



P-021

POLITIQUE DE COMMUNICATION

En vigueur le 21 février 2022

Dans cette politique, le masculin désigne aussi le féminin et est utilisé uniquement dans le but d'alléger le texte.

TABLE DES MATIERES

PRÉAMBULE	5
1. COMMUNICATION MUNICIPALE	6
1.1 BUTS DE LA COMMUNICATION MUNICIPALE	6
1.2 CHAMPS D'ACTION DE LA COMMUNICATION MUNICIPALE	6
1.3 LES PUBLICS CIBLES	7
2. DISTINCTION ENTRE LES TYPES DE COMMUNICATION	7
2.1 COMMUNICATION OU INFORMATION	7
2.2 COMMUNICATION POLITIQUE OU COMMUNICATION ADMINISTRATIVE.....	8
3. POLITIQUE ET PLAN DE COMMUNICATION	8
3.1 POLITIQUE DE COMMUNICATION	8
3.2 PLAN DE COMMUNICATION STRATÉGIQUE.....	9
4. SERVICE DES COMMUNICATIONS	10
4.1 RÔLE DU SERVICE DES COMMUNICATIONS	10
4.2 RESPONSABILITÉS DU SERVICE DES COMMUNICATIONS	10
5. COMMUNICATION DES ÉLUS ET DU PERSONNEL MUNICIPAL	11
5.1 MAIRE	11
5.2 CONSEILLERS MUNICIPAUX	12
5.3 DIRECTION GÉNÉRALE.....	13
5.4 DIRECTION DU SERVICE DES COMMUNICATIONS.....	14
5.5 DIRECTIONS DE SERVICES.....	15
5.6 RÉPONDANT ADMINISTRATIF AU SEIN D'UN COMITÉ.....	16
5.7 PERSONNEL MUNICIPAL	17
6. OUTILS DE COMMUNICATION À L'EXTERNE (PUBLIC)	17
6.1 COMMUNICATION ÉCRITE.....	17
6.2 COMMUNICATION WEB ET MOBILE	18
6.3 AFFICHAGE PUBLIC.....	22
6.4 DIFFUSION DANS LES MÉDIAS LOCAUX.....	22
6.5 RENCONTRES PUBLIQUES	23
6.6 RELATIONS PUBLIQUES ET ACCUEIL	23
6.7 OBJETS PROMOTIONNELS ET CADEAUX PROTOCOLAIRES.....	25
7. OUTILS DE COMMUNICATION À L'INTERNE	25
7.1 COMMUNICATION AVEC ET ENTRE LES EMPLOYÉS MUNICIPAUX	25
7.2 ACTIVITÉ SOCIALE	25
7.3 ACCUEIL DES NOUVEAUX EMPLOYÉS	25
7.4 RECONNAISSANCE DES EMPLOYÉS ET DES ÉLUS.....	26
8. RELATIONS AVEC LES MÉDIAS	26
8.1 DEMANDE DE RENSEIGNEMENTS PAR DES JOURNALISTES	27
8.2 CONFÉRENCE DE PRESSE.....	27
8.3 POINT DE PRESSE	28
8.4 PORTE-PAROLE DÉSIGNÉ	28

9. PROTOCOLE	28
9.1 DRAPEAU.....	28
9.2 LIVRE D'OR.....	29
9.3 MOT DU MAIRE.....	29
9.4 PRÉSÉANCE	29
10. COMMUNICATION EN MESURE D'URGENCE ET EN GESTION DE CRISE	30
11. UTILISATION DE LA LANGUE FRANÇAISE DANS LES DOCUMENTS	31
12. ACCÈS À L'INFORMATION	31
13. DROIT D'AUTEUR ET RESPECT DE LA VIE PRIVÉE	31
14. DEMANDE DE COMMANDITE ET VISIBILITÉ	32
15. IMAGE DE MARQUE	32
ANNEXE 1 : NÉTIQUETTE	33
ANNEXE 2 : MODALITÉS DE RECONNAISSANCE DES EMPLOYÉS	35
ANNEXE 3 : MODALITÉS DE RECONNAISSANCE DES ÉLUS.....	36

PRÉAMBULE

À l'heure où les communications deviennent un enjeu de premier plan pour une organisation comme la Ville de Ville-Marie, il devient primordial de définir une méthode et un cadre de travail pour assurer le bon déroulement des activités de communication.

La Ville reconnaît que la qualité des services à la population est fortement liée à l'amélioration continue de ses communications, tant avec ses employés qu'avec ses citoyens.

C'est en ce sens qu'elle a élaboré la présente politique de communication. Celle-ci constituera un outil précieux pour garantir la cohérence et l'efficacité de la fonction de communication au sein de la structure administrative.

Ce document permettra également à la Ville de continuer à véhiculer, auprès de ses citoyens, une information régulière, accessible et permanente à l'égard de ses services, de ses projets et de ses réalisations.

Qui informe qui? Quand? Comment? La politique de communication explique les procédures à suivre afin d'optimiser la contribution de l'ensemble des ressources. Elle vient préciser les rôles clés des intervenants qui gravitent autour de cette sphère d'activité.

Cette première politique de communication officielle de la Ville de Ville-Marie s'adresse avant tout aux employés des différents services administratifs. La Ville souhaite vivement que ce document puisse devenir un outil de référence et qu'il puisse guider toute l'équipe vers l'atteinte d'objectifs communs, comme celui de mieux servir les citoyens.

1. COMMUNICATION MUNICIPALE

1.1 Buts de la communication municipale

À l'interne :

- ✓ Favoriser l'implantation d'une culture organisationnelle où la satisfaction du citoyen représente la raison d'être de l'organisation municipale;
- ✓ Contribuer à faire connaître les services, activités, programmes, projets et règlements de la Ville aux autres services et employés internes;
- ✓ Soutenir le personnel dans le cadre des différents changements qui surviennent dans l'organisation;
- ✓ Assurer la circulation de l'information de façon ascendante, descendante et latérale (entre les services);
- ✓ Encourager la contribution et la mobilisation des employés à l'amélioration des services en fonction des orientations, valeurs et priorités organisationnelles;
- ✓ Diffuser l'information en utilisant les moyens de communication appropriés, et ce, dans le respect des priorités, des valeurs et des orientations établies par le conseil municipal.

À l'externe :

- ✓ Assurer aux citoyens l'accessibilité à une information de qualité relativement aux services, activités, programmes, projets et règlements et lors de situations d'urgence;
- ✓ Positionner la Ville de Ville-Marie comme un partenaire et un employeur de choix, soucieux de satisfaire les citoyens;
- ✓ Favoriser la participation citoyenne;
- ✓ Assurer une bonne visibilité à l'organisation qu'est la Ville de Ville-Marie;
- ✓ Maintenir de saines relations avec la collectivité;
- ✓ Jouer un rôle central dans le développement du milieu;
- ✓ Faire rayonner la Ville de Ville-Marie et promouvoir son image.

1.2 Champs d'action de la communication municipale

La communication municipale doit transiger à travers les champs d'action suivants, et ce, en collaboration avec les gestionnaires et les employés concernés :

- ✓ Diffusion de l'information à l'interne et à l'externe;
- ✓ Relations publiques : inaugurations, événements spéciaux et protocolaires, allocutions, etc.;
- ✓ Promotion et publicité : journal, radio, télévision, site Web, médias sociaux, plateforme de communication en ligne, etc.;
- ✓ Relations de presse : communiqués, conférences de presse, points de presse et relations avec les journalistes;
- ✓ Documentation et publications officielles de la Ville de Ville-Marie.

