



<i>POLITIQUE ADMINISTRATIVE</i>	No. 18
COMMUNICATIONS	Résolution # 2003-184 Adoptée le: 6 octobre 2003

OBJECTIF

1. L'objet de la présente politique est d'assurer la gestion efficace des communications au sein de la municipalité d'Edmundston.

ÉNONCÉ DE POLITIQUE

2. Les énoncés suivants s'appliquent sur l'ensemble du territoire d'Edmundston :
 - a) Fournir des renseignements aux citoyens, les informer et communiquer avec eux constitue une responsabilité inhérente de tout gouvernement représentatif.
 - b) Il est essentiel que les renseignements soient suffisants pour permettre aux citoyens- à titre individuel ou par le truchement des groupes qui les représentent ou de leurs conseillers municipaux- de comprendre et d'influencer l'élaboration et la mise en œuvre des politiques et programmes de la municipalité, et d'y réagir.
 - c) La libre circulation de renseignements entre la municipalité et le public devrait être assurée par des échanges officiels et officieux, dans un dialogue continu, ouvert, pertinent, compréhensible et fiable.
 - d) De bonnes communications sont essentielles à l'atteinte des objectifs municipaux. La planification, la coordination et l'établissement des communications font partie intégrante du processus de gestion municipal.

3. Par conséquent, la municipalité a pour politique :

- a) de fournir au public des renseignements exacts, complets, objectifs, opportuns, pertinents et compréhensibles au sujet des politiques, programmes et services de la municipalité;
- b) de tenir compte des préoccupations et des vues du public lorsqu'il s'agit d'établir des priorités, d'élaborer des politiques et de mettre en œuvre des programmes;
- c) de faire en sorte que la Municipalité soit visible, accessible et redevable au public qu'elle sert.

LA FONCTION DE COMMUNICATION

4. La communication est l'activité de gestion par laquelle on veille à ce que la population soit informée des politiques, programmes et des services municipaux, et à ce que ses préoccupations et intérêts soient pris en considération dans la formulation et la mise en œuvre des politiques et des programmes de la municipalité. Elle englobe les éléments suivants :

- a) la recherche et l'analyse, c'est-à-dire l'examen de l'environnement public afin d'évaluer les désirs, les besoins, les perceptions et les connaissances du public en ce qui concerne les politiques, les programmes et les services, et d'évaluer les programmes et projets de communication par rapport aux objectifs prévus et aux normes professionnelles;
- b) les conseils destinés aux élus et aux gestionnaires et portant sur l'élaboration des politiques, la planification et la mise en œuvre des programmes et les questions d'intérêt public;
- c) la planification, c'est-à-dire l'élaboration de stratégies de communication globales ou particulières à un programme qui permettent de répondre aux préoccupations du public et d'intégrer les grands objectifs de la municipalité;
- d) la gestion des communications, soit l'application des principes et usages de la saine gestion à la coordination de la recherche et de l'analyse, de la prestation de conseils et de la planification, ainsi qu'à la mise en œuvre des activités et programmes de communication.

5. **Approche affirmative** : La Municipalité doit adopter une approche affirmative en matière de communication, surtout dans ses relations avec les médias. Les communicateurs doivent également s'affirmer lorsqu'ils fournissent des avis et des services de soutien aux élus et aux administrateurs.
6. **Communications internes** : Le cas échéant, il convient d'appliquer aux communications internes les principes énoncés dans ce chapitre.

EXIGENCES DE LA POLITIQUE

Service au public

7. La Municipalité doit assurer au public un service rapide, courtois et impartial, en tenant compte de ses besoins, de ses préoccupations et de ses droits.

