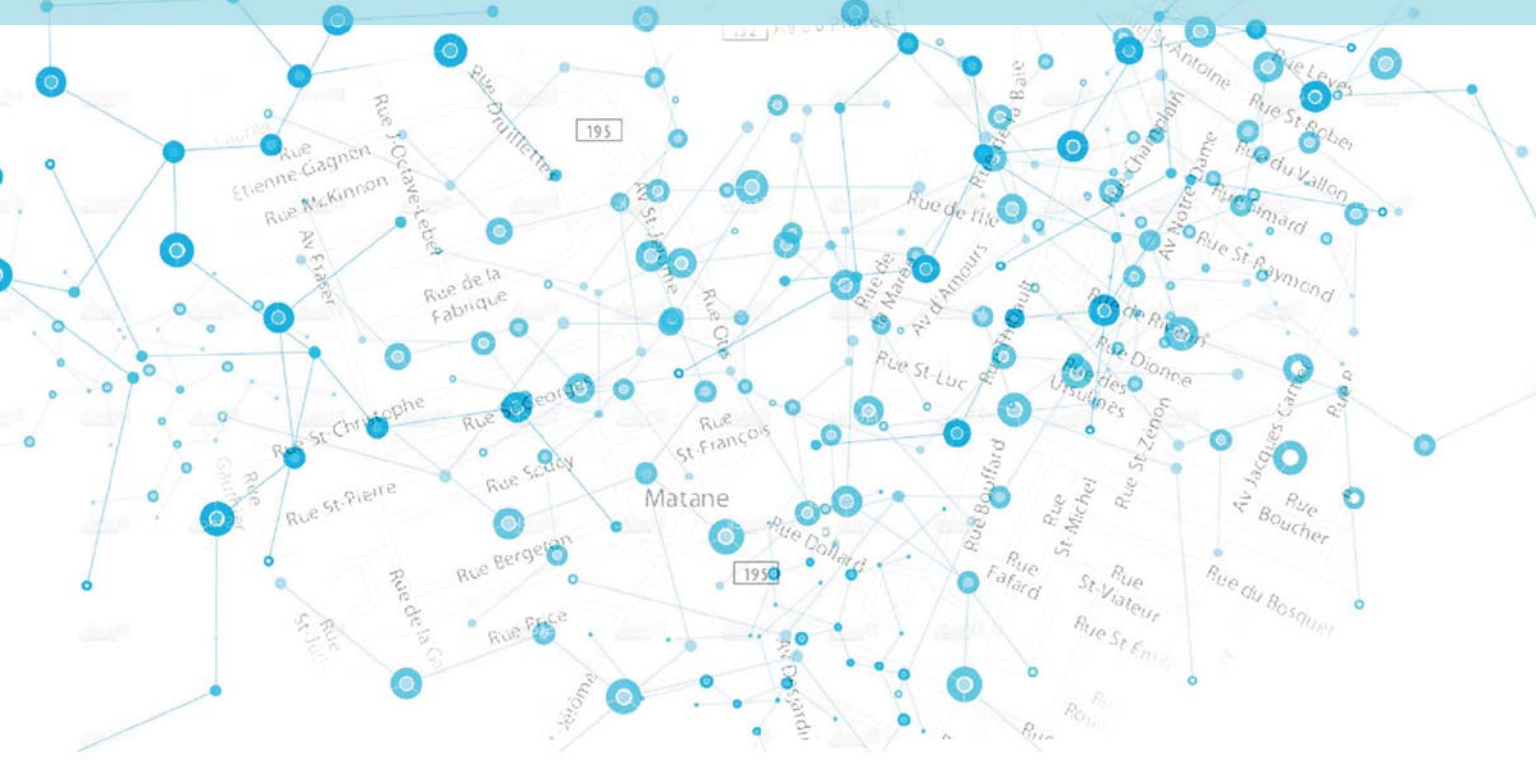
Ville
de Matane

Politique des communications de la VILLE DE MATANE

L'ÉCHANGE AU CŒUR DU
DÉVELOPPEMENT DE LA COMMUNAUTÉ :

LA POLITIQUE DES COMMUNICATIONS DE LA VILLE DE MATANE



Dans un contexte où les communications évoluent rapidement, alors que des outils performants et instantanés sont à notre disposition, la Ville de Matane souhaite être une référence en matière de communication et de participation citoyenne. Au cœur de ce dialogue quotidien entre la Ville et les citoyens se trouve la volonté de faire rayonner Matane grâce à ses forces : la passion et le savoir-faire de ses habitants.