1.3 Les publics cibles

À l'interne :

- ✓ Élus municipaux;
- ✓ Direction générale
- ✓ Directions de services;
- ✓ Employés cadres;
- ✓ Employés syndiqués;
- ✓ Comités municipaux;
- ✓ Partenaires paramunicipaux;
- ✓ Syndicat.

À l'externe :

- ✓ Résidents;
- ✓ Associations, groupes et organismes du milieu;
- ✓ Intervenants du milieu;
- ✓ Gens d'affaires;
- ✓ Partenaires institutionnels;
- ✓ Touristes;
- ✓ Fournisseurs;
- ✓ Autres municipalités;
- ✓ Instances gouvernementales (fédérale et provinciale, municipalité régionale de comté);
- ✓ Toute personne qui visite la page Facebook et le site Web de la Ville de Ville-Marie.

2. DISTINCTION ENTRE LES TYPES DE COMMUNICATION

2.1 Communication ou information

Informé, c'est diffuser une information sans attendre de réaction; tandis que la communication, pour être authentique, doit susciter une rétroaction (*feedback*) de la personne qui reçoit le message.

Outre l'information, la communication implique également l'échange et la réciprocité. Communiquer, c'est à la fois informer et s'informer. Dans une municipalité, comme dans toute organisation, il y a donc des actions d'information et des actions de communication en lien avec les différents objectifs.

2.2 Communication politique ou communication administrative

La distinction entre la communication de nature politique et la communication de nature administrative n'est pas toujours évidente.

De façon générale, on qualifie de communication politique toute déclaration verbale ou écrite relative aux affaires municipales qui n'a pas encore fait l'objet d'une décision du conseil municipal ni par résolution, ni par règlement.

La communication administrative ou citoyenne représente quant à elle toute information qui a fait l'objet d'une décision du conseil municipal par résolution ou par règlement, et qui a comme principal public cible les citoyens de la municipalité.

3. POLITIQUE ET PLAN DE COMMUNICATION

3.1 Politique de communication

3.1.1 À quoi sert une politique de communication?

L'adoption d'une politique de communication permet de fixer les objectifs à atteindre pour améliorer la communication municipale et de définir l'ensemble des outils disponibles pour ce faire. Cette politique définit également le rôle, les responsabilités et les cadres d'intervention du personnel et des élus au chapitre des communications pour en définir les balises.

Elle sert également à l'élaboration de stratégies de communication contenues dans un plan de communication qui sert à identifier les axes d'intervention pour chaque besoin de communication interne et externe.

3.1.2 Objectifs de la politique de communication

- ✓ Définir une pensée et une pratique de communication comme élément de culture organisationnelle;
- ✓ Départager les responsabilités politiques et administratives en matière de communication;
- ✓ Assurer l'uniformité de l'image de la Ville et la cohérence de ses communications verbales, écrites et visuelles qu'elle diffuse à travers ses différents outils et moyens de communication;
- ✓ Encadrer les utilisateurs et les gestionnaires à la bonne utilisation des médias sociaux et aux pièges à éviter;
- ✓ Encadrer le programme de reconnaissance des employés et des élus;
- ✓ Encadrer les modalités en cas de décès, etc.

3.1.3 Déploiement et mise à jour de la politique de communication

La politique de communication entre en vigueur dès son adoption. Sa révision est effectuée tous les deux ans (début et mi-mandat du conseil municipal). Elle peut faire l'objet de mises à jour de façon ponctuelle par voie de résolution du conseil municipal. Le déploiement des engagements de la politique de communication se traduira par des actions concrètes destinées à viser les publics cibles décrits au point 1.3 de la présente politique.

3.2 Plan de communication stratégique

L'élaboration d'un plan de communication stratégique a pour but d'organiser, en un tout, les activités de relations publiques, de promotion et de publicité, de consultation et d'animation en ciblant et en structurant les besoins de la communication interne et externe de l'ensemble de l'organisation municipale et de ses services administratifs. Le plan de communication est souvent annuel et relève de la direction du Service des communications.

Le plan de communication est aussi utilisé de façon plus spécifique et détaillée pour l'élaboration d'une campagne de communication concernant un dossier, un sujet, un projet de nature politique qui devra être modifié en fonction de l'évolution du dossier. Ce plan sera mis à jour régulièrement et relève de la direction du Service des communications.

3.2.1 Objectifs du plan de communication stratégique

- ✓ Établir la mise en contexte (objective et factuelle);
- ✓ Analyser la situation (les considérants stratégiques à prendre en compte);
- ✓ Définir les objectifs et les stratégies;
- ✓ Déterminer les publics cibles;
- ✓ Élaborer le message (messages clés et argumentaires);
- ✓ Concevoir le plan d'action (moyens, responsables, échéancier, budget, évaluation).

3.2.2 Mise à jour du plan de communication

En novembre chaque année, une mise à jour est effectuée afin de définir les priorités et d'allouer les budgets nécessaires.

4. SERVICE DES COMMUNICATIONS

4.1 Rôle du Service des communications

Le Service des communications de la Ville de Ville-Marie assume la gestion intégrée de la diffusion de l'information auprès des publics interne et externe en développant et en améliorant continuellement ses outils communicationnels. Il conçoit, rédige, révisé et corrige tous les documents d'information destinés à informer les publics cibles.

Au-delà de son mandat d'informer les citoyens sur les actions ou les décisions de l'administration municipale, il protège l'image corporative et promotionnelle de la Ville. Il s'inscrit également comme l'acteur principal de la promotion et du rayonnement de la Ville. Le Service des communications joue un rôle-conseil auprès des autres services municipaux en définissant avec eux leurs besoins et en orientant leurs démarches en matière de communications, de marketing et de nouveaux médias.

4.2 Responsabilités du Service des communications

4.2.1 Communication

- ✓ Développer les stratégies et les plans d'action de communication interne et externe de concert avec les différents services municipaux;
- ✓ Coordonner toutes les activités médiatiques et les communications officielles de l'organisation;
- ✓ Gérer les activités de relations publiques (source officielle de la Ville) et les relations avec la collectivité;
- ✓ Assumer les responsabilités inhérentes à la mission « communication » du plan de sécurité civile de la Ville;
- ✓ Assurer une veille médiatique sur les sujets d'actualité traitant de la Ville de Ville-Marie et des grands enjeux municipaux;
- ✓ Voir à mettre en place les formations en communication pertinentes au bon fonctionnement des services.

4.2.2 Marketing

- ✓ Élaborer les stratégies de marketing et coordonner les campagnes promotionnelles;
- ✓ Gérer l'image de marque et veiller au respect des normes graphiques établies;
- ✓ Gérer les demandes de commandite et de visibilité avec la direction générale;
- ✓ Coordonner les événements institutionnels;
- ✓ Assurer l'application des ententes de visibilité conclues avec les partenaires du milieu;
- ✓ Assumer la responsabilité de la révision, de la conception et de la production des publications officielles;
- ✓ Concevoir ou coordonner la mise en place des outils de communications et de promotions.

4.2.3 Nouveaux médias

- ✓ Gérer le site Web et les médias sociaux;
- ✓ Assurer la veille médiatique sur le Web et les médias sociaux;
- ✓ Analyser les statistiques et les données pertinentes à l'optimisation du site Web et des médias sociaux;
- ✓ Gérer les panneaux à affichage numérique (s'il y a lieu);
- ✓ Soutenir la réalisation de vidéos;
- ✓ Planifier le référencement et les placements sur le Web;
- ✓ Planifier les placements publicitaires sur les médias sociaux.

