

MRC

ROUSSILLON 

## EXTRAIT

### Politique de communication externe

Faire face aux défis de la communication publique

Adoptée le 24 avril 2024  
Saint-Constant



# AVANT-PROPOS

## Pourquoi une politique de communication?

Une politique de communication régit l'écosystème de communication interne et externe d'une organisation. Elle précise la mission du Service des communications de l'organisation tout en définissant les rôles et responsabilités de chacune et chacun des acteurs internes et externes.

Elle constitue un outil de gestion organisationnelle qui contribue à la réalisation de la mission et à l'atteinte des objectifs enchâssés dans la planification stratégique de la MRC de Roussillon. Elle permet de faire vivre nos valeurs et de développer une culture organisationnelle forte.

À l'ère postpandémique, le télétravail, l'attractivité et la rétention de la main-d'œuvre ainsi que la multiplication des activités de l'organisation représentent des défis de taille qui changent notre façon de travailler. Dans ce contexte, une politique de communication s'avère particulièrement importante pour mobiliser les équipes internes, renforcer le sentiment d'appartenance à la MRC de Roussillon, faire rayonner l'organisation et son territoire. Bref, la politique de communication constitue le fer de lance du positionnement de l'organisation et de son territoire.

Cette politique s'avère d'autant plus pertinente avec la nouvelle image de marque de la MRC de Roussillon.

## PRÉAMBULE

La politique de communication contribue à l'efficacité et à la cohérence des actions de l'organisation par la reconnaissance de standards, de normes et d'un partage des rôles entourant l'exercice de la communication mené pour et au nom de la MRC de Roussillon.

Cette Politique constitue un outil de gestion qui permet d'établir un cadre servant de référence commune pour faciliter la concertation entre les collaborateurs internes, la cohérence des messages et la complémentarité des actions.

Elle soutient la volonté de l'organisation de développer une culture interne forte et engagée, fière de ses réalisations.

## TABLE DES MATIÈRES

1. Fondements.....	1
2. Principes directeurs.....	2
3. Objectifs.....	3
3.1 Objectifs généraux.....	3
3.2 Objectifs spécifiques.....	3
4. Champs d'application.....	4
4.1 Portée.....	4
4.2 Publics cibles.....	4
4.2.1 Publics internes.....	4
4.2.2 Publics externes.....	4
4.4 Responsabilités et devoirs - publics externes.....	4
4.4.1 Tous les publics externes.....	5
6. Champs d'intervention externes.....	6
6.1 Coordination.....	6
6.2 Outils de communication.....	7
6.3 Protocole.....	7
6.4 Visibilité des partenaires.....	7
6.5 Normes graphiques et linguistiques.....	8

\* Ce document est un extrait de la Politique de communication de la MRC de Roussillon : il n'aborde que les sections relatives aux communications externes.

# 1. FONDEMENTS

Cette Politique encadre les communications de la MRC en appui à la planification stratégique. Elle contribue à relever les défis actuels, tant en matière d'attractivité institutionnelle, pour faire face à la pénurie de personnel, que d'attractivité territoriale, alors que sévit une compétition de plus en plus importante sur le territoire québécois.

Cette Politique s'appuie ainsi sur :

- La mission et la vision de la MRC de Roussillon;
- Les valeurs de transparence, d'audace et de respect;
- Les politiques et les règlements en vigueur;
- Les orientations et les objectifs du plan stratégique.

Compte tenu de ce qui précède, la Politique peut faire l'objet d'une révision à l'occasion de l'adoption de nouvelles orientations stratégiques.

## 2. PRINCIPES DIRECTEURS

La présente politique repose sur la reconnaissance par la MRC de Roussillon des principes suivants :

- Le maintien d'une image institutionnelle cohérente dans tous les aspects de sa communication, tant à l'interne qu'à l'externe;
- La nécessaire cohésion entre les activités de communication, le respect de l'image de marque de l'institution et les actions enchâssées dans son plan stratégique;
- La reconnaissance du rôle d'ambassadeurs des collaborateurs et collaboratrices dans la communication externe;
- L'importance d'une communication transparente, efficace et constante pour le maintien d'un climat de travail sain, agréable et mobilisateur;
- La nécessité d'instaurer une communication fluide pour favoriser l'engagement face à la réalisation de la mission de la MRC de Roussillon et un fort sentiment d'appartenance.