Pour que chaque citoyen et chaque citoyenne soit :

- satisfait de sa relation avec l'administration municipale et des services rendus par la Ville;
- en mesure d'exprimer ses points de vue et de trouver réponses à ses interrogations;
- partie prenante du développement de sa communauté, impliqué et reconnu dans ses efforts;
- fier ambassadeur de Matane.

Nous considérons que la qualité de la communication et la relation de proximité entre les représentants de la Ville et le citoyen sont primordiales et se trouvent au cœur du développement de la communauté.

Garder le cap : Nos orientations

La qualité de l'information et les stratégies utilisées font intrinsèquement partie du développement de notre ville, que nous souhaitons dynamique et attrayante. Nos actions seront guidées par ces quatre grandes orientations :

L'importance de l'information continue

Dans un souci constant de professionnalisme et d'innovation, l'utilisation de moyens de communication diversifiés et complémentaires qui répondent aux besoins des clientèles de la Ville est un incontournable, tout comme la rapidité de transmission de l'information.

La valeur de chaque contact

Nous souhaitons permettre aux citoyens, organismes, entreprises, employés et partenaires institutionnels, nos clientèles, de vivre des expériences satisfaisantes et positives lors de chaque contact et de chaque transaction établis avec la Ville.

La communication au service de la collaboration

La valorisation de la participation des citoyens et l'exercice de la démocratie dans un contexte de transparence, d'ouverture et de collaboration sont des conditions favorables au développement de la communauté, dans tous les domaines.

Une priorité : Rayonner

Développer des moyens pour favoriser la préférence, l'appartenance et le sentiment d'appartenance des citoyens afin de positionner Matane comme étant la ville la plus attractive de l'est du Québec est une priorité à laquelle nous sommes dédiés quotidiennement.

Les objectifs à atteindre

- Positionner Matane de manière à accentuer le sentiment d'appartenance et la fierté de tous les Matanais et Matanaises;
- Développer notre utilisation des différents outils de communication, y compris des médias sociaux, en continu;
- Transmettre et vulgariser l'information municipale en s'assurant de promouvoir l'ensemble des secteurs d'activités de la municipalité;
- Améliorer l'efficacité de nos messages d'urgence pour informer le citoyen directement et rapidement;
- S'assurer de mesurer l'efficacité de nos actions de communication afin d'adapter rapidement nos stratégies et nos outils;
- Assurer une expérience positive pour nos clientèles dans tout contact avec la Ville;
- Favoriser la participation citoyenne et consulter la population;
- Contribuer à l'amélioration de la communication interne pour stimuler l'énergie de collaboration et le rayonnement des actions de la Ville;
- Faire connaître l'envergure du soutien accordé par la Ville dans le cadre de la politique de soutien dans diverses collaborations avec les organismes matanais;
- Dans le cadre des communications, stimuler le développement et la notoriété de l'expertise locale, notamment dans le domaine de la photographie, de la vidéo et de l'imagerie numérique.