5. COMMUNICATION DES ÉLUS ET DU PERSONNEL MUNICIPAL

De façon générale, chacun des membres du personnel et du conseil municipal de la Ville de Ville-Marie 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 Ville de Ville-Marie.

5.1 Maire

5.1.1 Rôles

Le maire est le premier officier municipal élu par la population et il est le porte-parole officiel de la Ville et de l'administration, tant pour les questions d'ordre politique qu'administratif. Il représente la Ville de Ville-Marie auprès de l'ensemble de la population.

Le maire est le seul membre de l'administration municipale à posséder le privilège de faire toute déclaration, verbale ou écrite, relative aux affaires municipales. Ce dernier a le privilège de faire toute déclaration liée à sa fonction. Ces déclarations sont de nature politique et celui-ci en est le seul responsable.

Les communications du maire peuvent être rédigées ou accompagnées par la direction du Service des communications, qui doit faire approuver le contenu par le maire avant publication.

S'il le fait au nom du conseil municipal, le maire doit respecter les orientations prises par le conseil et les valeurs de gestion de la Ville de Ville-Marie.

Ce privilège de porte-parole officiel est délégué au maire suppléant lorsque celui-ci est mandaté par le maire.

Lorsque le maire utilise sa page Facebook personnelle ou les autres médias sociaux, il le fait en son nom personnel et ne parle pas au nom de la Ville.

5.1.2 Responsabilités

- ✓ Prendre part, comme premier représentant de la Ville, à différentes activités dans la collectivité;
- ✓ Agir comme porte-parole officiel de la Ville de Ville-Marie;
- ✓ Veiller à connaître les principaux mouvements d'opinion publique et à en informer la direction générale et, si nécessaire, la direction du Service des communications;
- ✓ Aviser la direction du Service des communications de toute situation susceptible de générer une demande de la part des médias ou de faire l'objet d'une discussion dans l'opinion publique;
- ✓ S'assurer, lorsque requis, d'obtenir l'appui et l'aide nécessaire de la direction du Service des communications dans le cadre de ses fonctions;
- ✓ Peut être sollicité dans le cadre de rencontres d'information et de mobilisation avec le personnel.

5.2 Conseillers municipaux

5.2.1 Rôles

Les membres du conseil municipal sont les porte-paroles des projets qui leur ont été délégués par le conseil municipal. Chacun occupe un siège et gère des dossiers spécifiques. Le choix des porte-paroles est fait en même temps que la formation des comités.

Les membres du conseil municipal ne sont pas assujettis aux mêmes contraintes que les employés de la Ville. Les médias sociaux de la Ville de Ville-Marie sont utilisés afin de véhiculer des informations relatives à l'administration municipale, ce qui n'inclut pas le volet politique.

Toutefois, pour parler au nom de l'ensemble des membres, une résolution du conseil est nécessaire. Seul le maire suppléant, à la demande ou dans l'incapacité du maire à le faire, peut commenter les dossiers politiques.

D'autre part, si un conseiller municipal reçoit l'appel d'un média ou d'un journaliste pour une entrevue, il doit aviser la direction générale ou la direction du Service des communications qu'il a reçu une demande d'entrevue. Celle-ci doit porter sur les dossiers qui lui sont confiés spécifiquement.

Lorsque la conseillère ou le conseiller utilise une plateforme de diffusion non officielle (son compte Facebook personnel, par exemple) pour émettre une opinion, elle ou il le fait en son nom personnel et non en celui de la Ville. L'élue ou l' élu doit également faire preuve de réserve et de jugement lorsqu'elle ou il émet des commentaires sur les médias sociaux utilisés et gérés par la Ville.

Toute désignation d'un membre du conseil à agir comme représentant officiel de la Ville à un événement relève du maire. Par ailleurs, une adoption par résolution du conseil municipal peut s'avérer nécessaire si la décision entraîne une dépense.

5.2.2 Responsabilités

- ✓ Prendre part, comme représentant de la Ville, à différentes activités dans la collectivité;
- ✓ Peut être appelé à agir comme porte-parole officiel;
- ✓ Veiller à connaître les principaux mouvements d'opinion publique et à en informer le maire;
- ✓ Aviser le maire de toute situation susceptible de générer une demande de la part des médias ou de faire l'objet d'une discussion dans l'opinion publique;
- ✓ S'assurer, lorsque requis, d'obtenir l'appui et l'aide nécessaire de la direction du Service des communications dans le cadre de leurs fonctions de conseiller municipal et membre de comité.

5.3 Direction générale

5.3.1 Rôles

La personne occupant la fonction de direction générale est le plus haut fonctionnaire de la Ville. Elle est responsable des activités de communication de toutes les directions des services municipaux, un mandat qu'elle confie bien souvent à la direction du Service des communications.

Leader auprès du personnel et des directions de services, elle s'assure de faire reconnaître l'importance des principes d'une communication efficace. Elle veille également à ce que la communication soit perçue comme une activité de gestion pleinement intégrée à la culture organisationnelle.

La direction générale est autorisée à faire toute déclaration publique de nature administrative.

La direction générale demeure en tête et responsable des communications de la Ville même si elle délègue ce mandat à la direction du Service des communications.

5.3.2 Responsabilités

- ✓ Participer à l'identification des orientations, des valeurs et des priorités en fonction des enjeux;
- ✓ Approuver le plan de communication annuel et les plans de communication spécifiques en tenant compte des besoins précisés et des publics visés.

Plus particulièrement à l'interne :

- ✓ Assurer le leadership des communications internes et assurer la mise en œuvre du plan d'action;
- ✓ Intégrer la communication ascendante, descendante et latérale aux principes de gestion;
- ✓ Connaître les mouvements généraux d'opinion des employés et s'assurer que l'on répond à leurs préoccupations;
- ✓ Gérer la relation entre les membres du conseil municipal et le personnel administratif;
- ✓ Voir à ce que les gestionnaires sous sa supervision aient les habiletés requises pour assumer leurs responsabilités en matière de communication.

Plus particulièrement à l'externe :

- ✓ Assurer le rôle de représentant administratif officiel de la Ville de Ville-Marie dans certains événements;
- ✓ Assumer la responsabilité d'être le porte-parole officiel de la Ville concernant les sujets administratifs d'intérêt général;
- ✓ Connaître les principaux mouvements d'opinion publique et veiller à ce qu'ils soient pris en compte;
- ✓ Aviser la direction du 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 discussion dans l'opinion publique.

5.4 Direction du Service des communications

5.4.1 Rôles

La direction du Service des communications porte deux chapeaux :

- ✓ Coordonner et superviser le Service des communications dans la diffusion de l'ensemble de l'information municipale de nature administrative qui relève de la direction générale;
- ✓ Lorsque requis par le maire, agir à titre de conseiller pour les stratégies de communication de nature politique à mettre en place et en superviser l'exécution et la diffusion.