## 3. OBJECTIFS

### 3.1 Objectifs généraux

- Baliser les mécanismes et les actions de communication interne et externe en identifiant un cadre de référence pour répondre aux besoins des publics cibles et assurer une communication efficace.
- Favoriser une bonne circulation de l'information pour renforcer le sentiment d'appartenance interne et un climat de travail sain.
- Communiquer avec transparence pour renforcer la confiance du public et des parties prenantes de l'organisation.

### 3.2 Objectifs spécifiques

- Identifier les émetteurs et les récepteurs d'information officiels de la MRC de Roussillon, tant pour la communication interne qu'externe, ainsi que leur rôle et leurs responsabilités.
- Consolider et arrimer les différentes actions de communication.
- Assurer une cohérence des messages en fonction des différents publics cibles.
- Assurer une communication interne efficace et transparente.
- Assurer la visibilité, la notoriété, le rayonnement et la promotion de la MRC de Roussillon et de ses projets sur son territoire, dans la région métropolitaine et au Québec.
- Projeter une image cohérente de l'organisation dans le respect de son identité de marque.

## 4. CHAMPS D'APPLICATION

Pour être efficace, la Politique encadre les actions suivantes de la MRC de Roussillon :

- La transmission d'informations destinées à l'ensemble des collaborateurs internes;
- Les activités internes et externes de communication, incluant les événements organisés par la MRC ou en partenariat avec la MRC, et les représentations;
- Le placement publicitaire;
- La promotion des projets, des activités et des services de la MRC;
- Les relations de presse;
- Les relations publiques;
- Les médias sociaux;
- Les consultations grand public à promouvoir.

### 4.1 Portée

La Politique s'applique à tous les collaborateurs et collaboratrices de la MRC de Roussillon internes et externes. Elle précise le rôle et les responsabilités des dirigeants et des membres du Conseil de la MRC de Roussillon, dans le respect des règles et des politiques en vigueur.

La Politique encadre l'utilisation du nom et de l'image de marque de la MRC de Roussillon. Elle vise en outre les partenaires de l'organisation et toute personne ou organisation qui collabore avec la MRC.

#### Exclusion

La Politique ne s'applique pas aux communications légales ou juridiques, relevant du greffe ou de la direction générale.

### 4.2 Publics cibles

#### 4.2.2 PUBLICS EXTERNES

- Fournisseurs
- Consultants et consultantes
- Partenaires
- Gouvernements et ministères
- Médias d'information
- Citoyens et citoyennes, entreprises, municipalités, organismes privés et publics
- Touristes et excursionnistes
- Personnel retraité
- Personnel ayant quitté l'organisation

### 4.4 Responsabilités et devoirs - publics externes



---

#### 4.4.1 TOUS LES PUBLICS EXTERNES

- Font approuver par le Service des communications de la MRC de Roussillon toute utilisation de son image de marque et en respecte les normes graphiques;
- Transmettent toute l'information utile pour mettre en valeur leur entente de partenariat;
- Font parvenir dans un délai raisonnable les invitations aux événements protocolaires, inaugurations, conférences de presse, lancements de programmation, etc;
- Impliquent le Service des communications dans les projets et les événements pour lesquels la MRC est partenaire.

## 6. CHAMPS D'INTERVENTION EXTERNES

### **Communication politique et affaires publiques**

De façon générale, on qualifie de communication politique toute déclaration ou communication qui n'a pas encore fait l'objet d'une décision du Conseil, ni par résolution ni par règlement.

Le préfet et les conseillers, conseillères, ont le privilège de faire toute déclaration liée à la fonction. Ces déclarations sont de nature politique et ils en assument la responsabilité.

D'autre part, la communication administrative représente toute information qui a fait l'objet d'une décision du Conseil par résolution ou par règlement.

Il est de la compétence du Service des communications de veiller aux communications publiques, médiatiques et politiques, en collaboration avec les services concernés, et de rendre les messages compréhensibles en cohérence avec les orientations stratégiques et politiques de la MRC.

