



**Ville de *PINCOURT***

**POLITIQUE DES COMMUNICATIONS DE LA VILLE DE PINCOURT**

**MAI 2015**

**M<sup>e</sup> Etienne Bergevin Byette, directeur général adjoint et greffier**

**TABLE DES MATIÈRES**

<b>POLITIQUE DES COMMUNICATIONS</b> .....	<b>3</b>
<b>CHAPITRE I - CONTEXTE</b> .....	<b>3</b>
<b>CHAPITRE II – DÉFINITIONS</b> .....	<b>3</b>
<b>CHAPITRE III - MISSION ET CHAMPS D’ACTION</b> .....	<b>3</b>
<b>CHAPITRE IV - OBJECTIFS</b> .....	<b>4</b>
Section I - Objectifs généraux .....	4
Section II - Objectifs spécifiques .....	5
<b>CHAPITRE V - RESPONSABILITÉS</b> .....	<b>5</b>
Section I - Service des communications .....	5
Section II - Directeurs de services .....	7
<b>CHAPITRE VI - PORTE-PAROLE</b> .....	<b>7</b>
Section I – Conseil municipal .....	7
Section II – Administration de la Ville .....	8
<b>CHAPITRE VII - TRANSMISSION DE L’INFORMATION</b> .....	<b>8</b>
Section I - Services .....	8
<b>CHAPITRE VIII - ACTIVITÉS DE COMMUNICATION</b> .....	<b>10</b>
Section I - Communication interne .....	10
Section II - Communication lors d’urgence .....	10
<b>CHAPITRE IX - RELATIONS DE PRESSE</b> .....	<b>11</b>
Section I - Demande des médias .....	11
Section II - Conférence de presse .....	12
Section III - Communiqué de presse .....	12
Section IV - Revue de presse .....	13
<b>CHAPITRE X - PUBLICATIONS</b> .....	<b>13</b>
Section I – Général .....	13
<b>CHAPITRE XI – MÉDIAS ÉLECTRONIQUE</b> .....	<b>14</b>
<b>CHAPITRE XII - PROMOTION</b> .....	<b>14</b>
<b>CHAPITRE XII- DISPOSITION FINALE</b> .....	<b>15</b>



## POLITIQUE DES COMMUNICATIONS

### CHAPITRE I - CONTEXTE

1. L'administration municipale de la Ville de Pincourt est consciente que la qualité des services à la population passe, entre autres, par l'amélioration continue des communications municipales, tant internes qu'externes.

Cette *Politique des communications* se veut à la fois un manuel de référence et un outil de gestion pour les élus, les gestionnaires et les employés de la Ville de Pincourt en matière de communication municipale.

Elle regroupe notamment les objectifs, les responsabilités de chacun, les procédures à suivre et le fonctionnement des diverses activités de communication de manière à structurer les communications à l'interne et à l'externe.

L'objectif de cette Politique est de centraliser les communications de la Ville de Pincourt au Service du greffe et des communications pour en améliorer l'efficacité, la rentabilité et la cohérence.

### CHAPITRE II – DÉFINITIONS

#### Définitions

2. Dans la présente politique, les expressions ou les mots ci-dessous ont la signification suivante, sauf si le contexte exige un sens différent :

« **Évènements sanctionnés par la ville** » : Tout évènement organisé par ou sous la supervision d'un des services de la ville;

« **Public interne** » : Personnel de la Ville incluant le conseil municipal;

« **Public externe** » : Population de la Ville, les médias, les investisseurs, les partenaires, les villes voisines;

« **Service des communications** » : Service du greffe et des communications;

« **Ville** » : Ville de Pincourt.

### CHAPITRE III - MISSION ET CHAMPS D'ACTION

#### Mission

3. La mission de la communication municipale consiste à :
  - a. Assurer une bonne visibilité de la Ville de Pincourt;
  - b. Assurer une cohésion dans la diffusion de l'information;
  - c. Diffuser l'information en utilisant les moyens de communication appropriés, et ce, dans le respect des priorités, des valeurs des codes d'éthiques et de déontologies des élus et des employés municipaux de la Ville de Pincourt;
  - d. Privilégier la circulation de l'information de façon ascendante, descendante et latérale (entre les services);
  - e. Privilégier la transmission de l'information au public interne et externe, et ce, de manière adéquate et créatrice;



- f. Promouvoir la Ville et son milieu de travail;
- g. Veiller à la qualité de l'image projetée de la Ville de Pincourt.

