



Ville de  
*Saint-Basile-le-Grand*

...où il fait bon vivre au naturel entre rivière et montagnes...

**POUR NOUS JOINDRE**

☎ 450 461-8000

🌐 [www.ville.saint-basile-le-grand.qc.ca](http://www.ville.saint-basile-le-grand.qc.ca)



# POLITIQUE DE COMMUNICATION

DIRECTION GÉNÉRALE • COMMUNICATIONS

LA POLITIQUE DE COMMUNICATION PERMET L'**EFFICACITÉ**, LA **RENTABILITÉ** ET LA **COHÉRENCE** DE L'**ACTIVITÉ COMMUNICATIONNELLE** INTERNE ET EXTERNE DE L'ORGANISATION, POUR AUTANT QU'ELLE SOIT ENTÉRINÉE PAR TOUTES LES INSTANCES DÉCISIONNELLES ET RESPECTÉE PAR TOUS LES MEMBRES DE L'ORGANISATION.

Françoise Penven et Odette Lupien  
Le nouveau guide de la communication municipale,  
ministère des Affaires municipales, *Sainte-Foy, Québec*,  
*Publications du Québec, 1997, p.11*

## CONCEPTION ET PUBLICATION

Considérant que plus de 90 % de la population grandbasiloise est branchée à Internet, les communications électroniques sont favorisées et une quantité minimale de documents est imprimée. La Ville utilise autant que possible du papier issu de sources responsables de produits forestiers (FSC) et, comme second choix, du papier 100 % recyclé.

*Le générique masculin est utilisé sans discrimination dans le seul but d'alléger le texte.*

### Direction générale • Communications

☎ 450 461-8000, poste 8100

✉ communications@villesblg.ca

Mairie ☒ 204, rue Principale

© Ville de Saint-Basile-le-Grand  
Mai 2017



Cette publication est conforme à la nouvelle orthographe  
• [www.orthographe-recommandee.info](http://www.orthographe-recommandee.info)

## MOT DU MAIRE

BERNARD GAGNON



Le conseil municipal reconnaît que la communication est une fonction de premier niveau qui revêt une importance capitale en lien avec l'image que la Ville désire projeter.

Nous sommes donc heureux d'adopter notre première politique de communication municipale. Son objectif est de répondre efficacement aux besoins d'information et d'assurer la cohérence, l'uniformité et la célérité des interventions de tous les services municipaux.

## MOT DU DIRECTEUR GÉNÉRAL

JEAN-MARIE BEAUPRÉ



C'est par la communication que l'administration peut cerner les besoins de la population et grâce à elle que des services puissent être offerts aux citoyens. Il importe que les Grandbasilloises et Grandbasillois s'approprient cette politique qui se veut un instrument de participation citoyenne.

D'autre part, le personnel doit s'assurer d'intégrer les principes de la communication municipale, lesquels visent toujours l'excellence du service et la satisfaction des publics.

# TABLE DES MATIÈRES

<b>CONTEXTE</b>	<b>5</b>
<b>PRINCIPES DIRECTEURS</b>	<b>7</b>
<b>OBJECTIFS</b>	<b>9</b>
<b>CHAMPS D'APPLICATION</b>	<b>10</b>
› Publics internes	<b>10</b>
› Publics externes	<b>11</b>
› Relayeurs d'information	<b>12</b>
<b>CHAMPS D'INTERVENTION</b>	<b>13</b>
› Direction générale et cabinet du maire	<b>13</b>
› Services municipaux	<b>14</b>
<b>DEVOIRS ET LIMITES</b>	<b>15</b>
› Communication politique	<b>15</b>
› Communication administrative	<b>15</b>
<b>SUJETS FAISANT L'OBJET DE COMMUNICATIONS MUNICIPALES</b>	<b>16</b>
› Vie urbaine	<b>16</b>
› Vie citoyenne	<b>16</b>
› Vie active	<b>17</b>
› Vie communautaire	<b>18</b>
› Communication interne	<b>19</b>
<b>PROCÉDÉ DE COMMUNICATION</b>	<b>20</b>
<b>VOIES DE COMMUNICATION</b>	<b>22</b>
› Correspondance	<b>22</b>
› Publications et documents d'information	<b>22</b>
› Site Web et services en ligne	<b>24</b>
› Structures d'affichage	<b>25</b>
› Téléphonie	<b>26</b>
› Médias sociaux	<b>26</b>

## COMMUNICATION CONSULTATIVE ET PARTICIPATIVE 27

- › Séances du conseil municipal 27
- › Assemblées publiques de consultation 28
- › Comités consultatifs 28
- › Sondages 28
- › Gestion des demandes d'information, des plaintes et des requêtes 28

## COMMUNICATION LORS DE MESURES D'URGENCE OU DE SITUATIONS PRIORITAIRES 29

## PROTOCOLE ET REPRÉSENTATION PUBLIQUE 30

- › Allocutions 30
- › Cadeaux 30
- › Cérémonies protocolaires 30
- › Commandites, publicités et promotions 31
- › Drapeaux 31
- › Évènements sociaux 31
- › Invitations officielles 32
- › Livre d'or 32
- › Reconnaissances 33
- › Photos 34

## IDENTITÉ VISUELLE 35

## RELATIONS AVEC LES MÉDIAS 36

- › Rencontres de presse 36
- › Communiqués 36

## POLITIQUE LINGUISTIQUE 37

- › Orthographe rectifiée 37
- › Usage du mot « résidant » 37

## CADRE LÉGAL 38

## ENTRÉE EN VIGUEUR 38

## PLAN D'ACTION 39

## CONTEXTE

La Municipalité, parce qu'elle constitue le palier administratif public le plus proche des citoyens, a un devoir de communiquer autant pour démontrer l'utilisation adéquate des deniers publics que pour connaître les attentes de ses publics et promouvoir les services, les programmes, les projets ainsi que les activités et événements municipaux.

Il importe que la relation de confiance qui existe entre les citoyens et les élus, en passant par l'administration, soit soutenue par des communications cohérentes et transparentes. Ainsi, par sa politique de communication, la Ville traduit une volonté d'échanger dans le but d'améliorer la qualité du milieu de vie grandbasilois, la participation des citoyens à la vie municipale et le développement d'un sentiment d'appartenance à la collectivité.