PLAN D'ACTION

Actions en continu

1. Maintenir la diffusion d'information dans des outils tels que *La Ville vous informe*, la chronique *Les 5 minutes avec M. le maire*, les imprimés;
2. Consolider l'utilisation de LinkedIn, des fils RSS, de Twitter, de YouTube, d'Instagram et d'autres médias sociaux pertinents;
3. Améliorer la méthode de travail pour effectuer des mises à jour de contenu sur le site Internet de la Ville à fréquence hebdomadaire, grâce à la collaboration active de l'équipe Web;
4. Diffuser des bilans, statistiques et données pour permettre aux citoyens de suivre l'évolution des projets et méthodes de la Ville;
5. Initier des occasions de rencontre et d'échange entre le conseil municipal, l'équipe municipale, les citoyens et les partenaires de la Ville;
6. Contribuer à simplifier, dans la mesure du possible, les avis publics, les formulaires ainsi que les procédures et étapes à franchir par toutes les clientèles au moment des contacts et lors des demandes présentées à la Ville;
7. Définir des stratégies de communication pour chaque projet dès l'élaboration du plan triennal d'immobilisations;
8. Organiser des consultations citoyennes et veiller au suivi des attentes formulées par la population;
9. Créer des outils simples qui permettent de sonder, d'obtenir des données ou de la rétroaction;
10. Accorder un soin particulier à la qualité de l'accueil, à l'esthétisme, à la convivialité et à la fonctionnalité des lieux municipaux (facteurs multisensoriels, personnalisation);
11. Rédiger des ententes de visibilité détaillées et équitables dans tout soutien accordé par la Ville et contribuer au suivi de ces ententes;
12. Récompenser les bonnes pratiques et développer différents mécanismes de reconnaissance;
13. Favoriser la tenue de formations ou la transmission de tutoriels au sujet des communications, de l'expérience client, des médias, des nouveautés technologiques, tant à l'interne qu'en collaboration avec les partenaires.

Actions de 2016-2017

1. Définir le positionnement de Matane vis-à-vis ses différentes clientèles et se doter d'une nouvelle image de marque;
2. Se doter d'un système d'alerte à jour pour transmettre tous types de messages d'urgence de façon continue, efficace et directe;
3. Développer des outils et méthodes facilitant la transmission d'information pour assurer le suivi des séances du conseil municipal auprès des clientèles et des employés, y compris un système de télédiffusion dans nos bâtiments;
4. Mettre en place des directives internes pour prioriser l'expérience positive de nos clientèles;
5. Maintenir et développer l'utilisation de Facebook en favorisant les interactions avec la communauté;
6. Créer une page Facebook officielle pour le maire;
7. Se doter d'un mécanisme de gestion des médias sociaux et mettre une nétiquette en application;
8. Instaurer un mécanisme de suivi hebdomadaire du calendrier Web (www.quoifaireamatane.com) et en faire la promotion continue;
9. Créer des outils statistiques et de suivi pour tout le volet Web (par exemple : Google Analytics, AddThis) et pour les campagnes promotionnelles qui s'y prêtent (par exemple : analyses de portée et de fréquence);
10. Relancer le journal interne, en s'assurant que le contenu respecte les orientations de la politique des communications.

Actions de 2017-2018

1. Se doter de normes graphiques pour uniformiser les outils de communication internes et externes;
2. Se doter d'outils promotionnels efficaces et attractifs pour fins de représentation et de visibilité;
3. Élaborer une stratégie de communication spécifique aux mesures d'urgence et y inclure la formation continue des employés en communications d'urgence;

4. Planifier une campagne récurrente qui puisse mettre en valeur les « bons coups » des citoyens, aussi bien que ceux de la Ville et des partenaires;
5. Améliorer la coordination et l'efficacité de la Ville dans ses projets publicitaires ou médiatiques en intégrant certaines campagnes promotionnelles;
6. Optimiser l'utilisation des enseignes numériques : planifier les messages annuellement, utiliser le plein potentiel de l'enseigne (par exemple : diffuser photographies et vidéos en plus des infographies).

Actions des années subséquentes ou selon la disponibilité

1. Moderniser nos messages d'attente téléphonique;
2. Réviser notre stratégie de communication au sujet du tourisme et les outils produits par la Ville pour répondre aux besoins de la clientèle touristique en collaboration avec la MRC de La Matanie;
3. Intéresser le public au développement de l'aménagement du territoire matanais par la présentation d'un outil visuel;
4. Étendre l'utilisation du logiciel Piwigo pour classer et utiliser les archives photographiques de la Ville;
5. Développer l'utilisation de la vidéo dans nos campagnes de communication;
6. Se doter de « boîtes à idées » matérielles et virtuelles.