5.4.2 Responsabilités

- ✓ Planifier, organiser, diriger et contrôler l'ensemble des activités de relations publiques, de communications interne et externe, de promotion et de publicité pour la Ville;
- ✓ Assurer la planification stratégique des activités de communication en identifiant les moyens de communication à utiliser;
- ✓ Participer à différents comités à titre de rôle-conseil;
- ✓ Faire valider auprès du maire toute communication s'adressant à la population en lien avec les décisions prises par le conseil;
- ✓ Évaluer annuellement les besoins et les attentes des directions de services;
- ✓ Développer un plan de communication annuel en fonction des principaux services, activités, programmes, projets et règlements;
- ✓ Établir l'ordre de priorité et des dates d'échéance des projets nécessitant une campagne de communication relevant du maire, de la direction générale et des services municipaux de la Ville;
- ✓ Élaborer un plan de communication spécifique pour chaque projet majeur ou de nature politique (enjeux importants).

5.5 Directions de services

5.5.1 Rôles

Les directions de services sont imputables de la bonne circulation de l'information au sein de leur propre service. Dans l'éventualité où elles souhaitent médiatiser ou véhiculer une information précise sur leur service, elles doivent au préalable en informer la direction générale qui transmettra le mandat à la direction du Service des communications. Les directions de services ont également un rôle à jouer au chapitre des communications interne et externe.

5.5.2 Responsabilités

- ✓ Participer activement au développement du plan de communication annuel et aux plans de communication spécifiques dans leur secteur d'activités;
- ✓ Approuver toute information ou tout contenu relié à leur secteur d'activités (notion de véracité de l'information et d'imputabilité) lorsque requis par le Service des communications;
- ✓ Informer la direction du Service des communications de tout projet, décision ou dossier qui pourrait avoir des effets sur la clientèle cible;
- ✓ Faire connaître leurs besoins de soutien au Service des communications lorsque requis.

Plus particulièrement à l'interne :

- ✓ Faire connaître aux membres de leur équipe les principales décisions concernant les services, activités, programmes, projets ou règlements modifiant le service aux citoyens; du personnel bien informé permet de véhiculer une information juste aux citoyens;
- ✓ S'assurer que les membres de leur équipe connaissent bien les politiques internes et qu'ils les appliquent;
- ✓ Favoriser la saine communication (écoute, échange, collaboration, coopération et partage de connaissance) dans leur service de même qu'avec les autres services municipaux.

Plus particulièrement à l'externe :

- ✓ Acheminer au Service des communications toute information ou toute nouvelle jugée pertinente à faire connaître publiquement;
- ✓ Aviser la direction du Service des communications de toute situation susceptible de générer une demande de la part des médias (approche proactive) ou susceptible de faire l'objet d'une discussion dans l'opinion publique.

5.6 Répondant administratif au sein d'un comité

5.6.1 Rôles

Le répondant administratif au sein d'un comité composé de membres du conseil municipal, de membres du personnel administratif et, à l'occasion, de citoyens, doit intégrer la dimension « communication » (interne et externe) aux travaux recommandés au conseil municipal.

5.6.2 Responsabilités

- ✓ Faire connaître à la direction du Service des communications les dossiers recommandés au conseil municipal qui nécessitent un soutien de sa part;
- ✓ Participer activement au développement des plans de communication spécifiques relatifs à ses dossiers;
- ✓ Aviser la direction du Service des communications de toute situation susceptible de générer une demande de la part des médias (approche proactive) ou susceptible de faire l'objet d'une discussion dans l'opinion publique;
- ✓ Se tenir informé au sujet des principaux mouvements d'opinion publique relatifs aux travaux de son comité.

5.7 Personnel municipal

5.7.1 Rôles

Le personnel municipal agit comme un agent d'information et un ambassadeur de son service. Il est soucieux d'offrir un service de qualité aux citoyens.

5.7.2 Responsabilités

- ✓ Demeurer à l'affût de l'actualité municipale;
- ✓ S'assurer de détenir l'information pour bien accomplir son travail;
- ✓ Rediriger toute demande média (entrevue, demande de renseignements, etc.) à la direction du Service des communications;
- ✓ Aviser son supérieur immédiat de toute situation susceptible de générer une demande de la part des médias (approche proactive) ou susceptible de faire l'objet d'une discussion dans l'opinion publique.

Les directions de services doivent utiliser les moyens appropriés pour fournir aux employés l'information nécessaire. Les employés sont également responsables de prendre connaissance des diverses publications de la Ville.

Les employés de la Ville ne peuvent en aucun cas intervenir au nom de la Ville sur les médias sociaux à moins d'avoir été préalablement autorisés à le faire.

Les employés de la Ville sont également invités à la prudence dans leurs commentaires sur leurs médias sociaux personnels. Les employés doivent donc faire preuve de jugement dans leurs commentaires personnels en lien avec leurs fonctions ou leur employeur.

6. OUTILS DE COMMUNICATION À L'EXTERNE (PUBLIC)

6.1 Communication écrite

6.1.1 Communiqué

Le communiqué de presse doit absolument contenir une nouvelle d'intérêt public. Le document (maximum une page et demie) transmis aux médias sert principalement à faire connaître un nouveau programme, un projet ou un règlement, à annoncer un événement, à commenter une situation ou rectifier un fait.

Tout communiqué de presse relatif aux décisions du conseil municipal est sous la responsabilité du maire et doit être approuvé par la direction générale. Par contre, les communiqués sur les activités culturelles, loisirs, sportives et communautaires sont publiés par le Service des communications. Dans tous les cas, les communiqués doivent être approuvés par la direction générale ou la direction de services, le cas échéant.

6.1.2 Avis publics

Conformément à la *Loi sur les cités et villes* (L.R.Q., c. C-19), la publication d'un avis public donné pour des fins municipales se fait par affichage à l'entrée de l'hôtel de ville et sur le site Web de la Ville. À la demande de la direction générale, un avis peut être diffusé dans un journal couvrant le territoire de la Ville de Ville-Marie.

6.1.3 Lettre

Dans certains cas ciblés, la Ville peut envoyer des lettres par la poste ou électroniquement pour informer les résidents d'un secteur en particulier d'une situation, d'une problématique ou de la tenue d'une consultation ou d'un événement public qui les concerne directement. De façon générale, le Service des communications rédige les lettres et en assure la diffusion. Selon la nature de leur contenu, les lettres sont signées par le maire, par un membre du conseil municipal, par la direction générale ou par une direction de services.

6.1.4 Dépliant ou brochures ponctuels

Certains événements ponctuels ou nouveautés dans l'offre municipale peuvent faire l'objet d'une courte publication imprimée individuelle. Lorsque c'est le cas, le Service des communications prend en charge la rédaction et la révision du contenu, ainsi que sa mise en page graphique dans la majorité des cas.

6.2 Communication Web et mobile

6.2.1 Site Web

Le site Web est la principale plateforme d'information mise à la disposition des citoyens et des visiteurs de Ville-Marie. La mise à jour se fait quotidiennement ou au besoin par le Service des communications qui puise l'information auprès des différents services de la Ville.

Chaque direction est responsable, à l'intérieur de son service, de veiller à l'actualisation des renseignements en ligne. Toute demande de modification, d'ajout ou de retrait doit être faite par courriel au Service des communications qui effectuera la modification dans les meilleurs délais.

6.2.2 Plateforme de communication citoyenne « Voilà! »

La plateforme de communication citoyenne « Voilà! », entièrement numérique, a pour but de faciliter la communication entre la Ville et ses citoyens.

En créant leur propre dossier personnalisé (à l'ordinateur ou par l'appli mobile), les utilisateurs reçoivent directement dans leur boîte courriel ou par notification mobile toutes les informations pertinentes concernant les actualités municipales (calendriers d'événements, nouvelles, horaires, avis publics, communiqués, etc.) La plateforme permet également de consulter en ligne la facturation liée au compte de services (compte annuel de la taxe foncière) ou à faire l'inscription à des activités de loisirs et de culture.