Une politique de communication constitue la base d'une démarche rigoureuse pour préserver l'image de la Ville, développer un esprit de collaboration entre les services, accroître l'efficacité organisationnelle et orienter son positionnement sur diverses questions en tenant compte des besoins et intérêts de la population comme des ressources humaines et financières.

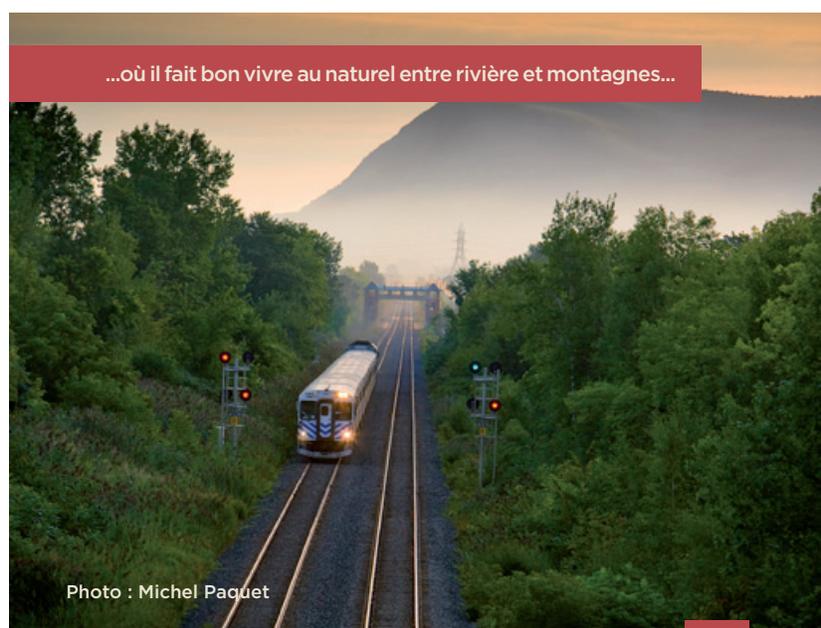


Photo : Michel Paquet



Boulevard du Millénaire

Dans ses communications, la Ville souhaite mettre en lumière :

- › **ses valeurs** définies aux codes d'éthique et de déontologie du conseil et du personnel municipal ;
  - intégrité, rigueur et justice
  - prudence, professionnalisme, discernement
  - respect
  - loyauté
  - recherche d'équité dans le respect des lois et règlements
  - qualité des services
  - honneur
- › **son caractère distinctif** ;
  - le décor champêtre et la vue des monts et de la rivière
  - la vie familiale
  - la vie culturelle
  - le dynamisme de la communauté
  - la proximité urbaine
- › **ses politiques et plans d'action** ;
- › **ses programmes de reconnaissance** ;
- › **ses services** ;
- › **ses activités, évènements et manifestations spéciales.**

Cette politique de communication est complémentaire à tout autre plan d'action, directive ou politique de la Municipalité.

## PRINCIPES DIRECTEURS

La Ville reconnaît que la communication est une fonction vitale de l'organisation qui englobe tous ses champs d'action et qui est directement liée à la qualité du service aux citoyens.

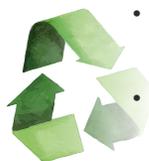
La Ville reconnaît qu'elle a la responsabilité de communiquer de façon soutenue avec ses publics afin de maintenir leur confiance, tout en demeurant à l'affût de leurs besoins, à l'écoute de leurs opinions et sensible à leurs perceptions.



La politique de communication s'appuie sur l'importance des principes suivants :

- › la **communication bidirectionnelle** pour maintenir un équilibre dynamique entre les publics et favoriser les échanges ;
- › des **communications objectives**, planifiées et transparentes pour que le citoyen puisse mieux comprendre les enjeux municipaux et les décisions du conseil afin d'adhérer à sa vision et aux valeurs de la Municipalité ;
- › la **diffusion d'informations véridiques**, précises, complètes, cohérentes et vérifiables ;

- › le **respect des porte-paroles** identifiés pour répondre aux communications de nature politique ou administrative ;
- › l'**équité** dans le traitement des demandes de promotion aux voies de communication municipales, la priorité étant toujours accordée aux messages municipaux ;
- › le **respect de la langue française** ;
- › le **respect du développement durable** dans l'utilisation des voies de communication, soit par :



- la priorité accordée aux modes de communication électroniques ;
- l'usage restreint du support papier et des encres de couleur ;
- l'utilisation de papier issu de sources responsables de produits forestiers (certifié FSC) ou recyclé à 100 %.

L'information générale et particulière, l'accueil, la consultation, les relations publiques, la promotion, les relations de presse, les mesures d'urgence ou situations prioritaires représentent les différents secteurs de la communication municipale.



## OBJECTIFS

Cette politique a pour but de consolider la gestion et la coordination des communications afin de répondre efficacement aux besoins d'information en réduisant au minimum l'incertitude. Elle sert de cadre de référence pour l'administration afin d'assurer la cohérence, l'uniformité et la célérité des interventions en communication, lesquelles doivent :