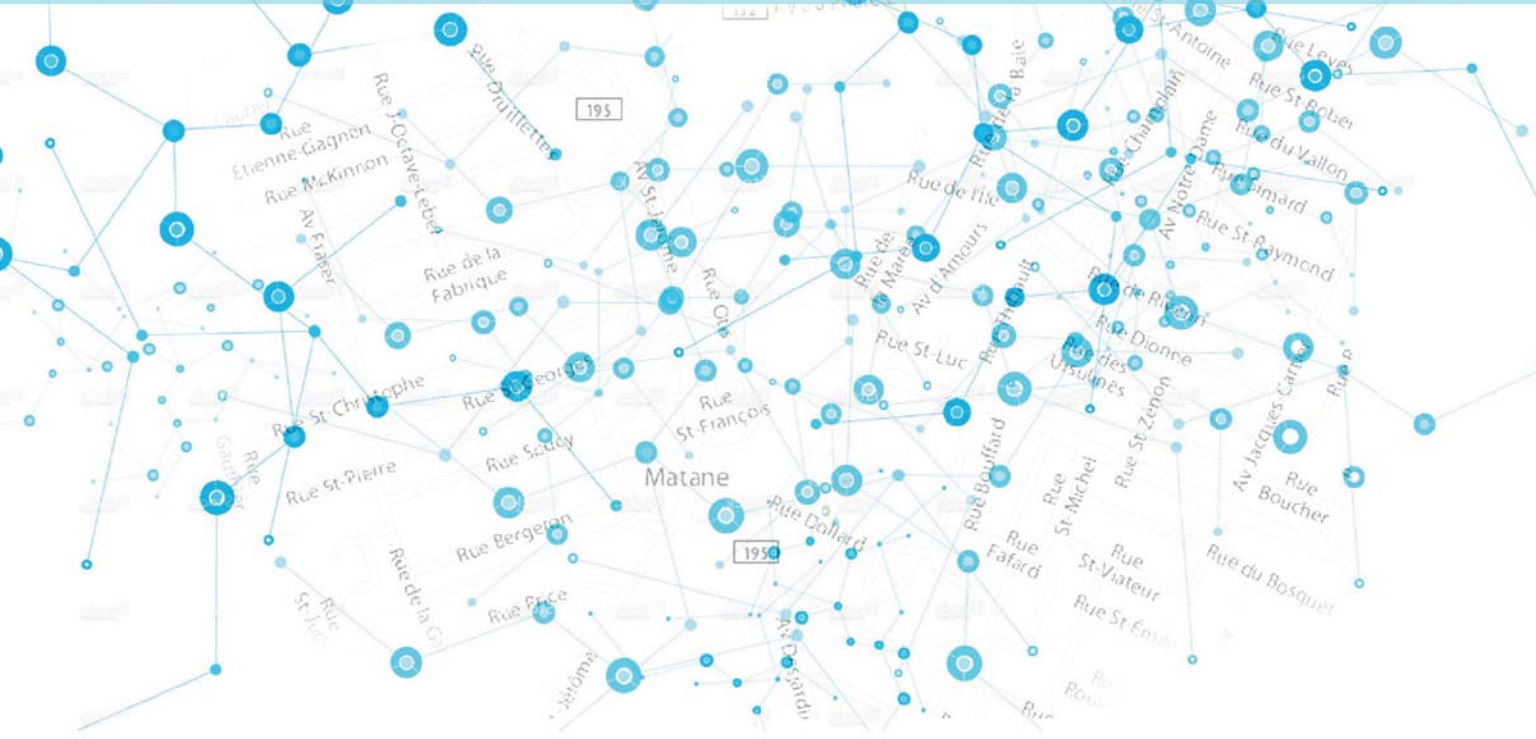
Mise à jour de cette politique

La Ville de Matane se réserve le droit de modifier cette politique sans préavis si elle le juge approprié. Si vous avez des questions concernant cette politique, vous pouvez envoyer un courriel à l'adresse suivante : communications@ville.matane.qc.ca.