6.2.3 Médias sociaux

Par définition, les médias sociaux désignent un ensemble de technologies, de contenus et d'interactions qui permettent de créer des réseaux sociaux, c'est à dire des groupes d'individus ou d'entités qui sont reliés entre eux par des liens. La nature de ces liens dépend du média social qui sert de support au réseau : amis Facebook, relations LinkedIn, abonnés Twitter, etc.

Cependant, dans le langage courant, l'usage a tendance à favoriser l'emploi du terme média social pour désigner les sites éditoriaux offrant la possibilité de créer des interactions sociales, et le terme réseau social pour évoquer les sites spécifiquement conçus pour favoriser le développement d'un réseau à travers un service dédié.

6.2.4 En partenariat avec le site Web de la Ville de Ville-Marie

L'utilisation des médias sociaux se veut un complément des méthodes d'information dites traditionnelles de la Ville. Les médias sociaux doivent être utilisés en partenariat avec le site Web. Ces derniers ne se substituent pas au site Web, qui demeure la principale référence pour les citoyens.

Les médias sociaux complètent la mission du site Web, en mettant en lumière de l'information sélectionnée et en rejoignant directement les citoyens dans leur quotidien. Les médias sociaux peuvent être illustrés comme des « représentants », alors que le site Web serait le « siège social ».

6.2.5 Objectifs de l'utilisation

Les médias sociaux utilisés à la Ville visent à :

- ✓ Informer les citoyens;
- ✓ Dynamiser l'image de la Ville;
- ✓ Valoriser les projets réalisés;
- ✓ Favoriser la participation citoyenne;
- ✓ Faire la publicité et promotion des activités de la Ville;
- ✓ Mousser le sentiment d'appartenance;
- ✓ Augmenter la transparence de l'administration;
- ✓ Répondre aux questions et commentaires de la population.

6.2.6 Administrateurs

La mise à jour se fait quotidiennement ou au besoin par le Service des communications qui puise l'information auprès des différents services de la Ville. Un autre employé, nommé par la direction générale, pourra agir à titre de remplaçant en l'absence de la direction du Service des communications.

6.2.7 Gestion des questions et commentaires

6.2.7.1 Ton des échanges

Comme spécifié dans la nétiquette (voir l'annexe 1), les internautes doivent utiliser un langage approprié lors de leurs échanges sur les comptes officiels de la Ville. Les gestionnaires de communauté se doivent aussi d'utiliser un langage respectueux en tout temps. Ils tiendront un discours institutionnel et transparent, et dégageront dans leurs propos les valeurs de la Ville de Ville-Marie.

6.2.7.2 Délai de réponse

Bien que l'usage des médias sociaux implique la notion de rapidité et d'instantanéité, certaines interventions peuvent nécessiter des vérifications préalables auprès des différents services de la Ville de Ville-Marie. Un délai est donc à prévoir.

À moins d'une urgence qui nécessiterait une intervention immédiate, le Service des communications assure une vigie et une animation des médias sociaux pendant les heures et jours normaux d'ouverture.

6.2.7.3 Gestion des commentaires

Le Service des communications se réserve le droit de retirer tout commentaire qu'elle juge inapproprié ou qui ne respecte pas sa nétiquette ou encore les conditions d'utilisation en vigueur qui encadrent la publication des commentaires sur les médias sociaux. Il peut aussi bannir un abonné s'il constate que ce dernier récidive dans le non-respect des différentes politiques citées plus haut malgré un avertissement par message privé.

6.2.8 Hyperliens

Les utilisateurs de la page Facebook de la Ville ne sont pas autorisés à publier des hyperliens même si le contenu de ces derniers est en lien avec les sujets qui sont abordés. La Ville publie des hyperliens qu'elle juge pertinents pour ses abonnés et en lien avec sa mission, mais n'est cependant pas responsable du contenu externe vers lesquels mènent ces hyperliens.

6.2.9 Source

Les informations qui sont diffusées sur les médias sociaux n'ont pas préséance sur celles qui sont diffusées dans les canaux d'information habituels. Les médias sociaux de la Ville s'ajoutent au site Web institutionnel et aux autres moyens de communication traditionnels et ne doivent en aucun cas remplacer ces derniers.

Si du contenu disponible sur les médias sociaux de la Ville est différent du contenu du site Web, le contenu du site Web prévaut. En tout temps, l'information disponible en se rendant en personne à l'hôtel de ville a préséance sur toutes les autres informations transmises par les différents canaux de communication. Les changements ou évolutions dans la position officielle de la Ville seront communiqués en premier par les publications officielles (communiqués de presse, déclarations médias, site Web, etc.).

6.2.10 Nétiquette

Voir l'annexe 1.

6.3 Affichage public

6.3.1 Babillard pour l'affichage des avis publics

Le babillard pour l'affichage des avis publics est situé à l'entrée principale de l'hôtel de ville et est sous la responsabilité de la réception qui s'assure de la bonne gestion des affichages.

6.3.2 Colonne Morris

Deux colonnes Morris sont disponibles pour les organismes :

- ✓ Devant la station de radio CKVM;
- ✓ Au coin des rues Saint-Gabriel et Notre-Dame Sud.

L'affichage doit toutefois être de nature sociale, communautaire, culturelle ou pour les loisirs. La Ville se garde le droit d'enlever tout affichage inapproprié.

6.3.3 Panneau d'affichage (s'il y a lieu)

Le panneau d'affichage numérique de la Ville vise à informer, de façon concise, les citoyens sur les activités en cours ou à venir, qu'elles soient ponctuelles ou non.

Son contenu est géré par le Service des communications, en conformité avec une politique d'utilisation du panneau d'affichage numérique.

La grande majorité du contenu provient de la Ville, mais certains organismes reconnus par la Ville peuvent faire une demande afin que leur contenu soit publié sur le panneau, pour autant que celui-ci demeure conforme à la politique.

6.4 Diffusion dans les médias locaux

La Ville peut au besoin utiliser les différents médias locaux pour diffuser de l'information.

6.5 Rencontres publiques

6.5.1 Séances du conseil municipal

Les séances ordinaires du conseil municipal sont publiques et se tiennent généralement le premier et le troisième lundi de chaque mois (sauf exception), à 20 h, à l'hôtel de ville situé au 21, rue Saint-Gabriel Sud. Le calendrier annuel des séances du conseil est disponible sur le site Web de la Ville.

Au cours des séances, le public peut s'exprimer durant la période de questions prévue à cet effet. Le conseil peut tenir également des séances extraordinaires, au besoin.

L'ordre du jour d'une séance ordinaire est mis en ligne sur le site Web de la Ville, le vendredi précédent la séance. Les procès-verbaux sont mis en ligne après avoir été adoptés officiellement par le conseil municipal à la séance suivante.

En aucun cas, des extraits du site Web ne peuvent être utilisés à des fins de contestation juridique ou de preuve. Seuls les documents portant la signature du greffier ou du greffier adjoint sont authentiques et font preuve de leur contenu.

6.5.2 Rencontres d'information ou de consultation publique

Les rencontres d'information ou de consultation publique sont convoquées par des avis publics, et la direction générale en est responsable. Ces rencontres servent à informer ou à consulter les citoyens sur des sujets spécifiques, comme la réalisation d'un projet majeur sur le territoire.