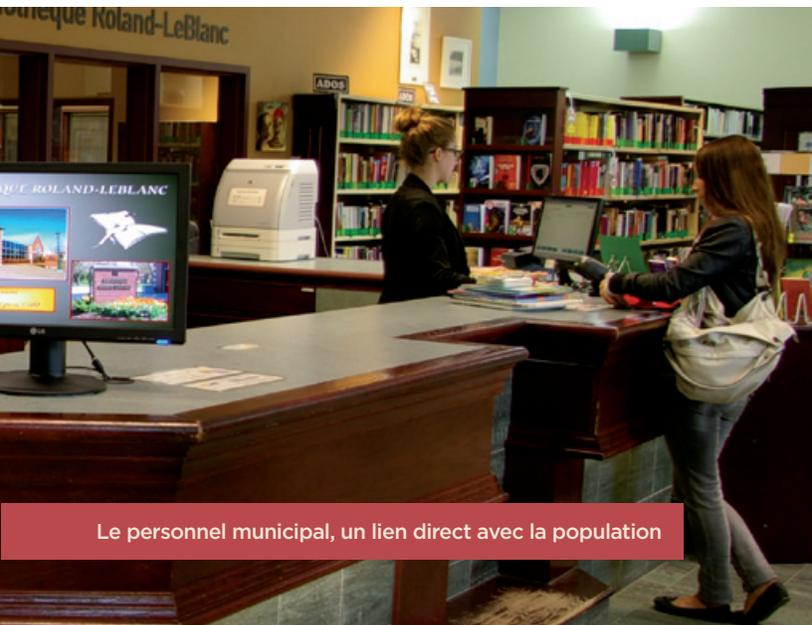
- › protéger l'image et le caractère distinctif de la Municipalité ;
- › contribuer à la mise en valeur, à la visibilité et au rayonnement de la Municipalité ;
- › faciliter la compréhension des décisions et de la vision du conseil municipal ;
- › renseigner efficacement pour favoriser l'utilisation des services offerts et la participation aux activités ;
- › favoriser l'établissement d'un lien de confiance entre la Municipalité et ses publics ;
- › renforcer la démocratie municipale.

Elle est accompagnée d'un plan d'action triennal démontrant les actions envisagées par la Municipalité pour une organisation optimisée des voies de communication.

# CHAMPS D'APPLICATION

## PUBLICS INTERNES

- › Conseil municipal
- › Personnel cadre
  - Directions des services
- › Personnel syndiqué
  - Cols blancs et cols bleus
  - Pompiers
  - Personnel de première ligne  
Le personnel de première ligne est celui qui a un contact direct avec la population dans un contexte d'accueil. Il inclut le personnel assigné à la réception des appels de la ligne téléphonique générale ainsi que le personnel d'accueil dans chacun des édifices des services municipaux.



Le personnel municipal, un lien direct avec la population



## PUBLICS EXTERNES

La Municipalité s'adresse tantôt à toute la population, tantôt à certains groupes visés par une communication particulière, dont voici les principaux :

- › Citoyens
  - Résidents propriétaires
  - Résidents locataires
  - Nouveaux résidents
  - Membres bénévoles de comités consultatifs
  - Commerçants
- › Bénévoles œuvrant auprès des partenaires du milieu
- › Résidents potentiels
- › Propriétaires non-résidents
- › Partenaires du milieu
  - Associations communautaires
  - Groupements sociaux
  - Organismes de loisir
  - Intervenants ou organismes régionaux et provinciaux
- › Clientèles
  - Abonnés de la bibliothèque
  - Abonnés du Babillard électronique
  - Abonnés du service d'inscription en ligne aux loisirs sportifs, récréatifs et culturels
  - Autres clientèles particulières
- › Fournisseurs
- › Municipalités environnantes
- › Visiteurs

## RELAYEURS D'INFORMATION

Les relayeurs sont ceux qui ne sont pas visés directement par une communication, mais qui agissent comme véhicules d'information :

- › Médias locaux et régionaux
  - Journaux, radiodiffuseurs, télédiffuseurs
- › Partenaires de diffusion municipale
  - Commerçants
  - Institutions (garderies et écoles)
- › Portails Web d'affaires municipales



## CHAMPS D'INTERVENTION

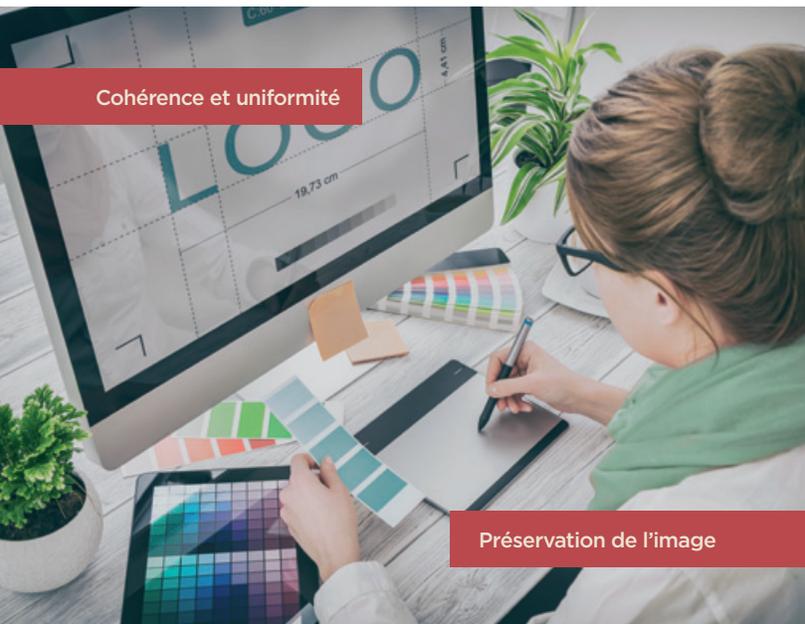
La communication est un outil d'animation, d'information, de cohésion et chacun des huit services municipaux intervient pour fournir des renseignements et explications ou pour les transmettre directement au personnel affecté particulièrement aux communications municipales.

### DIRECTION GÉNÉRALE ET CABINET DU MAIRE

La Direction générale assure la direction et la coordination des communications.

L'équipe des communications, agit en soutien au conseil municipal, au directeur général, aux services municipaux et aux partenaires du milieu dans la planification et la promotion de tout sujet nécessitant une intervention en communication interne ou externe. Elle entreprend de façon autonome ou selon les demandes la recherche et le traitement d'information d'intérêt pour les publics de la Ville à même la documentation municipale (avis publics, programmes d'activités), l'actualité (médias) et toute autre source externe.





Cohérence et uniformité

Préservation de l'image

La Direction générale • Communications doit notamment :

- › **assurer la cohérence et la transmission d'informations** entre les divers publics par une utilisation rationnelle des voies de communication municipales en fonction de la nature du message à diffuser, de sa provenance, du volume de demandes et des délais consentis ;
- › **vulgariser et expliquer les décisions du conseil** ainsi que tout autre sujet relatif à la vie municipale avec une approche globale de l'organisation ;
- › **veiller à l'uniformité des messages et à la préservation de l'image** de la Ville, dans la mesure de son champ d'intervention.