#### Champs d'action

- 4. Les champs d'action sont les suivants :
  - a. Communications en situation d'urgence;
  - b. Diffusion de l'information à l'interne et à l'externe;
  - c. Documentation et publications officielles de la Ville;
  - d. Promotion et publicité : journaux, radios, site Internet;
  - e. Relations de presse : communiqués, conférences de presse, relations avec les journalistes, etc.;
  - f. Relations publiques : inauguration, évènements spéciaux et protocolaires, allocution, etc.

#### CHAPITRE IV - OBJECTIFS

- 5. La mise en place d'une *Politique des communications* permet de fixer les objectifs à atteindre pour améliorer la communication municipale, tant à l'interne qu'à l'externe. Elle permet aussi d'assurer la gestion efficace et la bonne coordination des communications à la Ville de Pincourt.
- 6. L'ensemble des publications de la Ville de Pincourt doit être acheminé au Service des communications afin que ce dernier procède à l'analyse des documents pour notamment s'assurer de la conformité des normes graphiques aux exigences de la Ville et de valider la portée du message.

#### Section I - Objectifs généraux

##### Objectifs généraux

- 7. Les objectifs généraux sont :
  - a. Assurer une cohésion organisationnelle;
  - b. Bâtir une image organisationnelle;
  - c. Uniformiser les communications;
  - d. Définir une philosophie et une pratique de communication comme éléments de la culture organisationnelle;
  - e. Impartir les responsabilités politiques et administratives en cette matière;
  - f. Définir les activités et les programmes conformes aux orientations du conseil et aux objectifs généraux de l'administration municipale.



## Section II - Objectifs spécifiques

### Objectifs spécifiques

8. Les objectifs spécifiques sont :
  - a. Faire connaître les valeurs, les orientations, les objectifs, les priorités et les programmes de l'administration municipale, à l'interne et à l'externe;
  - b. Fournir de l'information par le biais de divers moyens de communication pour répondre aux besoins des publics internes et externes de la Ville;
  - c. Faire connaître aux citoyens les services offerts par la Ville;
  - d. Informer les citoyens des activités menées par la Ville;
  - e. Favoriser un climat de communication et d'échange continu entre les différents partenaires internes et externes de l'organisation.

## CHAPITRE V - RESPONSABILITÉS

### Section I - Service des communications

#### Service des communications

9. Le Service des communications coordonne et supervise la diffusion de l'information municipale de nature administrative. Il agit en soutien aux différents services de la Ville ainsi qu'au conseil municipal. Il a comme mandat :
  - a. D'accueillir les médias lors des évènements;
  - b. D'appliquer, avec l'aide de la direction générale, la *Politique des communications*;
  - c. D'assurer les relations avec la presse (organisation de conférences de presse);
  - d. D'assurer une présence active sur les réseaux sociaux (Facebook et autres);
  - e. D'encadrer les publications officielles produites par la Ville tant au niveau du contenu que de l'image;
  - f. D'envoyer le matériel nécessaire aux médias après la tenue de l'évènement;
  - g. D'envoyer les invitations aux médias et aux officiels;
  - h. D'offrir un support en communication aux divers services municipaux;
  - i. De définir et d'appliquer les mécanismes d'évaluation et de rétroaction des activités de communication;
  - j. De diffuser l'information utile aux citoyens par des outils de communication appropriés;
  - k. De favoriser la participation et l'implication citoyenne;
  - l. De collaborer, avec le service requérant, à la mise en place d'activités de communication interne et externe;
  - m. De participer à l'application du plan de mesures d'urgence en matière de production et de diffusion de l'information;



- n. De produire des documents imprimés et des vidéos;
- o. De rédiger et de corriger tout matériel informatif destiné à la diffusion (communiqués de presse, Info-Pincourt, etc.);
- p. De rédiger, en collaboration avec le service requérant, le communiqué de presse et de préparer la pochette de presse;
- q. De collaborer à la rédaction des allocutions.

#### Responsable des communications

- 10. Le responsable des communications a comme mandat de coordonner les activités de communication, telles que mentionnées au point 9 de la Politique, et de fournir à la Ville toute l'expertise nécessaire pour remplir ce rôle en conformité avec sa description de tâches.

Le responsable des communications s'occupe, par le biais de ces communications, notamment de :

- a. Accueillir les médias lors des événements;
- b. Élaborer des stratégies de communication adaptées aux besoins des différents services;
- c. Envoyer le matériel nécessaire aux médias après la tenue de l'évènement;
- d. Envoyer les invitations aux médias et aux officiels;
- e. Faire connaître la vision aux diverses clientèles;
- f. Mettre à jour et actualiser le contenu des publications de la Ville (Médias électroniques, Site web etc.);
- g. Offrir du soutien aux employés des différents services en matière de communication;
- h. Rédiger le communiqué de presse et préparer la pochette de presse;
- i. Collaborer à la rédaction des allocutions;
- j. S'assurer de la qualité du message ainsi que l'utilisation des canaux de communication;
- k. S'assurer du respect de la présente politique;
- l. Toutes autres tâches connexes et pouvant être effectué par l'agent aux communications.