L'organisation de ce type d'événement est assurée par la direction générale, en collaboration avec la direction du Service des communications, en ce qui touche la publicité, la convocation aux médias, la rédaction d'un communiqué de presse et le volet protocolaire (selon le cas).

6.6 Relations publiques et accueil

6.6.1 Organisation d'événements officiels, de cérémonies civiques ou protocolaires

La planification, l'organisation et la coordination des événements officiels et des cérémonies civiques ou protocolaires de la Ville relèvent de la direction du Service des communications. Cette dernière travaille en étroite collaboration avec la direction du service concerné.

Nous entendons par événement officiel toute activité ou événement institutionnel souhaité par le conseil municipal, le maire ou la direction générale.

Les cérémonies civiques ou protocolaires sont organisées par la Ville et se déroulent principalement à la salle du Conseil (cérémonies protocolaires) ou autres endroits choisis (cérémonies civiques).

6.6.1.1 Éléments contenus dans l'organisation d'un événement officiel

Un événement ou une cérémonie peut contenir notamment les éléments suivants :

- ✓ Présence du maire ou de son représentant;
- ✓ Présence des conseillers municipaux;
- ✓ Présence des partenaires;
- ✓ Allocutions;
- ✓ Distribution de matériel d'information et de promotion;
- ✓ Présence des médias;
- ✓ Présence d'une personne attitrée à l'accueil;
- ✓ Services alimentaires (boissons, hors-d'œuvre, goûter, etc.), au besoin.

6.6.1.2 Types d'événements considérés comme officiels

- ✓ Conférence de presse ou point de presse;
- ✓ Réception civique;
- ✓ Consultation publique;
- ✓ Soirée d'information visant un grand public;
- ✓ Dévoilement;
- ✓ Inauguration;
- ✓ Levée du drapeau.

6.6.2 Participation des élus et représentants municipaux à des événements externes

Toute participation du maire ou des conseillers municipaux, en tant que représentants de la Ville à des cérémonies organisées par des organismes, relève exclusivement du maire.

Les employés municipaux qui participent à des événements externes doivent également respecter les conditions établies par la présente politique de communication et mentionnées ci-haut. Lorsqu'un organisme souhaite la participation du maire ou de son représentant à l'une de ses activités, il doit faire une demande écrite auprès du maire, de la direction générale ou de la direction du Service des communications dans un délai raisonnable avant la tenue de l'activité.

6.6.2.1 Visibilité lors d'événements

Les élus, représentants ou délégués devront lors d'événements, congrès, etc. être identifiés au nom de la Ville.

6.7 Objets promotionnels et cadeaux protocolaires

La communication par l'objet est un excellent véhicule pour accroître l'image de marque de la Ville et sa notoriété. Les objets promotionnels sont normalement remis gracieusement aux invités lors d'activités protocolaires par le maire, les conseillers municipaux ou la direction générale.

Les objets et cadeaux sont remis dans les circonstances suivantes :

- ✓ Cérémonie protocolaire;
- ✓ Invités de marque;
- ✓ Délégation en visite;
- ✓ Événement distinctif;
- ✓ Etc.

La production, la gestion et l'inventaire des objets promotionnels, des souvenirs et des présents sont sous la responsabilité du Service des communications.

7. OUTILS DE COMMUNICATION À L'INTERNE

7.1 Communication avec et entre les employés municipaux

La communication avec et entre les employés municipaux se fait en personne, par courriel, par Microsoft Teams ou par téléphone.

7.2 Activité sociale

La Ville tient une fois l'an (au temps des Fêtes) un événement pour remercier l'ensemble des employés. Cette fête sert à souligner les années de services des employés, les départs à la retraite, les bons coups, etc.

7.3 Accueil des nouveaux employés

Chaque gestionnaire est responsable de l'accueil et de l'intégration des nouveaux employés dans son équipe. Le gestionnaire veille aussi à l'harmonie de la communication au sein de l'équipe, avec les autres services et auprès de tous les publics auxquels s'adressent ses employés.

7.4 Reconnaissance des employés et des élus

7.4.1 Objectifs

La Ville de Ville-Marie vise par cette politique à :

- ✓ Promouvoir les bonnes relations de travail;
- ✓ Développer et maintenir un sentiment de fierté et d'appartenance;
- ✓ Reconnaître la contribution de son personnel;
- ✓ Reconnaître l'apport d'un élu municipal au développement de la Ville.

7.4.2 Modalités de reconnaissance des employés

Voir l'annexe 2.

7.4.3 Modalités de reconnaissance des élus

Voir l'annexe 3.

8. RELATIONS AVEC LES MÉDIAS

La Ville de Ville-Marie établit, en accord avec sa mission, les modalités d'intervention des communications avec les médias pour répondre aux besoins d'information du grand public et pour obtenir une couverture juste et exacte des messages, actions et procédures de la Ville.

La Ville applique les deux principes suivants auprès des médias :

- ✓ Répondre rapidement aux questions des journalistes et coordonner les entrevues avec les médias de manière juste et équitable;
- ✓ Effectuer des activités médiatiques sous le signe de la transparence.

Dans ses interventions auprès des médias, la Ville s'appuie également sur un ensemble de lois encadrant l'administration municipale, telles que la *Loi sur les cités et villes* et la *Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels*. Par ailleurs, la Ville s'efforce en tout temps dans ses communications d'informer les citoyens de façon honnête, objective, et le plus adéquatement possible, en réservant les messages d'ordre politique aux membres du conseil et ceux d'ordre administratif à la direction générale.

8.1 Demande de renseignements par des journalistes

Les demandes par les médias peuvent être reliées à l'une ou l'autre des catégories suivantes :

- ✓ Demandes d'entrevues sur un sujet d'actualité ou sur la position de la Ville en lien avec un enjeu spécifique;
- ✓ Demandes de renseignements en lien avec la mission de la Ville, ses opérations, ses programmes ou ses projets.

Toute demande d'un représentant des médias pour des renseignements ou une entrevue est dirigée vers la direction générale ou à la direction du Service des communications et/ou le maire. Lorsqu'une telle demande est d'abord adressée à l'un des services de la Ville, elle doit être transférée à la direction générale ou à la direction du Service des communications s'il y a lieu, qui en assurera le suivi auprès du maire ou du journaliste.

8.2 Conférence de presse

La Ville réserve la conférence de presse pour l'annonce d'une nouvelle importante.

De façon générale :

- ✓ La convocation est envoyée de trois à cinq jours ouvrables avant la tenue de la conférence et une relance auprès des médias invités est faite la veille;
- ✓ La conférence de presse est présidée par le maire ou son représentant, accompagné du responsable du dossier, si requis;
- ✓ Le moment pour la conférence de presse est choisi en fonction des jours et heures de tombée des médias, et l'endroit est choisi en raison de sa pertinence avec le sujet;
- ✓ Un communiqué ou pochette de presse sont remis aux médias avant le début de la conférence, s'il y a lieu;
- ✓ La conférence de presse se déroule en trois parties : un exposé du message, une période de questions et une période pour les entrevues individuelles;
- ✓ La collaboration de l'un ou l'autre des services municipaux doit être soulignée lors des remerciements d'usage (commanditaires et autres) à la fin de l'allocution;
- ✓ Le communiqué est mis en ligne sur le site Web après la conférence et il est envoyé aux médias absents.