La Direction générale • Communications fournit également aux services les éléments visuels directement liés à l'identité de la Ville.

## SERVICES MUNICIPAUX

Les services produisent une partie des outils de communication liés à leurs activités respectives.

Lorsque le concours de la Direction générale • Communications est requis pour la production, la mise au point ou l'utilisation d'un outil de communication, les services municipaux doivent fournir les renseignements nécessaires dans des délais raisonnables.

## DEVOIRS ET LIMITES

Le maire est le premier responsable de la communication de la Ville et est le porte-parole officiel, sauf s'il a donné un mandat au directeur général ou à un membre du conseil pour faire des déclarations publiques.

## COMMUNICATION POLITIQUE

La communication de nature politique est celle qui n'a pas encore fait l'objet d'une décision du conseil municipal lors d'une séance publique. Seuls le maire et les membres du conseil ont le privilège de faire des déclarations publiques de nature politique.

## COMMUNICATION ADMINISTRATIVE

La communication administrative est celle qui a fait l'objet d'une décision publique par résolution ou par règlement ou celle qui est autorisée par le directeur général ou le conseil municipal après qu'un sujet ait fait l'objet d'une décision lors de rencontres informelles. La communication administrative peut aussi être celle qui relève du fonctionnement des services municipaux ainsi que des comités consultatifs et qui ne requiert pas l'attention ou l'intervention des élus.



## SUJETS FAISANT L'OBJET DE COMMUNICATIONS MUNICIPALES

Puisque les intérêts des publics sont variés et changeants et afin de bien servir la population grandbasiloise en matière de communication (information, vulgarisation, rétroaction, consultation), la Ville doit aborder tous les sujets touchant la vie municipale et citoyenne avec profondeur et objectivité.

Voici une liste non exhaustive des sujets traités, présentés par catégorie.

### VIE URBAINE

#### › **Portrait**

Profil géographique, démographie, histoire et patrimoine, symboles, articles promotionnels, mascotte

#### › **Territoire**

Aménagement, parcs et aires de détente, réseau cyclable, commerces et places d'affaires, sécurité publique

#### › **Environnement**

Matières résiduelles, collectes et dépôts, gestion des eaux usées, campagnes et programmes, protection de la biodiversité

#### › **Infrastructures**

Travaux, alimentation en eau potable, édifices municipaux, stationnements publics, transport urbain

### VIE CITOYENNE

#### › **Démocratie**

Conseil municipal, séances du conseil, politiques et plans d'action, comités consultatifs, consultations et sondages, avis publics, élections

#### › **Finances**

Évaluation foncière et taxation, prévisions budgétaires, situation financière, budget participatif, emprunts et financement

#### › **Administration**

Services municipaux, communications, affiliations et adhésions, emplois, appels d'offres et contrats, services en ligne

#### › **Règlementation**

Règlements, urbanisme, permis et certificats, contrôle animalier, programmes d'aide financière

### VIE ACTIVE

#### › **Grands événements**

#### › **Loisirs sportifs et récréatifs**

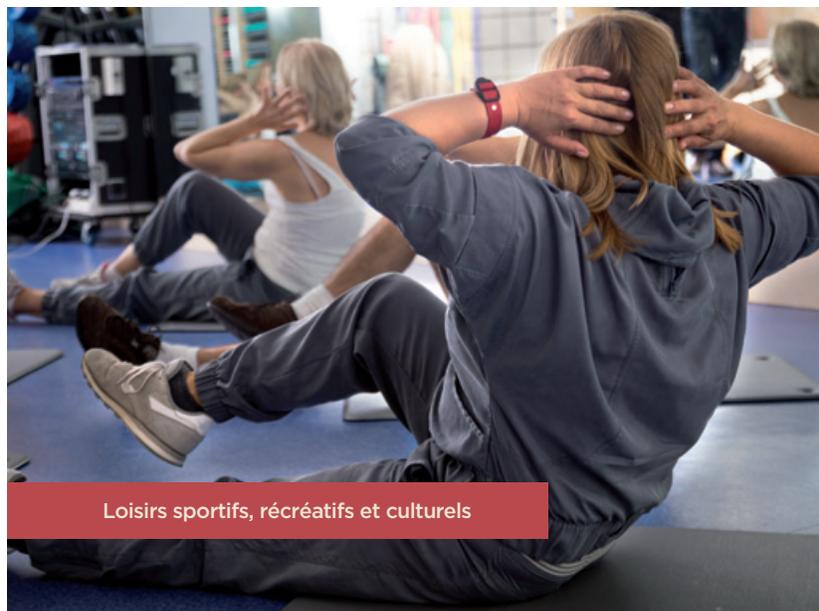
Programmation régulière, activités libres, loisirs hivernaux, camps de jour, sports nautiques, plateaux d'activités

#### › **Culture et découverte**

Bibliothèque, activités et événements, répertoire culturel, collection d'œuvres d'art, tourisme

#### › **Activités**

Activités de sensibilisation, activités physiques, défis sportifs et jeux, ateliers, conférences et cours, concours et reconnaissances publiques, fêtes populaires, expositions et foires, spectacles et compétitions



Loisirs sportifs, récréatifs et culturels

## VIE COMMUNAUTAIRE

### › Partenaires du milieu

Associations communautaires, organismes de loisir, groupements sociaux, partenaires de diffusion municipale, implication bénévole

### › Reconnaissances publiques

Le bénévolat, les naissances et les adoptions, les performances et l'excellence, le talent créateur, le bon coup de l'année

### › Soutien à la population

Accessibilité aux personnes handicapées, services de garde éducatifs à l'enfance, instruction publique, logement, relations citoyennes, ressources publiques et communautaires

### › Santé et sécurité

Intégrité des biens, santé et services sociaux, prévention des incendies, messages de sécurité civile, mesures d'urgence et situations prioritaires

## Comité de coordination

## COMMUNICATION INTERNE

### › Ressources humaines

Événements sociaux et contacts du personnel

### › Information générale ou particulière

Messages par courriel à l'ensemble ou à des groupes restreints, transmission de documents, de directives et de notes de service

### › Rencontre annuelle du personnel

Selon les circonstances, cette rencontre peut être le lieu de communiquer des renseignements concernant les objectifs, un bilan des activités des services et les orientations du conseil municipal.