#### Agent aux communications

- 11. Sous la supervision du responsable des communications, l'agent aux communications a comme mandat d'exécuter et coordonner les activités de communication. Il doit notamment, et sans limiter la mention de toutes autres tâches connexes :
  - a. Assurer les relations avec la presse (diffusion externe des nouvelles, comptes rendus des demandes d'entrevue, etc.) avec le responsable des communications;
  - b. Assurer une présence active sur les réseaux sociaux (Facebook et autres);
  - c. Mettre à jour l'information sur les divers canaux d'information (site Web, etc.);



- d. Collaborer à la rédaction et à la révision du contenu de différentes publications (bulletin municipal, communiqué, discours, etc.);
- e. Participer, le cas échéant, à la création de campagnes d'information;
- f. Participer, le cas échéant, à l'élaboration des stratégies de communication;
- g. Participer à l'organisation des activités de communication (conférence de presse, lancement, kiosque promotionnel, etc.) avec le responsable des communications;
- h. Assurer le suivi de la production d'imprimés et de vidéos;
- i. Suivre et analyser la réputation de la Ville dans les médias et les réseaux sociaux.

## Section II - Directeurs de services

### Directeurs des services

- 12. De manière à supporter la mission du Service des communications et assurer l'application de ladite *Politique des communications*, les directeurs doivent :
  - a. S'assurer que les membres de leur personnel connaissent bien les politiques internes et la *Politique des communications*;
  - b. Favoriser la communication au sein même du service et avec les autres services municipaux;
  - c. Favoriser l'échange d'information avec le Service des communications;
  - d. Fournir l'information nécessaire au Service des communications tout en donnant un délai raisonnable;
  - e. Travailler en collaboration avec le Service des communications pour élaborer des plans et des stratégies de communication.

## CHAPITRE VI - PORTE-PAROLE

### Section I – Conseil municipal

#### Maire

- 13. Le maire représente la Ville de Pincourt auprès de l'ensemble de la population.

Chaque fois que le maire s'adresse au public, il peut le faire en son nom personnel ou au nom de la Ville de Pincourt lorsqu'il s'agit de sujets touchant les affaires municipales, les dossiers politiques et la réglementation municipale, à moins qu'une entente avec une tierce partie existe sur un sujet particulier.

Ces privilèges s'appliquent également au maire suppléant lorsque celui-ci est expressément mandaté par le maire ou par résolution pour s'exprimer sur un dossier.

#### Membres du conseil

- 14. À titre de participant aux décisions prises lors des séances du conseil, chaque membre du conseil possède le privilège de faire des déclarations. Toutefois, ces interventions demeurent à titre personnel aussi longtemps qu'il n'a pas reçu de mandat officiel du maire ou du conseil (résolution) afin de parler au nom de l'ensemble des membres du conseil.



#### Évènement dans un district

15. Lors de la tenue d'évènement dans un district donné, le maire ainsi que le conseiller dudit district doivent être présents à cette activité.

Les autres membres du conseil peuvent, à leur discrétion, assister à ladite annonce.

#### Évènement de la Ville

16. Les élus doivent être informés régulièrement et dans les meilleurs délais des évènements sanctionnés par la Ville.

#### Remise de souvenirs

17. Les souvenirs destinés aux invités spéciaux ou aux personnes/groupes méritant des honneurs sont remis par le maire ou son représentant en séance du conseil ou toute autre occasion spéciale.

### Section II – Administration de la Ville

#### Directeur général

18. Le directeur général est autorisé à faire toute déclaration publique de nature administrative, c'est-à-dire relativement aux services municipaux.

#### Directeur général adjoint

19. Le directeur général adjoint bénéficie du même privilège que le directeur général en l'absence de ce dernier ou s'il a été mandaté pour s'exprimer sur un dossier.

#### Directeurs des services

20. Les directeurs peuvent accorder une entrevue sur un sujet précis relevant de leur expertise. Toutefois, cette intervention doit être préalablement autorisée par la Direction générale.

Si un média communique directement avec un directeur, ce dernier doit aviser immédiatement la Direction générale et le Service des communications.