La décision de tenir une conférence relève du maire, tandis que la direction générale ou la direction du Service des communications sont mandatées pour la convoquer. Les documents à remettre sont préparés par la direction générale ou, selon la nature de la nouvelle, par la direction du Service des communications.

8.3 Point de presse

Le point de presse est différent de la conférence de presse. C'est une rencontre regroupant le porte-parole de la Ville, soit le maire, et des représentants des médias, pour faire le point sur un dossier majeur ou une situation de crise, ou pour expliquer une intervention urgente. Le maire et la direction générale ou la direction du Service des communications sont responsables des points de presse.

8.4 Porte-parole désigné

Le rôle du porte-parole est essentiel quand la Ville doit s'adresser aux médias.

- ✓ Le maire est le premier porte-parole désigné;
- ✓ Il peut déléguer son rôle à la direction générale lorsque les sujets touchent l'administration municipale;
- ✓ Si le sujet est spécifique, la direction générale ou la direction du Service des communications peuvent alors mandater un élu ou une direction de services pour y répondre.

9. PROTOCOLE

9.1 Drapeau

9.1.1 Ordre des drapeaux

La prépondérance des drapeaux arborés devant un édifice municipal est encadrée par la *Loi sur les cités et villes*. Selon l'article 318.1, « Le drapeau du Québec doit être arboré sur ou devant l'édifice municipal où siège le conseil, à droite s'il y a deux drapeaux, ou au milieu s'il y en a davantage ».

Ainsi, devant l'hôtel de ville et dans la salle du Conseil, les drapeaux sont disposés, pour celui qui leur fait face, de la manière suivante et selon le point de vue de l'observateur :

- ✓ À gauche : drapeau du Canada;
- ✓ Au milieu : drapeau du Québec ou à gauche si absence du drapeau du Canada;
- ✓ À droite : drapeau de la Ville de Ville-Marie.

9.1.2 Remplacement des drapeaux

Tous les six mois environ, les drapeaux flottant à l'extérieur doivent être remplacés en raison de l'usure subie à cause des intempéries. Il importe de soigner l'image de la municipalité et d'afficher en tout temps des drapeaux intacts et en bon état.

9.1.3 Drapeau en berne

Les drapeaux sont mis en berne lors du décès d'un élu municipal en poste, d'un ancien maire ou d'un citoyen émérite. Les drapeaux peuvent également être mis en berne à la demande des gouvernements provincial et fédéral.

La mise en berne s'effectue en plaçant le drapeau à mi-mât ou légèrement au-dessus (afin qu'il reste hors d'atteinte).

Lorsqu'un drapeau est mis en berne, tous les drapeaux qui font partie du même groupe doivent l'être également.

9.2 Livre d'or

Lors de certains événements protocolaires, notamment d'événements soulignant l'engagement sportif et le talent artistique, les invités de marque sont invités à signer le livre d'or pour marquer leur passage en sol ville-marien.

9.3 Mot du maire

La mairie reçoit à l'occasion des demandes d'équipes sportives ou de groupes culturels qui souhaitent inclure un mot du maire dans leur programme souvenir, dans un dépliant ou dans d'autres publications commémorant un événement.

Il est de la responsabilité de la direction du Service des communications de s'assurer du suivi auprès du maire et de transmettre ensuite le tout à l'organisation ayant fait la demande. En tout temps, l'épreuve finale doit être validée par la direction du Service des communications.

La photo accompagnant le mot du maire doit toujours être la photo officielle utilisée par la mairie aux fins de communication. L'utilisation d'une photo officielle du maire par une association, un organisme, etc. doit être approuvée par la direction du Service des communications.

9.4 Préséance

9.4.1 Préséance dans les présentations

L'usage courant veut que les personnes soient présentées dans l'ordre, du plus important au moins important, au point de vue hiérarchique.

Gouvernements :

- ✓ Ministre fédéral;
- ✓ Ministre provincial;
- ✓ Représentant fédéral;
- ✓ Représentant provincial;

Municipalité :

- ✓ Préfet;
- ✓ Maire;
- ✓ Conseillers municipaux;
- ✓ Direction générale;
- ✓ Directions de services;
- ✓ Autres employés municipaux.

9.4.2 Préséance dans la prise de parole

Il y a une préséance à observer lors de la prise de parole. La personne réputée la moins importante au point de vue hiérarchique commence et la plus élevée termine. Par contre, lorsqu'une activité publique est présentée à la Ville de Ville-Marie, le maire prend la parole en premier à titre d'hôte.

9.4.3 Préséance dans la prise de photos officielles

Sont incluses dans la prise de photos, toutes personnes déterminées en lien avec le projet dont il est question à la conférence de presse.

10. COMMUNICATION EN MESURE D'URGENCE ET EN GESTION DE CRISE

À certaines occasions, il peut arriver que des événements imprévus forcent la Ville et tous ses services (incluant les communications) à délaisser de façon temporaire ou continue leur quotidien, car la situation exige une attention immédiate et totale. On définit une mesure d'urgence comme étant une disposition à prendre immédiatement.

Une gestion de crise, quant à elle, s'échelonne habituellement sur une période plus longue et est caractérisée par une situation critique à gérer, affectant l'essence même ou la réputation d'une organisation aux yeux de ses publics. Dans ces cas précis, l'ensemble des plateformes de diffusion décrites dans ce document sont mises à profit afin d'atteindre le plus rapidement possible les publics concernés.

11. UTILISATION DE LA LANGUE FRANÇAISE DANS LES DOCUMENTS

En vertu de la Charte de la langue française, la Ville de Ville-Marie a le statut de « municipalité de langue française ». La Ville a donc l'obligation d'utiliser le français comme langue de fonctionnement de l'administration municipale; certaines exceptions peuvent toutefois s'appliquer. Étant donné que la Ville est un organisme public, la qualité de la langue française des employés de même que des correspondances et des documents doit être sans reproche. En effet, cela fait partie intégrante de l'image de marque projetée par la Ville.

12. ACCÈS À L'INFORMATION

Tous les membres de la communauté ont le droit d'être informés. Ce droit s'exerce dans le respect des dispositions de la Charte de la langue française, de la *Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels*.

Ce droit du citoyen à l'information comporte aussi, pour chacun, le devoir de s'informer en prenant connaissance de l'information diffusée par la Ville ou par les médias locaux et régionaux.

Les renseignements suivants sont toutefois protégés :

- ✓ Les renseignements personnels concernant les membres du conseil municipal, les employés et les citoyens;
- ✓ Les renseignements à incidence économique, d'ordre industriel, commercial, scientifique ou technique dont la divulgation aurait pour effet de nuire à l'intérêt public et au bien commun ou privé;
- ✓ Tout renseignement sur l'administration de la justice ou la sécurité ne sont pas accessibles lorsque leur divulgation peut être nuisible à un individu ou à la collectivité;
- ✓ Les renseignements et photos fournis par un tiers ne peuvent être diffusés sans le consentement de cette personne.

13. DROIT D'AUTEUR ET RESPECT DE LA VIE PRIVÉE

La Ville de Ville-Marie s'assure de respecter le droit d'auteur et la vie privée lors de ses publications. Par conséquent, seules les images autorisées sont publiées sur les différents médias sociaux, sur le site Web et dans l'ensemble des communications de la Ville. Au besoin, la source des images est indiquée directement sur les images publiées ou dans le texte qui accompagne les images en question.