### › Comité de coordination

Suivant les comités pléniers, le directeur général tient une rencontre avec les directions des services pour le suivi des décisions prises par le conseil municipal et les directeurs doivent ensuite informer leur personnel des dossiers en cours.

## Accessibilité aux personnes handicapées

# PROCÉDÉ DE COMMUNICATION

Chaque sujet faisant l'objet d'une communication est traité selon le même procédé par l'équipe de la Direction générale • Communications.

## Étapes préliminaires

### Recherche et rédaction

Lecture, échange d'information avec le personnel ou à l'externe

### Conception graphique

Création de logos et de gabarits de documents, recherche d'images et de photos

## Étapes de communication

Le choix des étapes varie d'un sujet à l'autre, selon qu'il s'agisse de renseignements permanents ou d'informations ponctuelles. Un même sujet peut ainsi nécessiter plus d'une étape de communication ; le message ainsi que les moyens de diffusion utilisés doivent être adaptés.

### Description générale

Explication d'un sujet

### Nouveauté

Développements récents, actualités, annonces de changements

### Invitation à s'inscrire

Pour les activités et événements qui requièrent l'inscription de participants ou d'exposants

### Invitation à participer

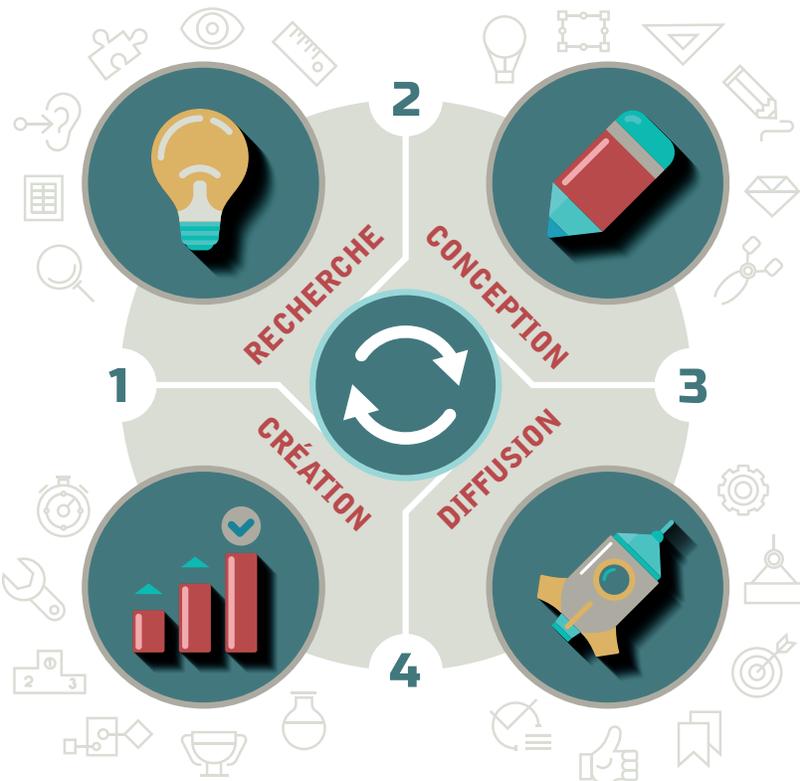
Invitation à la tenue d'une activité ou d'un événement

### Tenue

Préparation du matériel et des communications requises pour la journée de l'activité ou de l'évènement

### Regard

Résumé de la tenue d'une activité ou d'un évènement, généralement accompagné de photos



## VOIES DE COMMUNICATION

Selon une question du sondage sur la 2<sup>e</sup> génération de la politique familiale réalisé en 2016, auquel 463 participants ont répondu, **le site Web est le moyen le plus utilisé afin d'obtenir des informations** sur la vie grand-basiloise, suivi du *Babillard électronique* et du programme des loisirs sportifs, récréatifs et culturels *Info-Loisirs*.

### CORRESPONDANCE

La Ville privilégie l'utilisation du courriel pour ses communications internes et externes. Du papier à entête officiel est également mis à la disposition du personnel.

#### › Messages d'absence

Le personnel doit s'assurer d'actualiser sa messagerie électronique, mentionnant la durée de l'absence et les coordonnées d'une personne-ressource.

#### › Signature électronique

Dans ses communications électroniques, une image uniforme et professionnelle doit être mise en place et installée à chaque poste de travail.

### PUBLICATIONS ET DOCUMENTS D'INFORMATION

Un code bidimensionnel est inséré sur la plupart des publications et documents d'information imprimés pour faciliter l'accès au site Web, où un contenu plus détaillé est habituellement disponible.

- › Affiches
- › Avis publics
- › Brochures, dépliants et feuillets d'information
- › Documentation sur l'histoire, les matières résiduelles, les programmes environnementaux, les mesures d'urgence et situations prioritaires, etc.



#### › Cahier d'information aux nouveaux résidents

Ce document offrant un portrait de la ville et rassemblant les renseignements les plus utiles est expédié par la poste au même moment que l'avis de taxe sur les droits de mutation immobilière.

#### › Calendrier annuel

Expédié par la poste à toutes les résidences et commerces du territoire

#### › Communiqués de presse

#### › Formulaires

#### › Politiques et plans d'action

#### › Programmes d'activités, d'événements et de manifestations spéciales

#### › Programme de loisirs sportifs, récréatifs et culturels *Info-Loisirs*

#### › Projets d'ordre du jour et procès-verbaux des séances du conseil municipal

#### › Répertoire des œuvres d'art de la collection municipale *Une époque en art*

#### › Répertoire des membres du conseil municipal ainsi que du personnel régulier et remplaçant *À votre service!*

#### › Revue de presse

#### › Revue municipale *Le Grand Babillard*

#### Calendrier municipal



LE LAC MINOR  
Marianne Lesape-Nadeau  
CONCOURS DE PHOTO LE GRAND BABILLARD  
RENTREMENT SPÉCIAL - JOURNÉE PHOTOGRAPHIE

## CALENDRIER 2017



Ville de  
*Saint-Basile-le-Grand*  
...où il fait bon vivre au naturel entre rivière et montagnes...