## CHAPITRE VII - TRANSMISSION DE L'INFORMATION

#### Transmission de l'information

21. De manière à privilégier la circulation de l'information, chaque service doit, dès que possible, aviser le Service des communications de tout imprévu, ou changement susceptible d'avoir une incidence sur les employés municipaux ou les citoyens.

Pour permettre à l'agent aux communications d'élaborer un calendrier éditorial mensuel pour les médias sociaux et le site Web, chaque service doit, au plus tard la dernière semaine de chaque mois, fournir au Service des communications la liste de ses activités et de ses moments-clés prévus le mois suivant.

### Section I - Services

#### Service des travaux publics

22. Le directeur du service des travaux publics, ou une personne qu'il aura désignée, doit fournir quotidiennement, s'il y a lieu, au Service des communications l'information suivante :

- a. Coupure d'eau et évolution de la situation (secteur, inconvénients à prévoir);



- b. Bris d'aqueduc et évolution de la situation (secteur, inconvénients à prévoir);
- c. Travaux de rues (date, rue, travaux effectués, inconvénients à prévoir);
- d. Présence de guêpes de sable dans les parcs municipaux;
- e. Opération déneigement (date, rue, inconvénients à prévoir).

#### Loisirs et Services communautaires

23. Le directeur des Loisirs et Services communautaires, ou une personne qu'il aura désignée, doit fournir quotidiennement, s'il y a lieu, au Service des communications l'information suivante :

- a. Activités à venir;
- b. Annulation, report d'une activité;
- c. Places disponibles dans un atelier (ou atelier complet);
- d. Photos d'activités;
- e. Ouverture et fermeture des patinoires extérieures;
- f. Ouverture et fermeture de la piscine municipale et des jeux d'eau;
- g. Ouverture et fermeture de l'aire d'exercice canin;
- h. Évolution des actions de la *Politique de développement social*;
- i. Période d'inscription aux activités;
- j. Toutes autres activités organisées par le Service ou ses comités.

#### Service d'urgence et de protection incendie

24. Le directeur du Service d'urgence et de protection incendie, son adjoint, ou une personne qu'il aura désignée doit fournir régulièrement au Service des communications l'information suivante :

- a. Divers rappels de sécurité en fonction de la période de l'année (canicule, déneigement des toits, changement de piles des avertisseurs, etc.);
- b. Incendies majeurs;
- c. Toutes activités de bénévolat effectué par le personnel dans le cadre de leurs fonctions et approuvé par la Ville;
- d. Détails des activités (Journée des pompiers, Collecte de sang, échelle-Othon, Grande évacuation, Halloween, etc.);
- e. Visites résidentielles en été (secteur, date);
- f. Toutes urgences relativement à la sécurité civile.

#### Aménagement du territoire

25. Le directeur de l'aménagement du territoire, ou une personne qu'il aura désignée, doit fournir quotidiennement, s'il y a lieu, au Service des communications l'information suivante :

- a. Dates des ventes-débarras;



- b. Nouveaux règlements;
- c. Tout règlement jugé pertinent d'être rappelé aux citoyens.

#### Services administratifs et financiers

26. Le directeur du Service administratif et financier, ou une personne qu'il aura désignée, doit fournir quotidiennement, s'il y a lieu, au Service des communications l'information suivante :
- a. Échéances pour le paiement du **compte de taxes foncières annuelles**;
  - b. Dates d'envoi des **comptes de taxes foncières annuelles** par la poste.

#### Ressources humaines

27. Le directeur des ressources humaines, ou une personne qu'il aura désignée, doit fournir quotidiennement, s'il y a lieu, au Service des communications l'information suivante :
- a. Affichage des postes;
  - b. Détails de la Journée de l'emploi.

#### Service des infrastructures

28. Le directeur du Service des infrastructures, ou une personne qu'il aura désignée, doit fournir quotidiennement, s'il y a lieu, au Service des communications l'information suivante :
- a. Tous travaux à l'usine d'épuration pouvant occasionner du bruit et des odeurs inhabituels, susceptibles d'importuner les citoyens;
  - b. Tous travaux dans la ville pouvant engendrer des détours ou des fermetures de rues;
  - c. Tous travaux effectués à l'intérieur ou à l'extérieur des édifices municipaux;
  - d. Rinçage du réseau d'aqueduc (date, heure et secteur);
  - e. Travaux majeurs de réfection de rues (date, heure et secteur).

## CHAPITRE VIII - ACTIVITÉS DE COMMUNICATION

### Section I - Communication interne

#### Communication interne

29. Le Service des communications, en collaboration avec les différents services ou sur demande du conseil municipal, verra à mettre sur pied une stratégie de communication interne. Cette stratégie pourrait inclure différente initiative afin de favoriser la transmission d'information pour l'ensemble des employés de la Ville.