14. DEMANDE DE COMMANDITE ET VISIBILITÉ

Toute demande de commandite est transmise à la direction générale qui la soumet au conseil municipal pour approbation. Nous entendons par commandite, une participation financière ou par un soutien en biens et services de la Ville de Ville-Marie afin de contribuer au succès d'un projet ou d'un événement. En retour, la Ville bénéficie d'une visibilité.

Un plan de visibilité est requis pour toute demande. Une entente de visibilité sera établie entre la Ville et le demandeur de la commandite. À la signature de l'entente, celui-ci s'engage à la respecter et à faire bénéficier la Ville de la visibilité qui lui revient. La rédaction, la gestion et l'application des ententes de visibilité relèvent de la direction du Service des communications.

15. IMAGE DE MARQUE

Une tierce partie n'est pas autorisée à utiliser l'image de marque ou l'identité visuelle (logo, signature, couleurs, etc.) de la Ville, quelle qu'en soit la forme, sans le consentement du Service des communications. La Ville a un droit exclusif sur son image et sur l'utilisation qui en est faite.

Par ailleurs, l'identité visuelle doit être utilisée lors de la mise en page de tous les documents produits par les services municipaux qui sont destinés à un public externe.

Toute personne ou tout organisme autorisé à utiliser l'image de marque de la Ville s'engage à le faire dans le respect des normes graphiques et à obtenir une approbation écrite de conformité de la part du Service des communications, préalablement à son utilisation.

Adoptée ce 21 février 2022.
Résolution n° 022-02-22

ORIGINAL SIGNÉ

Martin Lefebvre
Maire

ORIGINAL SIGNÉ

Martin Lecompte
Directeur général et
greffier-trésorier

ANNEXE 1

Nétiquette

La page Facebook de la Ville de Ville-Marie est un lieu d'échange et d'information. Nous vous encourageons fortement à prendre part aux différentes discussions. Afin de préserver un climat de courtoisie, certaines règles de conduite sont toutefois essentielles à respecter :

- ✓ Utiliser un langage respectueux dans les commentaires et les interventions.
- ✓ Faire attention à l'usage des majuscules; les employer équivaut à crier et leur utilisation excessive est prohibée.
- ✓ Respecter la vie privée des autres en ne publiant pas d'information confidentielle, par exemple des renseignements personnels.
- ✓ Aucune sollicitation publicitaire ou promotionnelle n'est permise. Seule la promotion des événements organisés par la Ville est acceptée. Les événements dont la Ville est partenaire peuvent également être publiés.
- ✓ Les usagers ont l'obligation de respecter la législation en vigueur, notamment la Charte des droits et libertés de la personne, le Code civil du Québec, le Code criminel, la *Loi sur la protection du droit d'auteur* et la législation concernant la propriété intellectuelle.
- ✓ Les demandes médias doivent être adressées à la direction du Service des communications de la Ville à l'adresse suivante : communications@villevillemarie.org
- ✓ Les échanges doivent se dérouler en français. Certains termes techniques et/ou réponses peuvent être inscrits dans une autre langue, à la discrétion de la Ville.
- ✓ La Ville et le personnel affecté à l'édition des messages ne sont pas responsables des contenus des sites externes provenant des hyperliens.

La Ville de Ville-Marie se réserve le droit de masquer, de supprimer et de signaler les commentaires non conformes à ces règles de bonne conduite et de bannir leurs auteurs sans préavis pour :

- ✓ Toute accusation portée contre une personne ou une organisation.
- ✓ Toute promotion ou discréditation d'opinions politiques, d'un parti politique, de ses représentants ou des autorités municipales.
- ✓ Tout commentaire injurieux, diffamatoire, harcelant, agressif, raciste, sexiste, irrespectueux ou blessant formulé à l'endroit d'une personne ou d'une organisation.
- ✓ Toute sollicitation ou publicité ayant pour but de promouvoir ou de soutenir une entreprise financière ou commerciale ou un organisme non gouvernemental.
- ✓ Tout commentaire publié par une personne qui n'en est pas l'auteur ou tout commentaire qui n'est pas écrit en français.
- ✓ Tout commentaire incompréhensible ou qui n'a pas de lien avec le billet publié au départ.
- ✓ Tout pourriel ou commentaire envoyé à répétition.
- ✓ Tout commentaire qui fait référence à des activités illégales ou qui en encourage la pratique.
- ✓ Tout utilisateur de la page s'il publie à répétition les contenus identifiés précédemment, et ce, malgré un avertissement par message privé.

La gestion des médias sociaux de la Ville de Ville-Marie est sous la responsabilité de la direction du Service des communications. La Ville se réserve le droit de modifier sa nétiquette sans préavis.

Les médias sociaux sont gérés selon l'horaire régulier de la Ville, soit du lundi au jeudi, de 8 h   12 h et de 13 h   16 h et le vendredi de 8 h   12 h, sauf les jours fériés. C'est donc dans cet intervalle de temps que des réponses seront fournies aux internautes.

Les plaintes ne sont pas traitées sur les médias sociaux. Si vous désirez en formuler une, vous pouvez le faire en vous rendant au www.villevillemarie.org/services-aux-citoyens/plainte

Merci de votre collaboration!

ANNEXE 2

Modalités de reconnaissance des employés

1. Années de services

La Ville de Ville-Marie souligne les employés qui sont à son service depuis un minimum de dix ans à partir de la date d'embauche. La reconnaissance se fait tous les cinq ans et pour ce faire, la Ville offre aux employés un chèque-cadeau d'une valeur de 10 \$ par année de services.

Années de services	Valeur
10 ans	100 \$
15 ans	150 \$
20 ans	200 \$
Etc.	Etc.

2. Retraite

La Ville souligne le départ des employés au moment de leur retraite lorsqu'ils ont cumulé un minimum de dix années de services. Pour ce faire, la Ville offre aux employés un chèque-cadeau dont la valeur est calculée selon les années de services :

Années de services	Valeur
10 à 14 ans	150 \$
15 à 19 ans	175 \$
20 à 24 ans	200 \$
25 ans et plus	250 \$

3. Décès

Les informations relatives au décès d'un employé ou d'un membre de sa famille sont sous la responsabilité de la direction générale qui les communique aux autres employés. Un message de condoléances est alors transmis à l'employé ou à sa famille et, selon le cas, la direction générale offre également un tribut floral ou un don.

Personne défunte	Message de condoléances	Tribut floral ou don
Employé	X	150 \$
Conjoint d'un employé	X	75 \$
Enfant d'un employé	X	75 \$
Père ou mère, frère ou sœur	X	

* Au décès d'un employé, une absence peut être autorisée au personnel souhaitant se rendre au salon funéraire ou pour assister aux funérailles.

ANNEXE 3

Modalités de reconnaissance des élus

1. Décès

Les informations relatives au décès d'un élu ou d'un membre de sa famille sont sous la responsabilité de la direction générale qui les communique aux autres employés. Un message de condoléances est alors transmis à l'élu ou à sa famille et un tribut floral ou un don est également offert. Selon le cas, le drapeau est aussi mis en berne.

Personne défunte	Message de condoléances	Tribut floral ou don	Drapeau en berne	Commentaires
Élu	X	150 \$	X	Le maire et les autres élus sont présents aux funérailles.
Ancien maire	X	150 \$	X	Un représentant de la Ville est présent.
Conjoint	X	75 \$		
Enfant	X	75 \$		
Père ou mère Frère ou sœur Etc.	X			

* Au décès d'un élu, une absence peut être autorisée au personnel souhaitant se rendre au salon funéraire ou pour assister aux funérailles.