450 461-8000



## SITE WEB ET SERVICES EN LIGNE

Puisque 90 % des foyers sont connectés à Internet (CEFRIO, novembre 2016), la Municipalité considère le site Web comme son plus important outil de communication. Il rend accessible l'information issue des services municipaux tout en proposant des services en ligne.

Son contenu est rédigé et actualisé exclusivement par la Direction générale • Communications qui partage, avec le personnel des services, la responsabilité de l'exactitude des informations.

Considérant que les intérêts des utilisateurs sont variés et changeants, la Ville choisit de présenter l'ensemble des sujets touchant la vie municipale de façon détaillée afin que les utilisateurs trouvent les renseignements dont ils ont besoin sans devoir recourir à un autre mode de communication.

Le site Web présente notamment des actualités quotidiennes (jours ouvrables) dans sa section « Coup d'œil » et permet l'abonnement afin de les recevoir par courriel (*Babillard électronique*).

De plus, le site Web constitue un carrefour d'information utile à l'ensemble du personnel dans ses interactions avec les publics de la Ville, le tout afin de maintenir des communications uniformes et cohérentes.



## STRUCTURES D'AFFICHAGE

### › Installations fixes

#### **Panneaux promotionnels / Oriflammes (réverbères) / Vitrines d'information**

Les règles d'utilisation des structures d'affichage sont détaillées à la politique d'affichage et de diffusion.

### › Installations mobiles

#### **Supports à bannières extérieur (Splash) et intérieur (Parapost) / Systèmes modulaires d'exposition extérieur et intérieur (écrans)**

Les installations mobiles sont à l'usage exclusif de la Municipalité pour fins de promotion. Le support à bannière extérieur est notamment installé devant la mairie lors de mesures d'urgence ou de situations prioritaires afin d'inciter les passants à se renseigner à propos de l'incident ou du sinistre en cours.

### › Autres

Diverses structures extérieures (clôtures, murs d'édifices, armatures en bois) sont utilisées pour afficher dans des lieux publics des consignes, des extraits de règlements ou des identifications particulières.

## TÉLÉPHONIE

### › Renseignements généraux (450 461-8000)

Le système offre la possibilité de consulter les répertoires des services ainsi que du personnel, d'obtenir les coordonnées des édifices des services municipaux et de s'adresser de vive voix à l'une des personnes assignées à la réception des appels.

### › Lignes d'information

- Info-municipale (5 options)
- Info-Loisirs (5 options)

### › Système automatisé d'appels

En cas de mesures d'urgence ou de situations prioritaires (incidents ou sinistres), un message enregistré personnalisé peut être transmis par téléphone à une partie ou à l'ensemble des résidents.

### › Messages d'absence

Le personnel doit s'assurer d'actualiser le message d'accueil de sa boîte vocale, mentionnant la durée de l'absence et les coordonnées d'une personne-ressource.

## MÉDIAS SOCIAUX

Le conseil municipal accorde une grande importance aux communications électroniques et souhaite que la Municipalité puisse éventuellement faire son entrée dans les médias sociaux. Une politique d'utilisation des médias sociaux devra toutefois être élaborée préalablement afin d'encadrer l'utilisation des plateformes, de définir le contenu à diffuser et d'établir les règles de conduite des internautes (netiquette). Les impacts administratifs et financiers de la gestion de cette voie de communication supplémentaire sont également à planifier.



## COMMUNICATION CONSULTATIVE ET PARTICIPATIVE

Puisque chaque citoyen est spécialiste de son milieu de vie, la Municipalité souhaite favoriser la participation du plus grand nombre aux différentes consultations et aux sondages afin que la population soit bien informée et exprime ses préoccupations sur tous les sujets qui la touchent.



## SÉANCES DU CONSEIL MUNICIPAL

Les séances constituent la source première de la communication administrative municipale officielle. La Loi sur les cités et villes oblige les élus à prendre leurs décisions par des résolutions et des règlements adoptés lors de séances publiques afin d'en assurer le caractère légal.

### › Périodes de questions

Tel que décrété par règlement, les séances ordinaires débutent par une période de questions sur tout sujet relatif à la vie municipale, *La Parole aux Grandbasilois*, et se terminent par une autre se rapportant uniquement aux sujets inscrits à l'ordre du jour.

La Ville encourage les citoyens à participer aux séances du conseil afin de faire connaître leur opinion, de poser des questions et de mieux comprendre les objectifs ainsi que les contraintes légales et administratives liées aux projets en cours ou à venir.

## ASSEMBLÉES PUBLIQUES DE CONSULTATION

À sa discrétion ou en vertu des dispositions de la loi, le conseil municipal peut choisir de convoquer une partie ou l'ensemble de la population afin de connaître son opinion dans le cadre d'assemblées publiques d'information ou de consultation et de comités.

## COMITÉS CONSULTATIFS

Les comités consultatifs sont des groupes de travail institués pour recommander au conseil municipal, selon leurs mandats respectifs, des moyens d'action visant l'enrichissement de la qualité du milieu de vie. Conformément au règlement, des Grandbasiloises ou Grandbasilois bénévoles doivent siéger à chacun des comités (les secrétaires de comités sont désignés parmi le personnel cadre).

Tout citoyen peut présenter une requête afin qu'un sujet fasse l'objet d'une discussion dans l'un ou l'autre des comités.

## SONDAGES

Au besoin, le conseil municipal peut choisir de donner un mandat professionnel pour la conduite d'un sondage auprès des Grandbasilois et Grandbasiloises afin d'éclairer ses décisions dans le respect des attentes de la population.

## GESTION DES DEMANDES D'INFORMATION, DES PLAINTES ET DES REQUÊTES

Une demande, plainte ou requête doit être traitée en toute diligence par le service concerné, tout en préservant la confidentialité du demandeur.

## COMMUNICATION LORS DE MESURES D'URGENCE OU DE SITUATIONS PRIORITAIRES

Les règles concernant les communications lors de mesures d'urgence sont détaillées au Plan des mesures d'urgence, sous la responsabilité de la Direction générale.

