures ouvrables.

Bien que l'usage des médias sociaux implique la notion de rapidité et d'instantanéité, certaines vérifications peuvent être nécessaires auprès des professionnels municipaux et responsables du dossier concerné. Des délais peuvent ainsi être encourus afin de valider l'information à transmettre.

## **8. REPRÉSENTATION DE LA VILLE**

### Image

Bien que les comptes de la Ville soient de nature publique, il est interdit d'utiliser les logos, montages, photos, signatures visuelles associés à la Ville sans une autorisation.

### Employés

La Ville de Coteau-du-Lac encourage ses employés à utiliser les médias sociaux, en partageant et faisant rayonner les messages officiels de la Ville, sur leurs comptes personnels, en dehors des heures de travail.

Malgré leur affiliation professionnelle avec la Ville, leurs messages et leurs opinions ne représentent pas la position de la Ville. Les employés ne peuvent en aucun cas répondre au nom de la Ville sur leurs comptes et pages personnels. Ils ne peuvent pas non plus annoncer des projets

ou des nouvelles qui n'ont pas été encore annoncées publiquement par la Ville. Un employé non autorisé est passible de sanctions s'il publie des nouvelles, des actualités ou des campagnes d'information qui engagent ou concernent la Ville sans qu'il ait obtenu une autorisation.

Les employés doivent faire preuve de jugement et de prudence dans les commentaires et les photos qu'ils publient sur les médias sociaux, que ce soit sur leur compte personnel ou autre. Ils doivent s'assurer de respecter leur code d'éthique et de déontologie. Lorsqu'ils s'affichent en portant des vêtements à l'effigie de la Ville ou en s'associant à une identité municipale (véhicule ou bâtiment), ils doivent s'assurer de respecter en tout temps les valeurs de la Ville et faire preuve de loyauté, et ce, dans tous les commentaires et publications personnels.

Toute conversation entre des utilisateurs d'un média social peut devenir publique et peut porter atteinte à la réputation personnelle de l'employé ou à celle de la Ville. La Ville pourrait exiger, dans certaines circonstances, la modification ou le retrait du propos ou du contenu publié par l'employé. Tout manquement à la présente politique peut entraîner des mesures disciplinaires.

Tout employé qui prend connaissance sur les réseaux sociaux d'une nouvelle reliée à la Ville est invité, s'il le juge pertinent, à en aviser le Service des communications.

#### Les comportements attendus en tout temps de la part des employés, même sur leur compte personnel

- Agir avec respect envers l'organisation et leurs collègues lorsque des commentaires sont émis ou lorsque des photos sont publiées.
- Ne publier aucun propos qui pourrait nuire à la réputation d'un collègue.
- Ne diffuser ou ne partager aucune information erronée, trompeuse, déloyale ou non confirmée à propos de l'organisation ou d'un membre du personnel.
- N'utiliser les médias sociaux, à des fins personnelles, que lors des pauses ou en dehors des heures de travail, à moins que les tâches le requièrent ou qu'une veille soit nécessaire.
- Respecter la vie privée d'autrui. Demander en tout temps l'avis du collègue si une photo, ou un enregistrement de celui-ci est publié, ou même un propos le concernant.

#### Maire

À titre de chef du conseil et représentant de l'administration municipale, le maire est le premier répondant en matière de communication pour la Ville et est désigné comme porte-parole officiel. Il a le donc le privilège de faire des annonces écrites ou en vidéo relativement aux affaires municipales. Idéalement, le maire devrait au préalable aviser la direction générale ou le Service des communications de ses déclarations.

#### Conseillers municipaux

Les conseillers municipaux peuvent faire des déclarations et émettre des opinions sur leurs comptes personnels à condition de respecter en tout temps le Code d'éthique et de déontologie des élus municipaux de la Ville de Coteau-du-Lac. Par contre, aucun membre du conseil, à l'exception du maire, ne peut faire d'annonces qui engagent l'ensemble du conseil ou la Ville, à moins que cette responsabilité lui ait été spécifiquement confiée ou qu'une décision finale sur le sujet ait été rendue par le conseil municipal. Même si une décision est rendue sur un sujet par le

conseil municipal, il est recommandé de vérifier avec l'administration municipale la stratégie de communication qui sera adoptée pour l'annonce officielle. Dans certaines situations, une organisation interne, des étapes ou des délais peuvent s'avérer nécessaires avant que l'administration ne soit prête à diffuser toute l'information et/ou à recevoir des demandes de citoyens.

## **9. MESURE D'URGENCE**

En situation de mesures d'urgence, l'utilisation des médias sociaux et électroniques sera privilégiée pour informer rapidement la population. Ce sont alors les employés attitrés à la *Mission Communication* qui seront responsables de la gestion des comptes. Dans les circonstances, les autres sujets ou types d'interactions qui ne sont pas en lien avec la mesure d'urgence pourraient être retardés volontairement afin d'assurer une vitrine de premier plan aux renseignements urgents. Néanmoins, les médias sociaux ne constituent pas un service d'urgence et ne peuvent en aucun cas se substituer aux canaux de communication à utiliser pour recevoir des services d'urgence.