Cette politique, incluant tous les documents et annexes qui y sont rattachés, doit être mise à jour annuellement.

Annexe 1

Directives internes



1. Acceptation ou refus d'une demande d'un(e) citoyen(ne)

1.1 Pour toute demande d'un citoyen, une réponse doit être transmise, que sa demande soit acceptée ou non, et ce, pour quelque sujet que ce soit;

1.2 Des modèles de formulation en cas de refus, de rejet ou de réponse négative sont disponibles.

2. Cartes professionnelles

2.1 Utiliser le modèle fourni et uniformiser les cartes professionnelles;

2.2 Faire approuver toute nouvelle carte professionnelle par le Service des communications (épreuve finale avant impression).

3. Communiqués de presse

3.1 Rédiger les communiqués et prévoir les contenus des différents outils de communication dès la préparation d'un plan de communication à la naissance du projet;

3.2 Sinon, rédiger une première version du communiqué incluant les informations de base que vous souhaitez mentionner (voir le modèle en référence);

3.3 Envoyer le communiqué de presse au Service des communications pour approbation finale;

3.4 La correction complète du français peut être effectuée par le secrétariat du service qui émet l'information ou par le Service des communications, selon le cas;

3.5 Le Service des communications est chargé de l'envoi à moins d'un empêchement;

3.6 L'envoi est fait aux groupes suivants : groupe Médias, programmé dans Outlook (mises à jour en continu), groupe Tous les employés et Médias nationaux, lorsque pertinent (par exemple : UMQ), autres listes d'envoi selon le sujet (organismes communautaires, partenaires, services d'urgence, etc.);

3.7 Le Service des communications ajoute le communiqué sur le site Internet et le partage sur la page Facebook de la Ville;

3.8 Les secrétariats du Service de la sécurité publique et du Service de l'entretien du territoire sont responsables d'acheminer les communiqués aux services d'urgence (par exemples : ambulances, SQ, autres), lorsqu'applicable.

4. Conférence de presse

4.1 Le Service des communications doit faire partie du processus dès le départ (pourquoi faire une conférence, qui on invite, déroulement de la conférence, qui fait l'animation, etc.);

4.2 Le Service des communications convoque et coordonne toute conférence de presse;

4.3 Le Service des communications peut être disponible comme maître de cérémonie, mais une autre personne peut être désignée;

4.4 Les responsables des services concernés devront tout de même prendre la parole pour le contenu spécialisé;

4.5 Le Service des communications prépare, en collaboration avec le service visé, les documents (PowerPoint, déroulement, communiqué de presse, pochette de presse, autres), les finalise et les apporte à la conférence de presse;

4.6 Le Service des communications doit être présent lors de la conférence et s'occupe de faire le suivi pour les entrevues (maire, conseillers, directeurs impliqués).

5. Demande d'entrevue ou questions des journalistes

5.1 Le Service des communications doit être informé au préalable de toute demande d'entrevue adressée aux membres du conseil municipal ou aux employés. Donc en référer la demande au Service des communications;

5.2 Les demandes seront soumises à la direction générale pour vérification;

5.3 Le Service des communications s'assure de faire le suivi et d'acheminer la demande à la bonne personne;

5.4 Le Service des communications peut aussi aider la personne qui fera l'entrevue à se préparer ou se charger de faire l'entrevue;

5.5 Le Service des communications s'assure de prendre connaissance du résultat de l'entrevue et peut fournir un retour ou des suggestions par la suite.