### Section II - Communication lors d'urgence

#### Communication de crise

30. Dans le cadre d'une gestion de crise, la Ville de Pincourt doit communiquer au maximum avec son public interne au même titre que son public externe.



À cette fin, la Ville doit :

- a. Mettre en place une cellule de crise;
- b. Communiquer régulièrement, si possible, l'information susceptible d'être rendue publique;
- c. Utiliser l'ensemble de ses moyens de communication afin d'informer la population ainsi que les employés.

En situation de crise, le coordonnateur des mesures d'urgences, en collaboration avec les différents services, ainsi que le Service des communications, doit s'assurer du maintien des canaux de communication.

31. Le Service des communications doit privilégier la publication de toute information portant notamment sur :
  - a. Incendies majeurs;
  - b. Toutes urgences relativement à la sécurité civile;
  - c. Toutes situations pouvant toucher à la qualité de vie des citoyens (fermeture de rues, travaux à l'usine d'épuration, bris d'aqueduc, avis d'ébullition, etc.);
  - d. Toutes autres situations d'urgence décrétées par la Direction générale et/ou le coordonnateur des mesures d'urgence.

Le Service des communications est responsable de la rédaction des avis en collaboration avec le service requérant qui doit fournir l'information technique et complète pouvant être publiée.

## **CHAPITRE IX - RELATIONS DE PRESSE**

### **Section I - Demande des médias**

#### Demande des médias

32. Pour assurer un meilleur suivi des demandes et pour analyser les retombées médiatiques, toutes les demandes d'entrevue doivent passer par le Service des communications.

#### Procédure

33. Les journalistes devront d'abord formuler leur demande auprès du responsable des communications. Ce dernier veillera, notamment, à noter : la nature de la demande, le sujet de l'entrevue, l'angle de la nouvelle, le nom du média et du journaliste, la tombée du média et la date anticipée de l'article. Il acheminera ensuite la demande auprès de l'intervenant approprié.

#### Communication avec un employé

34. Advenant qu'un journaliste communique directement avec un employé de la Ville, ce dernier devra aviser immédiatement le responsable des communications. De plus, il est interdit pour un employé municipal d'effectuer une déclaration publique aux médias au nom de la Ville.



Les demandes d'accès à l'information, quant à elles, doivent être acheminées au Service des communications.

## **Section II - Conférence de presse**

### Conférence de presse

35. L'organisation des conférences de presse relève du Service des communications.

En collaboration avec le service requérant, le Service des communications détermine le lieu de la conférence de presse, le sujet de la conférence et l'angle de l'allocution des divers intervenants.

Le responsable des communications, ou toutes autres personnes mandatées à cet effet, est responsable en collaboration avec le service requérant : du déroulement, des invitations, des allocutions, du communiqué de presse, du montage du dossier de presse, de l'accueil des médias et du suivi auprès des médias.

Chaque conférence de presse requiert une intervention du maire et du responsable du dossier, soit le directeur du service concerné.

Le responsable des communications ou, en son absence, l'agent aux communications peuvent agir à titre de maître de cérémonie.

### Type de conférence de presse

36. Les conférences de presse peuvent notamment être organisées, dans les cas suivants :
- a. L'annonce d'une nouvelle importante ou complexe;
  - b. Le lancement d'un événement, d'une nouveauté, etc.;
  - c. La présentation d'un rapport de nature public.

### Organisation d'évènements

37. Tout événement à caractère protocolaire (vernissage, conférence, ouverture officielle, lancement, etc.) qui requiert la présence d'officiels et des médias doit être organisé en collaboration avec le Service des communications.

### Coûts

38. Les coûts associés à l'organisation d'une conférence de presse, pour la commande du buffet ou le montage des pochettes de presse par exemple, relèvent du service requérant.

## **Section III - Communiqué de presse**

### Communiqué de presse

39. La rédaction d'un communiqué de presse aux médias relève du Service des communications.

### Procédure

40. Lors d'une conférence de presse, le communiqué de presse doit être envoyé la journée même de sa tenue ou le lendemain matin (si la conférence est en soirée) avec une photo de l'évènement.



Les communiqués de bilan d'un évènement ou d'une activité doivent être envoyés aux médias, si possible, le lendemain de leur tenue, en avant-midi, avec une ou plusieurs photos.

Les communiqués de presse doivent être envoyés à tous les médias en même temps.

## Section IV - Revue de presse

### Revue de presse

41. Chaque semaine, l'agent de bureau assurera une veille de la presse écrite et de la presse électronique grâce à des outils de veille.