Le Service des communications peut confier à une autre personne ou un autre service les demandes ou les questions qui ne relèvent pas de la compétence de la MRC de Roussillon.

Le greffe est également responsable de la communication légale en suivi aux décisions du Conseil de la MRC.

### **6.1 Coordination**

La MRC de Roussillon met en place des mécanismes de communication qui assurent une diffusion régulière et pertinente des activités de l'organisation et des services.

Les déclarations et les prises de position de la MRC de Roussillon et de son Conseil sont diffusées par le Service des communications de la MRC de Roussillon qui coordonne, révise et réalise les activités de communication, de concert avec le greffe s'il y a lieu.

Dans le but d'optimiser l'utilisation des outils de communication de la MRC de Roussillon et de veiller à une diffusion claire, cohérente et efficace de l'information, toute communication organisationnelle adressée à un groupe parmi les publics desservis ou les clientèles cibles de la MRC doit d'abord être soumise au Service des communications. Il veillera à utiliser le moyen le plus efficace pour assurer une bonne compréhension du message.

Chaque service est responsable de la correspondance, c'est-à-dire d'une communication écrite adressée à une personne en particulier. Toutefois, si cette correspondance peut être reprise et adaptée de façon régulière, le Service des communications veille à fournir une correspondance type.

Selon le cas, la direction générale et les services administratifs de la MRC de Roussillon sont responsables de coordonner l'information transmise, qu'elle soit de nature financière, légale ou contractuelle, dans le respect de la présente Politique.

## **6.2 Outils de communication**

À partir des objectifs de communication et des contenus bruts transmis, le Service des communications est responsable de développer une stratégie de communication et de réaliser les outils de communication externe qui permettront d'atteindre les objectifs et d'en mesurer les résultats.

Il est responsable de la mise en place d'une communication régulière et efficace, transmettant autant de l'information administrative concernant les décisions du Conseil, la réglementation, les initiatives de ses services ou toute information en lien avec le plan stratégique.

De concert avec la direction générale et les services concernés, le Service des communications diffuse toute information jugée pertinente destinée à l'ensemble des parties prenantes et de la population en utilisant des moyens de communication appropriés, variés et adaptés afin d'atteindre ses différents publics cibles et les objectifs identifiés.

## **6.3 Protocole**

Lors d'événements publics (inauguration, conférence de presse, événements protocolaires), le Service des communications s'assure du respect de certaines normes notamment au niveau des préséances, de la prise de parole, de la signature d'un Livre d'Or, des drapeaux et de l'animation, etc.

Ces usages protocolaires sont reconnus et font consensus au sein des différents paliers de gouvernement et peuvent faire l'objet de modifications selon les circonstances.

## **6.4 Visibilité des partenaires**

La quantité de demandes de diffusion étant importante, la MRC de Roussillon fait la promotion des projets pour lesquels elle est partenaire ainsi que ceux organisés par les organismes reconnus par la MRC, ou ceux qui s'inscrivent dans le cadre d'un projet, d'une campagne spéciale ou d'une orientation du Conseil de la MRC.

Afin d'offrir à ses partenaires et ses organismes reconnus et accrédités une visibilité conforme aux ententes, les demandes doivent être acheminées dans un délai raisonnable permettant les divers niveaux d'approbation requis selon l'ampleur du projet. Le Service des communications veille également à établir les règles en matière de visibilité dans les ententes développées avec les partenaires de la MRC.

## 6.5 Normes graphiques et linguistiques

En plus d'assurer le respect de l'image de marque et de ses normes graphiques, le Service des communications veille au respect des lois linguistiques du Québec et à la qualité de la langue française, notamment et sans s'y limiter, dans les documents imprimés ou numériques officiels destinés à l'externe incluant, sans s'y limiter, les courriels de masse, les présentations projetées (PowerPoint), les cartes professionnelles, la signalétique et la publicité institutionnelle.

Le Service des communications veille également à assurer le respect de l'image de marque pour toute activité de ses partenaires réalisée en collaboration avec la MRC de Roussillon ou grâce à sa contribution financière, dans le respect des ententes établies entre les parties dont l'échange de visibilité a été validé par le Service des communications.