6. Enseigne numérique

6.1 Les personnes ou organismes qui souhaitent afficher sur les enseignes numériques de la Ville doivent remplir le formulaire qui se trouve dans la boîte à outils;

6.2 Dans le cas des entreprises et des organisations privées, des frais sont applicables et la demande peut être recevable selon certains critères;

6.3 Les services de la Ville qui ont des messages à diffuser sur les enseignes doivent transmettre leurs besoins au Service des communications, idéalement lors de la préparation d'un plan de communication.

7. Facebook et médias sociaux

7.1 Le Service des communications s'assure de faire une veille sur la page Facebook de la Ville (répondre aux questions, commentaires, etc.);

7.2 Les services de la Ville qui ont des messages à diffuser sur Facebook doivent transmettre leurs besoins par écrit au Service des communications;

7.3 En tout temps, les employés peuvent consulter la politique d'utilisation des médias sociaux jointe en annexe.

8. Gestion des plaintes

8.1 Plainte au sujet des services fournis par la Ville : la première personne-ressource qui reçoit une plainte d'un citoyen est en mesure de noter les coordonnées de la personne et le sujet de la plainte, qui qu'elle soit et peu importe sa fonction dans l'organisation. La plainte doit ensuite être enregistrée dans le logiciel de requête pour s'assurer d'un suivi complet et adéquat;

8.2 Plainte concernant un employé de la Ville : en référer au directeur du service concerné ou au directeur général dans le cas d'une plainte concernant un directeur de service.

9. Information générale

Chaque service est responsable d'acheminer toute information complémentaire et jugée pertinente au Service des communications afin de mieux informer les citoyens. L'information peut alors être diffusée par le biais du site Internet ou faire l'objet d'une publication de la Ville.

10. Journal interne

10.1 Un comité est responsable de la production du journal interne, qui est supervisé par le Service des communications;

10.2 Toute personne qui souhaite proposer un article ou une idée de contenu peut envoyer les informations à l'adresse courriel suivante : communications@ville.matane.qc.ca;

10.3 Le journal est distribué par courriel. Les services qui ont des employés à leur charge n'ayant pas accès à un courriel doivent s'assurer de transmettre des copies papier en nombre suffisant.

11. Matériel corporatif, cadeaux, enrouleur publicitaire, bannières et autres visuels

11.1 Consulter le Service des communications avant tout engagement de budget pour de tels outils, valider les concepts, contenus, publics cibles et la réflexion autour de la nécessité des outils;

11.2 Faire approuver l'épreuve finale par le Service des communications.

12. Messages téléphoniques

12.1 Utiliser le modèle fourni et uniformiser les messages téléphoniques;

12.2 Être rigoureux lors des absences (messages d'absences prolongées).

13. Mesures d'urgence

13.1 Se référer au plan de mesures d'urgence de la Ville de Matane pour des instructions détaillées;

13.2 Pour toute situation de crise envisagée ou tout risque en vigueur, informer rapidement le Service des communications pour permettre un temps de préparation.

14. Mot du maire

14.1 Le Service des communications rédige le mot du maire et fait le suivi avec le service qui en fait la demande afin d'adapter le message;

14.2 Chaque mot du maire doit être approuvé par le maire; ne jamais répéter l'utilisation d'un mot publié antérieurement sans son approbation.

15. Outils de communications

15.1 Le Service des communications doit faire partie du processus dès le départ pour déterminer les besoins et faire des liens avec l'ensemble des outils de la Ville;

15.2 Le Service des communications doit valider les contenus et la présentation de toute publication institutionnelle produite par la Ville (utilisation du logo de la Ville);

15.3 Le contenu et la présentation devront correspondre à des normes graphiques générales prévues pour les outils de la Ville;

15.4 Le Service des communications doit faire l'approbation de l'épreuve finale;

15.5 Lorsque la Ville est partenaire, une entente de visibilité devra être préparée et vérifiée en étroite collaboration avec la Ville. Toute publicité d'un partenaire soutenu par la Ville devra être soumise au Service des communications.