De son côté, l'agent aux communications assurera une veille des médias sociaux et de gestion de présences sociales. Les informations recueillies seront conservées pour utilisation future, au besoin.

## CHAPITRE X - PUBLICATIONS

### Section I – Général

#### Demande

42. Toute demande de publications, accompagnée du formulaire de demande de services, doit être présentée au Service des communications dans les meilleurs délais afin de planifier la production.

Après analyse, l'agent aux communications émettra des recommandations en fonction des objectifs, de l'ampleur de la commande et du temps d'exécution.

La collaboration du service requérant sera nécessaire afin que ce dernier puisse valider le texte modifié ainsi que le produit final devant être publié.

#### Utilisation du logo

43. Le logo ne peut être altéré ou modifier que suivant l'autorisation du Service des communications. Néanmoins, ce dernier pourra être modifié en noir et blanc ou en couleur monochrome aux fins de diffusion, et ce sans autorisation préalable.

Toute publication officielle, comportant le logo de la Ville de Pincourt qui a été préparé par un service municipal, ainsi que l'affichage de document sur le babillard doit préalablement être validée auprès du Service des communications avant d'être affiché ou distribué aux citoyens ou à d'autres destinataires

Le Service des communications apportera, après validation et consultation auprès du service requérant, les correctifs requis.

Pour l'affichage sur le babillard de l'hôtel de ville, les documents doivent préalablement être approuvés.

Toute publication, comportant le logo de la Ville de Pincourt, qui a été préparé par un organisme ou comité doit être approuvé par le responsable des communications.

#### Papier en-tête

44. Les services doivent respecter et utiliser l'en-tête officiel approuvé par la Direction générale dont copie est disponible en annexe.

	Ville de <b>PINCOURT</b>	Politique des communications	Entrée en vigueur : 2015-05-12 Modifiée le : 2016-02-09
---	--------------------------	------------------------------	--

#### Signature électronique

45. Les services doivent respecter et utiliser la signature électronique officielle approuvée par la Direction générale dont copie est disponible en annexe.

#### Bulletin municipal

46. Le bulletin municipal est publié quatre fois par année, chaque saison. Cette publication est apolitique et fait la revue des événements et des projets de la Ville de Pincourt.

Ce dernier doit inclure à chaque publication les informations (coordonnées, photos) nécessaires afin de rejoindre les membres du conseil municipal. Toute référence à un site internet, page Facebook ou autre d'un membre du conseil sera néanmoins retiré au début de l'année électorale.

Le bulletin municipal est mis à la disposition des citoyens, et ce gratuitement. Ce dernier est aussi disponible en format PDF publié sur le site Web de la Ville.

## CHAPITRE XI – MÉDIAS ÉLECTRONIQUE

#### Calendrier éditorial

47. Lors de la dernière semaine de chaque mois, chaque service doit fournir à l'agent aux communications la liste de ses activités prévues le mois suivant.

À partir de cette liste, l'agent aux communications établira un calendrier éditorial pour le site Web ainsi que pour les réseaux sociaux.

#### Facebook

48. La page Facebook est destinée en priorité à promouvoir les activités et l'actualité de la Ville de Pincourt.

La page Facebook ne comportera aucune publication faisant la promotion d'un parti politique, d'une religion ou d'une activité lucrative (hormis si elle est destinée à des fins sociales, éducatives ou philanthropiques). La page Facebook peut servir à la promotion d'initiatives pour lesquelles la Ville de Pincourt est partenaire.

## CHAPITRE XII - PROMOTION

#### Promotion

49. Toute participation de la Ville de Pincourt à un événement (festival, salon, fête, etc.) doit préalablement être approuvée par la Direction générale et/ou le conseil municipal pour l'emprunt de matériel.

Pour l'emprunt du matériel promotionnel (bannière, nappe, drapeau, etc.), une demande au Service des communications devra être réalisée dans les meilleurs délais afin d'éviter une double réservation du matériel.

La conception et le renouvellement d'objets promotionnels relèvent du Service des communications suivant l'approbation de la Direction générale et du conseil municipal, selon la nature de la dépense.

La quantité d'objets promotionnels remis lors d'un événement public (kiosque promotionnel) varie selon l'ampleur de l'événement et le nombre de visiteurs attendus.



Le Service des communications est également responsable en collaboration avec le service requérant de planifier les activités d'animation du kiosque, incluant les méthodes d'attribution des objets promotionnels.