En cas d'incident ou de sinistre, le Service de sécurité incendie, responsable des opérations, communique la nature, l'ampleur, les besoins et les priorités au directeur général, coordonnateur des mesures d'urgence. La Direction générale • Communications rédige ensuite les messages, sélectionne les visuels et choisit les voies de communications appropriées selon l'incident ou le sinistre ainsi que les dommages causés.



## PROTOCOLE ET REPRÉSENTATION PUBLIQUE

### ALLOCUTIONS

La Direction générale est responsable du protocole et de toutes les allocutions prononcées par le maire ou les conseillers municipaux. À l'occasion, cette tâche peut être déléguée à un directeur de service, qui peut aussi agir comme porte-parole à la demande d'un membre du conseil municipal.

### CADEAUX

Toute remise de cadeau doit faire l'objet d'une autorisation préalable auprès de la Direction générale.

Tout article offert en cadeau, s'il n'est pas préalablement identifié au nom de la Ville (article promotionnel), doit être emballé puis identifié selon les règles décrites à la présente politique.

### CÉRÉMONIES PROTOCOLAIRES

La Direction générale est responsable de toutes les cérémonies protocolaires comme les dédicaces de lieux publics, les visites de dignitaires et les remises de prix. Selon l'évènement, elle peut demander le concours de la Direction générale • Communications ou de l'un ou l'autre des services municipaux pour diverses tâches liées à l'organisation, aux communications ou à la logistique.

## COMMANDITES, PUBLICITÉS ET PROMOTIONS

La Municipalité considère qu'il est important de faire la promotion de la ville pour favoriser les échanges utiles à son progrès et à son développement, en mettant en valeur son image.

Toute demande doit être acheminée à la Direction générale qui les porte à l'attention du conseil municipal. Si une demande est acceptée, la réalisation de l'outil publicitaire requis (mot officiel, montage de photos et d'autres informations) est sous la responsabilité de la Direction générale • Communications.

### DRAPEAUX

Le drapeau de la Municipalité est sous la responsabilité de la Direction générale.

Toute demande concernant les drapeaux de la Ville ou ceux du Québec et du Canada doit être adressée à la Direction générale.

L'inventaire de tous les drapeaux est maintenu par la Direction générale • Communications.

### ÉVÈNEMENTS SOCIAUX

En conformité avec la politique d'évènements sociaux, divers faits marquants sont soulignés à l'égard de citoyens, du personnel et du conseil municipal (incluant d'anciens membres) ou de personnalités du monde municipal, dont :

- › **Anniversaires**
- › **Le « Bon coup de l'année »**  
(personnel municipal)
- › **Naissance, mariage, hospitalisation, maladie, décès**



Inauguration de la place des Générations • 2016

Photo : Pierre Cyr



## INVITATIONS OFFICIELLES

Les invitations officielles doivent obligatoirement être signées par le maire ou son suppléant. L'utilisation de signatures numérisées se fait de façon restreinte et avec l'approbation du signataire.

## LIVRE D'OR

Le Livre d'or est un registre de reconnaissances dans lequel les personnes présentes lors d'hommages publics ou d'événements d'envergure soulignés par le conseil municipal sont invitées à apposer leur signature. Il peut être consulté à la mairie sur demande et son résumé est présenté sur le site Web.

La tenue d'un tel registre et la cérémonie protocolaire qui l'accompagne concrétisent l'engagement de la Municipalité à perpétuer dans la mémoire collective le souvenir de manifestations d'importance, d'hommages rendus à des Grandbasilloises et Grandbasillois s'étant particulièrement démarqués ou de l'accueil de personnalités réputées et en confirment la signification exceptionnelle.



## RECONNAISSANCES

Le conseil municipal offre diverses marques de reconnaissance à l'endroit de citoyens, de membres du personnel et, occasionnellement, de personnalités s'étant illustrées dans un événement grandbasillois, selon le cas, sous forme d'hommages publics, de remise de prix ou d'articles promotionnels, de certificats honorifiques et de photos.

### › Le bénévolat

- **Soirée biennale en hommage aux bénévoles**
- **Soumission de candidatures au prix du bénévolat en loisir et en sport Dollard-Morin et à la médaille du lieutenant-gouverneur du Québec**
- **Souhais**  
Des remerciements sont adressés par le maire aux membres de comités consultatifs et aux présidents d'associations communautaires et d'organismes de loisir affiliés lorsque se termine leur mandat ou à leur départ dans d'autres circonstances.

### › Les naissances et les adoptions

- **Arbre de vie**  
Fête familiale donnée en l'honneur des enfants nés ou adoptés légalement l'année précédente

### › Le talent créateur

- **Bourses « Coups de cœur » du public et des élèves** (remises lors de la Fête biennale des arts)
- **Collection municipale d'œuvres d'art *Une époque en art***
- **Concours de photo *Le Grand Zoom***  
Photos illustrant la beauté des quatre saisons du décor grandbasillois servant à enrichir la collection de photos archivées, également utilisées pour illustrer le calendrier annuel



- **Les Découvertes musicales, humoristiques et autres**
- **Prix Fernande-Pelletier-Neveu** (décerné annuellement lors de la Soirée harpe et poésie)
- **Répertoire culturel** (en ligne)

› **Les performances et l'excellence** (politique de reconnaissance et de soutien financier)

- Hommage public pour un accomplissement remarquable
- Soutien financier

› **Le « Bon coup de l'année »**

(personnel municipal)

La Municipalité souligne annuellement la contribution exceptionnelle d'un membre du personnel régulier. Les candidatures sont soumises par le personnel et sont évaluées par un comité spécial; le récipiendaire voit son nom gravé sur une plaque honorifique.

## IDENTITÉ VISUELLE

À la fois emblèmes héraldiques et signature graphique, les armoiries sont utilisées depuis 1994 dans toutes les communications municipales et constituent l'identité visuelle grandbasiloise.

Toute utilisation des armoiries à l'extérieur du cadre municipal doit faire l'objet d'une demande et être autorisée par la Direction générale.

Sauf pour des cas particuliers, le nom de la municipalité devrait toujours apparaître sous sa forme complète, soit « Saint-Basile-le-Grand ».