Gestion et coordination

8. La Municipalité est chargée d'intégrer les communications dans le processus de gestion global. Le Service des communications doit :
 - a) Veiller à ce que le personnel des communications et les gestionnaires assument leurs rôles et responsabilités respectifs en ce qui concerne la gestion et la mise en œuvre des plans de communications au sein de la municipalité
 - b) Veiller à ce que les ressources soient adéquates pour planifier et gérer tous les programmes de communications;
 - c) S'assurer que les responsabilités sont attribuées pour l'approbation de tous les projets de communication;
 - d) Informer l'Administration de toutes les modifications importantes apportées aux plans au cours de l'exercice;
 - e) Évaluer l'environnement public pour ce qui est des politiques, des programmes et des grandes initiatives, et respecter les exigences en matière de droits, de politiques et de procédures qui s'appliquent à la réalisation de la recherche sur l'opinion publique et à d'autres formes de collectes de renseignements;
 - f) Surveiller les activités de communication et en évaluer l'efficacité d'après les objectifs énoncés dans les plans de communication;

- g) Demander conseil à l'Administration municipale au sujet des activités de communication qui peuvent avoir des répercussions dans toute l'organisation ou qui doivent être coordonnées;
- h) Désigner un seul centre de responsabilité, chargé des communications avec le public, dans l'élaboration de plans d'urgence pour la gestion de crises;
- i) Concilier ses propres besoins en matière de communication, de recherche sur l'opinion publique et de publicité avec les exigences de l'ensemble de l'organisation, et veiller à ce que les travaux entrepris dans ces domaines appuient les orientations stratégiques de la Municipalité;
- j) S'assurer que les travaux en matière de communication, de recherche sur l'opinion publique et de publicité respectent l'engagement de responsabilité financière pris par la Municipalité;

Consultation et diffusion de l'information

9. La Municipalité doit s'assurer que l'information sur ses politiques, programmes et services peut être obtenue et est diffusée sur tout le territoire. Elle doit :
 - a) Répondre de la façon la plus complète possible aux demandes de renseignements du public;
 - b) Désigner des porte-parole principaux pour communiquer avec le public, les médias et autres groupes cibles;
 - c) Tenir un répertoire des documents publiés et s'assurer que les publications sont mises à la disposition du public;

Les pratiques exemplaires en matière de relations avec les médias

10. Ces présentes lignes directrices réitèrent l'importance qu'accorde la Municipalité aux bonnes relations avec les représentants des médias. L'organisation réussira à mieux communiquer au grand public les renseignements concernant ses politiques, ses programmes et ses services en faisant appel à son Service des communications. Les renseignements communiqués ne seront que plus crédibles, ce qui se reflétera sur la Municipalité en général.

11. Le Service des communications, les employés et les élus doivent conjuguer leurs efforts pour entretenir de bonnes relations avec les médias. Ce faisant, le public pourra avoir accès, en temps opportun, à des renseignements fiables, ce qui favorisera ainsi la transparence et la confiance. Le gouvernement municipal dans son ensemble pourra ainsi mieux communiquer avec les citoyens.
- a) La Municipalité devrait fournir aux journalistes un point d'accès à l'information.
 - b) La Municipalité devrait tenir à jour, à l'administration et dans tous les secteurs, une liste de porte-parole autorisés à discuter avec les médias des questions qui relèvent de leur sphère de compétence.
 - c) Les porte-parole devraient être habilités à discuter ouvertement avec les représentants des médias d'information des questions de fait. Ils devraient avoir accès à tous les renseignements nécessaires pour l'exercice de leurs fonctions.
 - d) Les entrevues accordées devraient être officielles et les personnes qui les accordent être identifiées par leur nom et par leur titre.
 - e) Les engagements pris envers les médias devraient être respectés, et s'ils ne peuvent l'être, la raison devrait en être donnée rapidement et clairement.
 - f) Le Service des communications chargé de coordonner les demandes de renseignements des médias devrait avoir directement accès aux porte-parole désignés afin de pouvoir répondre rapidement aux journalistes.
 - g) Le Service des communications devrait coordonner la formation en relations avec les médias offerte aux porte-parole désignés.
 - h) Les porte-parole sont invités à demander l'aide et les conseils du Service des communications sur la façon de s'adresser aux représentants des médias, sur les questions susceptibles d'intéresser les médias et sur la pertinence des documents préparés à leur intention.