Coût du matériel promotionnel

50. Les coûts associés à la production du matériel promotionnel relèvent du service requérant.

**CHAPITRE XII- DISPOSITION FINALE**

Entrée en vigueur

51. La présente politique entre en vigueur lors de son adoption par le conseil municipal.

ADOPTÉE PAR LE CONSEIL MUNICIPAL LE 12 MAI 2015 ET MODIFIÉE LE 9 FÉVRIER 2016.

YVAN CARDINAL, MAIRE

ME ETIENNE BERGEVIN BYETTE, DGA ET GREFFIER



## **ANNEXE I**

À venir



## ANNEXE II

### Politique d'affichage des panneaux d'affichage numériques

#### 1- Contexte et objectifs des panneaux d'affichage numériques

Comme prévu à son Plan triennal d'immobilisations (2015), le conseil municipal de la Ville de Pincourt a décidé de doter la Ville de deux panneaux d'affichage numériques.

L'implantation de ce nouvel outil permet au personnel des communications de la Ville de Pincourt de diffuser des renseignements, provenant prioritairement de l'administration municipale, d'autres instances gouvernementales et d'organismes mandatés par la Ville, les événements majeurs et informer les citoyens lors de mesures d'urgence. S'ajoutant aux autres moyens de communication déjà implantés, l'arrivée de ces panneaux assure une circulation renforcée de l'information auprès des citoyens.

#### 2- Critères d'admissibilités

- a. Les panneaux à affichage numériques sont d'abord et avant tout utilisés pour renseigner les citoyens sur les événements, programmes et autres actualités municipales qui les concernent, incluant les messages d'urgences.
- b. Les panneaux peuvent aussi servir à diffuser gratuitement les messages d'intérêt public des organismes à but non lucratif reconnus par la Ville, et ce, conditionnellement à son approbation par le service du greffe et des communications qui s'assurera notamment du respect de la présente politique et de la disponibilité des panneaux.
- c. Par souci d'informer les citoyens sur d'autres éléments importants relatifs à la qualité de vie Pincourtoise, certains organismes non reconnus peuvent aussi bénéficier d'un affichage gratuit sur les panneaux d'affichage numérique, et ce, conditionnellement à l'approbation de la Ville de Pincourt qui s'assurera au préalable que ces organismes respectent au moins l'une ou l'autre des conditions suivantes :
  - i. Le message à transmettre doit être d'intérêt général et aura un impact important sur la population Pincourtoise en raison, par exemple, de la venue de visiteurs dans la ville (championnat provincial, national, international, événement majeur, etc.) ;
  - ii. L'objet du message s'adresse à tous les Pincourtois dans le cadre d'une campagne de sensibilisation (ex. : Opération Nez rouge, semaines thématiques, etc.) ;



- iii. L'objet du message fait appel à la mobilisation des Pincourtois pour une bonne cause (ex. : collecte de sang, campagne d'achat local, guignolée, etc.) ;
- iv. La Ville de Pincourt se réserve également le droit d'accepter une demande non prévue par les dispositions de la présente, et ce, conditionnellement à l'approbation du service du greffe et des communications ou du directeur général ou d'une autre personne déléguée à cet effet par ce dernier.

### 3- Règles d'affichage

- a. La Ville a l'obligation d'afficher en français et en anglais.
- b. Les messages à caractère publicitaire, politique, partisan, religieux ou discriminatoire seront automatiquement refusés.
- c. Aucun message à but lucratif n'est autorisé ni aucune forme de publicité commerciale ne sera acceptée.
- d. Aucune mention d'entreprise privée ne sera autorisée, à moins que l'entreprise fasse partie du nom officiel de l'événement, que cette dernière sert de lieu pour la tenue d'un événement ou que l'entreprise est le principal commanditaire de l'événement.
- e. Les panneaux sont réservés prioritairement à la diffusion de renseignements de l'administration municipale et d'organismes mandatés par la Ville, et autres instances gouvernementales (ex. : Sécurité civile, MRC de Vaudreuil-Soulanges, etc.).
- f. Les panneaux servent uniquement à la promotion d'informations et d'événements se déroulant sur le territoire de Pincourt ou à l'extérieur lorsque l'événement peut susciter l'intérêt des citoyens de Pincourt.
- g. Les renseignements des organismes doivent être d'intérêt général et s'adresser à un vaste public.
- h. Les messages de sensibilisation ne sont autorisés que pour la Ville et ses organismes mandataires uniquement.
- i. Les messages de sollicitation de dons pour le fonctionnement d'un organisme ou pour financer ses installations ou des travaux seront refusés. Des exceptions seront toutefois accordées pour la sollicitation de dons destinés au grand public, comme la guignolée.
- j. Les routes payantes pourront également être annoncées sur les panneaux compte tenu de leur caractère public.