Au besoin, la Direction générale • Communications peut produire et rendre disponible en plusieurs formats l'identité visuelle nécessaire pour l'affichage, la documentation et la production électronique afin de préserver l'image et l'uniformité dans l'ensemble des éléments de communication municipaux, comprenant, entre autres :

- › le drapeau;
- › le papier à entête officiel;
- › les édifices et les véhicules municipaux;
- › les structures d'affichage;
- › les vêtements de travail;
- › les voies de circulation;
- › les parcs et aires de détente;
- › les publications et documents d'information;
- › les cartes professionnelles;
- › les articles promotionnels.

Bien que plusieurs services municipaux produisent eux-mêmes certains produits identifiant officiellement la Ville, tous sont tenus de respecter l'uniformité de l'image municipale, l'exactitude de la typographie et de la toponymie de même que le bon usage de la langue française.

## PHOTOS

La Ville n'a pas de photographe attitré mais organise un concours annuel afin de recueillir des photos du territoire pour utilisation à ses voies de communication.

Elle confie à son personnel, et à l'occasion à un professionnel, le mandat de prendre des photos du territoire ou d'évènements particuliers.

Les photos acheminées à la Direction générale • Communications sont conservées à ses archives.

La Municipalité s'engage à faire mention de l'auteur de toute photo qui lui est transmise gracieusement pour utilisation à ses voies de communication.

Les participants aux évènements publics de la Municipalité peuvent apparaître sur une photo utilisée pour ses diverses communications.



## RELATIONS AVEC LES MÉDIAS

Le point d'entrée unique pour toutes les demandes en provenance des médias est la Direction générale et elles doivent y être transmises sans délai, sauf si un membre du personnel est préalablement autorisé à répondre.

### RENCONTRES DE PRESSE

Les conférences de presse et les points de presse relèvent de la Direction générale et cabinet du maire, parfois avec le concours d'un service pour l'organisation, le protocole et le contenu.

### COMMUNIQUÉS

Les communiqués de presse doivent être acheminés aux médias par le biais de la liste de distribution par courriel prévue à cette fin, maintenue à jour par la Direction générale • Communications.

## POLITIQUE LINGUISTIQUE

La Ville accorde une grande importance au respect de la langue française et s'efforce d'offrir à la population des textes de qualité, intelligibles et complets qui respectent le bon usage.

La Ville considère l'Office québécois de la langue française (OQLF) comme première référence dans ses choix linguistiques et graphiques, mais se fait un devoir de consulter plusieurs sources, à plus forte raison lorsque l'orthographe d'un mot, le choix de vocabulaire, la grammaire ou la syntaxe d'une phrase est plus complexe.

### ORTHOGRAPHE RECTIFIÉE

La Direction générale • Communications tient compte, dans toutes ses rédactions, des rectifications de l'orthographe (nouvelle orthographe) publiées en 1990 par l'Académie française.

### USAGE DU MOT « RÉSIDANT »

Le nom « résidant » désigne une personne qui habite en un lieu. Dans le cas particulier de ce mot fréquemment utilisé dans les communications municipales et dont la graphie fait l'objet de divergences, la Direction générale • Communications a opté pour celle qui semble la plus globalement reconnue.

En effet, le Multidictionnaire de la langue française, un ouvrage québécois, cite de nombreuses publications utilisant la même graphie (Le Devoir, La Presse, L'Actualité) et invite à « ne pas confondre avec le nom résident, qui habite ailleurs que dans son pays d'origine ».





## CADRE LÉGAL

La Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels s'applique aux documents produits, détenus et publiés par la Municipalité et donne aux citoyens la possibilité de les consulter ou de s'en procurer une reproduction (moyennant des frais prescrits par règlement).

La Municipalité vise le respect de la Loi par le traitement efficace et rapide des demandes. Le greffier est désigné comme responsable de l'accès aux documents.

## ENTRÉE EN VIGUEUR

Cette politique est entrée en vigueur suivant son adoption à la séance ordinaire du conseil municipal du 1<sup>er</sup> mai 2017, en conformité avec la résolution n° 2017-05-130.

## PLAN D'ACTION

	2017	2018	2019
<b>PUBLICATIONS</b>			
Réalisation et distribution par la poste d'un dépliant sur la collecte des matières résiduelles	•		
Mise à jour et distribution par la poste d'un dépliant sur les mesures d'urgence et situations prioritaires		•	
Abolition de la revue municipale <i>Le Grand Babillard</i> et remplacement par une infolettre électronique hebdomadaire	•		
<b>AFFICHAGE</b>			
Établissement d'une liste de partenaires de diffusion	•		
Remplacement d'une vitrine d'information (montée Robert) par un panneau électronique		•	
Ajout d'un 2 <sup>e</sup> panneau électronique			•
<b>COMMUNICATIONS ÉLECTRONIQUES ET SERVICES EN LIGNE</b>			
Refonte complète et lancement du site Web	•		
Élaboration d'un intranet et développement graduel de ses fonctionnalités	•	•	
Création et envoi d'une infolettre (en remplacement du <i>Grand Babillard</i> )	•	•	•
Envoi de courriels aux abonnés des actualités publiées sur le site Web (quotidiennement, selon les catégories)	•	•	•
Envoi d'alertes aux abonnés par messagerie texte lors de mesures d'urgence ou de situations prioritaires	•	•	•
Intégration de B-CITI, un portail citoyen regroupant divers services en ligne adaptés à tous types d'appareils mobiles	•		
Lancement d'une page Facebook		•	
Veille Web (commentaires des internautes)	•	•	•
<b>PARTICIPATION CITOYENNE</b>			
Mise sur pied d'un concours pour inciter l'abonnement à l'infolettre	•		
<b>ADMINISTRATION</b>			
Centralisation des ressources et des services en communication à la Direction générale	•		
Instauration d'un guichet municipal unique d'accueil (téléphonie et courriel)		•	

Les actions envisagées ne seront réalisées qu'en fonction des moyens et de la capacité de payer de la collectivité.



LE DÉFI COMMUNICATIONNEL DE TOUTES LES MUNICIPALITÉS RÉSIDE DANS LA **QUANTITÉ** ET LA **VARIÉTÉ** DES SITUATIONS DE COMMUNICATION QU'ELLES DOIVENT GÉRER.

Sophie Boulay, docteure en communication  
Centre de recherche interuniversitaire sur la communication,  
l'information et la société (CRICIS)