- i) Les porte-parole doivent informer le Service des communications des contacts qu'ils ont avec les médias et fournir au besoin un compte-rendu des entrevues qu'ils accordent.
- j) Les documents préparés pour les médias d'information devraient être distribués de manière la plus rapide et la plus efficace possible pour atteindre les organes d'information et les journalistes intéressés par le sujet.
- k) Avec l'aide du Service des communications, on devrait corriger rapidement les erreurs de fait, les citations inexactes et les données trompeuses attribuées à la Municipalité ou à un porte-parole.
- l) Le Service des communications, de concert avec l'administration, devrait évaluer la meilleure façon d'utiliser les techniques modernes pour diffuser l'information aux publics cibles, soit par les bulletins d'information, les communiqués, la messagerie électronique, les journaux et la radiodiffusion.
- m) Le Service des communications est encouragé à consulter périodiquement les journalistes, les rédacteurs en chef et les directeurs des services de nouvelles afin d'examiner la qualité des services qui leur sont fournis.

LANGUES OFFICIELLES

- 12. Comme municipalité néo-brunswickoise, nous nous devons de respecter le statut d'égalité des deux langues officielles, tel qu'il est défini dans la *Charte canadienne des droits et libertés* et la *Loi sur les langues officielles*. La Municipalité d'Edmundston s'engage donc à offrir les services municipaux en anglais et en français dans le respect des groupes de langues officielles.
- 13. Nous nous devons de fonctionner au quotidien selon la langue de la majorité. Toutefois, nous serons en mesure de répondre à toute demande de documentation, arrêté, politique ou formulaire en anglais.

LANGAGE CLAIR

14. L'obligation d'informer le public englobe celle de communiquer efficacement. Les renseignements sur les politiques, programmes et services municipaux doivent être présentés de façon claire, objective, simple et compréhensible.
15. Le Service des communications de la Municipalité devrait être responsable, dans la mesure du possible, du contenu et de la qualité linguistique des messages préparés dans l'une ou l'autre langue officielle.

PRÉSENTATION ET VISIBILITÉ

16. La Municipalité doit :
 - a) Adopter des pratiques justes en matière de communication en évitant les stéréotypes sexuels dans ses communications, en veillant à une juste représentation de tous les membres de la société et en prenant toutes les mesures raisonnables pour communiquer de façon efficace avec les personnes handicapées et les membres des collectivités multiculturelles;

IMAGE DE MARQUE, SLOGAN ET CHARTE GRAPHIQUE

17. L'image de marque est la présentation extérieure d'une institution et de ses activités. Une image de marque bien coordonnée et bien pensée peut et doit aider à projeter une image favorable de la municipalité.
18. Les différentes applications de l'image de marque vont des « supports permanents » (articles de papeterie, signalisation, marquage des véhicules, identification du personnel) aux « supports transitoires » (tous les genres de documents, de publicité, de documents audiovisuels, d'expositions).
19. Le Service des communications devra voir à ce que l'utilisation de l'image de marque de la Municipalité soit uniformisée. Ainsi, pour assurer une consistance, il faudra prévoir la conception d'une charte graphique qui accompagnera le logo. Cette charte prévoit d'abord la présentation du logo, l'utilisation des couleurs et l'emploi des caractères typographiques.

20. La charte dictera les différents emplacements et utilisations du logo en fonction du support (papeterie, affiches, véhicules, etc.) La charte graphique améliore la lisibilité des communications municipales, la cohérence des supports, et la bonne utilisation du logo. Elle constitue également un élément important de l'identité de la Municipalité et permet le développement d'une image cohérente.
21. De pair avec l'image de marque vient le slogan. Celui-ci est très utile pour des fins promotionnelles, mais aussi pour se démarquer des autres municipalités. Le slogan bien conçu accompagne nécessairement le logo et insiste habituellement sur un thème en particulier, que ce soit le bien être, la qualité de vie de la municipalité, le dynamisme économique ou encore la géographie.

OBLIGATION DE RENDRE COMPTE

22. Le responsable des communications doit rendre compte au directeur général.

RÔLES ET RESPONSABILITÉS

23. Le **personnel des communications** assure le soutien voulu à l'organisation pour la réalisation des objectifs globaux, l'élaboration des politiques et programmes, l'évaluation des questions importantes et l'établissement de la ligne de conduite de la Municipalité. Au moment d'allouer des ressources aux communications, l'organisation doit veiller à la répartition équilibrée des ressources professionnelles entre les principaux éléments de la fonction de communication : recherche et analyse, prestation de conseils, planification et gestion des communications.