- k. La Ville de Pincourt se réserve en tout temps le droit de modifier un message, de le refuser, d'interrompre sa diffusion ou d'en reporter l'affichage à une date ultérieure.
- l. Le visuel et le texte de tous les messages sont produits gratuitement par les communications de la Ville de Pincourt avec les renseignements inclus dans le formulaire prévu à cet effet. Pour des considérations d'efficacité opérationnelle, les messages ne sont pas soumis pour approbation avant leur diffusion.
- m. Un maximum de deux (2) logos est permis par affichage, incluant celui de l'organisme. Aucune exception ne sera accordée.
- n. Les logos doivent être transmis en haute résolution (300 ppp) en format .ai, .eps ou .png. Les logos peuvent aussi être transmis en .jpg si le fond de l'image est de couleur unie.

#### **4- Conditions d'affichage**

Compte tenu du nombre important de messages à diffuser annuellement, la Ville de Pincourt doit imposer des limitations en matière de nombre, fréquence et durée de ceux-ci :

- a. En période de forte demande d'affichage, les communications de la Ville se réservent le droit de préconiser le principe du « premier arrivé premier servi ».
- b. Les messages de la Ville de Pincourt et de ses mandataires (MRC, Sûreté du Québec, ministères, etc.) ont préséance sur tous les autres. En cas d'urgence, la Ville pourrait suspendre ou retarder la diffusion de tous les messages qui ne sont pas relatifs à cette urgence.
- c. Par souci d'équité, un maximum de deux (2) messages par année est permis par organisme reconnu. Toutefois, la Ville de Pincourt se réserve le droit d'augmenter cette limite pour un ou des organismes si la disponibilité des panneaux le permet et si l'intérêt du message le justifie.
- d. Aucun message ne peut être affiché en permanence. Pour un organisme, la durée maximale d'affichage d'un message sur le tableau électronique est de 7 à 10 jours consécutifs. Toute annonce sera retirée le lendemain de l'événement ou le lundi suivant, si l'événement prend fin un vendredi, samedi ou dimanche. Toutefois, la Ville de Pincourt se réserve le droit de mettre fin ou de modifier la période d'affichage si requis.
- e. Pour des raisons de visibilité et de lisibilité, le contenu du texte doit être limité au strict minimum. La Ville de Pincourt se réserve le droit de réduire et reformuler les textes qui lui sont soumis. L'emploi de huit (8) mots ou moins est recommandé.



## 5- Responsabilités et obligations

- a. L'organisme demandeur est entièrement responsable du message publié sur le tableau numérique.
- b. La Ville de Pincourt se dégage de toute responsabilité quant au contenu du message et ne peut être tenue responsable des erreurs, omissions ou autres figurant dans les renseignements qui lui ont été transmis au moyen du formulaire complété par le demandeur de l'organisme.
- c. L'organisme demandeur doit informer le plus rapidement possible la Ville dans l'éventualité où l'événement à annoncer est annulé ou reporté en appelant durant les heures de bureau, à la réception de la mairie, au 514 453-8981.

## 6- Transmission d'une demande d'affichage

- a. Toute demande d'affichage concernant les écrans à affichage numérique doit être transmise au bureau des communications de la Ville de Pincourt.
- b. Un formulaire de demande d'affichage est disponible à l'hôtel de Ville de Pincourt et sur le site Internet de la Ville. Ce dernier doit être dûment rempli par le requérant.
- c. Les renseignements ainsi que les logos, conformes aux normes de diffusion, doivent être fournis au moins 15 jours (jours ouvrables) avant la date souhaitée de publication.
- d. Toutes les requêtes qui ne respectent pas ce délai ou ne sont pas conformes à la présente politique seront automatiquement refusées. Pour présenter une demande, il suffit de remplir le formulaire disponible sur le site internet de la Ville de Pincourt ([www.villepincourt.qc.ca](http://www.villepincourt.qc.ca)), de l'imprimer et de le faire signer à la fois par le demandeur et la présidente ou le président de l'organisme concerné si celui-ci n'est pas le demandeur.
- e. Le formulaire complété doit ensuite être transmis par courriel ou déposé au comptoir de la réception à la mairie, durant les heures d'ouverture :

### **Demande d'affiche panneau électronique Ville de Pincourt**

Greffe et communications

[greffe@villepincourt.qc.ca](mailto:greffe@villepincourt.qc.ca)

919, chemin Duhamel

## 7. Entrée en vigueur

La présente annexe à la politique de communication a été adoptée par le conseil municipal de la Ville de Pincourt le 9 février 2016.