APPLICATION DE LA POLITIQUE

Service au public

24. La fonction de communication ne consiste pas simplement à fournir ou à recevoir des renseignements. Elle concerne également la façon dont l'information est échangée. L'utilité des renseignements et la perception que le public a du gouvernement municipal dépendent, en bout de ligne, de la qualité de l'échange.

25. Pour établir une norme acceptable de service, la Municipalité doit faire en sorte que :
- a) L'information sur les installations, programmes et services municipaux soit diffusée sous une forme complète, claire et utile;
 - b) Les installations municipales soient facilement identifiables et accessibles dans des limites raisonnablement justifiables;
 - c) Le service soit rapide et efficace tout en tenant compte de la protection des renseignements personnels, de la sécurité, des raisons pratiques, du bien-être et des besoins spéciaux du public;
 - d) Elles respectent le droit constitutionnel du public d'être servi dans la langue de son choix;
 - e) Des mécanismes soient en place pour permettre aux intéressés de présenter des plaintes en toute confiance;
 - f) Les engagements à l'égard du public soient respectés et que toute incapacité de les respecter soit rapidement et clairement expliquée;
 - g) Le public soit toujours traité avec courtoisie et équité;
 - h) La qualité du service au public soit revue dans le cadre d'un cycle d'examen des programmes.

GESTION DES COMMUNICATIONS

Planification et gestion des ressources

26. La planification annuelle des communications doit être entièrement intégrée dans le cycle de planification globale de l'organisation. Elle consiste à établir la gamme des activités de communication et à déterminer les besoins en ressources.
27. La planification stratégique constitue la première étape. Les plans stratégiques de communication sont destinés à relier les priorités de la Municipalité, qui constituent la base de toute activité de communication, et à indiquer l'orientation générale éventuelle du plan d'action à adopter.

28. Les plans opérationnels de communication permettent de mettre en pratique les stratégies globales et de déterminer les besoins en ressources.
29. Tous les plans doivent prévoir des mécanismes de surveillance et d'évaluation, ainsi que des rajustements en fonction des circonstances.

Gestion des crises

30. De bonnes communications sont essentielles à une gestion efficace des crises. Il incombe à la Municipalité, dans la mesure du possible, de bien se préparer pour des crises importantes telles que les risques pour l'environnement et la santé publique, ou encore les désastres naturels ou autres, crises pour lesquelles on pourra faire appel à l'aide de nombreux organismes gouvernementaux aux niveaux fédéral, provincial et régional.
31. Il en résulte que les organismes directeurs doivent préparer la planification d'urgence, élaborer des procédures d'opération pour la coordination de l'aide gouvernementale et pour la désignation d'un seul centre de responsabilité pour toutes les communications avec le public. Ce point est essentiel si l'on veut fournir rapidement des renseignements précis, pertinents et cohérents, faciliter la prestation de services, éliminer les possibilités de contradiction et susciter la confiance du public.

Environnement public

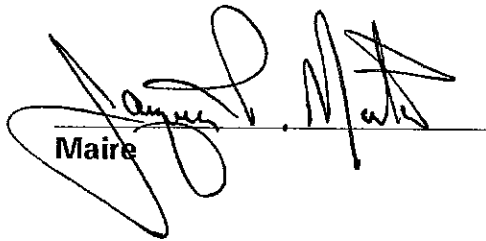
32. Les échanges avec le public consistent non seulement à fournir des renseignements mais aussi à l'écouter. Pour élaborer des programmes et des politiques qui répondent aux besoins du public, la Municipalité doit absolument connaître l'environnement public auquel elle s'adresse.
33. Ainsi, pour des décisions d'importance, il faudrait prévoir un processus de consultation des clients, processus à être déterminé selon les besoins.

Surveillance

34. On évaluera la mesure dans laquelle l'organisation respecte cette politique. À cette fin, il faudrait se fonder sur les plans stratégiques et opérationnels de communication pour s'assurer que la politique a été observée. L'évaluation des projets de communication devrait servir à déterminer dans quelle mesure ces derniers répondent aux exigences de la politique.

ABROGATION

35. Cette politique remplace toute politique relative aux communications ou autres des quatre municipalités touchées par l'amalgamation d'Edmundston.



Maire



Secrétaire