16. Papeterie et communication externe

16.1 Épuiser les quantités de papier restantes;

16.2 Utiliser le modèle le plus récemment fourni par le Service des communications lors des nouvelles commandes, utiliser le modèle administratif ou le modèle destiné à la mairie selon le besoin;

16.3 Respecter les normes de mise en page (police de caractères et normes graphiques) dans toute rédaction.

17. Plan de communication (stratégie)

17.1 Idéalement, concevoir le plan de communication dès le début de la planification de chaque projet, à partir du modèle de plan de communication fourni;

17.2 En tout temps, un plan de communication (stratégie) détaillé peut être planifié en collaboration avec le Service des communications;

17.3 Plusieurs documents peuvent être réalisés à l'avance et la répartition des tâches s'en trouve facilitée.

18. Publicité

18.1 Le Service des communications doit faire partie du processus dès le départ afin d'évaluer les besoins en fonction des objectifs et de la clientèle cible;

18.2 Le Service des communications conseille le service qui souhaite faire de la publicité;

18.3 Le contenu et la présentation devront correspondre à des normes graphiques générales prévues pour les outils de la Ville;

18.4 Le logo de la Ville doit apparaître sur chaque publicité émise par la Ville;

18.5 Lorsque la Ville est partenaire, une entente de visibilité devra être préparée et vérifiée en étroite collaboration avec la Ville;

18.6 Toute publicité d'un partenaire soutenu par la Ville devra être soumise au Service des communications;

18.7 Le Service des communications doit faire l'approbation de l'épreuve finale.

19. Réception civique

19.1 Les réceptions civiques sont généralement initiées par la mairie ou par la direction générale, en collaboration avec le Service des communications;

19.2 Toute idée ou suggestion d'événement peut être transmise au Service des communications.

20. Rencontre d'information et consultation

20.1 Le Service des communications doit être impliqué dans l'organisation dès la naissance d'un projet de rencontre d'information ou de consultation;

20.2 Vous pouvez consulter les modèles d'invitation, de déroulement, du cahier d'animation, de préparation de la salle qui se trouvent dans la boîte à outils;

20.3 Le Service des communications peut être chargé d'animer à titre de maître de cérémonie, mais ne peut transmettre le contenu spécialisé propre au service concerné.

21. Rencontres en tous genres

21.1 Le Service des communications peut offrir un service d'accompagnement afin de prévoir le déroulement de rencontres importantes afin d'améliorer la communication lors des rencontres;

21.2 En plus du soutien, de l'accompagnement, des outils disponibles, le Service des communications est disponible pour animer toute rencontre lorsque nécessaire;

21.3 Ajouter un mécanisme de rétroaction dans la majorité des rencontres (sondage, appréciation, cueillette de données pertinentes).

22. Représentation

22.1 Lors de présence à des événements externes dans le cadre de l'exercice des fonctions, tels que colloques, congrès et formations, réaliser une promotion de la Ville de Matane avec les outils promotionnels mis à la disposition des employés. Faire la demande préalable au Service des communications.

23. Séance du conseil

23.1 L'information concernant l'horaire et le contenu des séances doit être visible et accessible en différents endroits;

23.2 Aviser le Service des communications si un sujet prévu lors d'une séance pourrait intéresser davantage le public, les journalistes ou autres;

23.3 Aviser le Service des communications si un groupe d'intérêt a annoncé sa présence lors d'une séance.

24. Signature de courriel et courriels en général

24.1 Utiliser le modèle fourni lors de la configuration de votre compte;

24.2 Aucun modèle de papier peint n'est accepté, aucun message complémentaire (par exemples : ne pas imprimer, confidentialité, etc.) sauf sous indication contraire du Service des communications;

24.3 Vous conformer au modèle standard pour la police de caractères.

25. Site Internet

25.1 Une personne par service, au minimum, détient les accès pour faire des mises à jour courantes ou de la mise en page. Le Service des communications doit alors être avisé des changements;

25.2 Les changements majeurs ou qui requièrent une programmation plus avancée doivent être soumis au Service des communications;

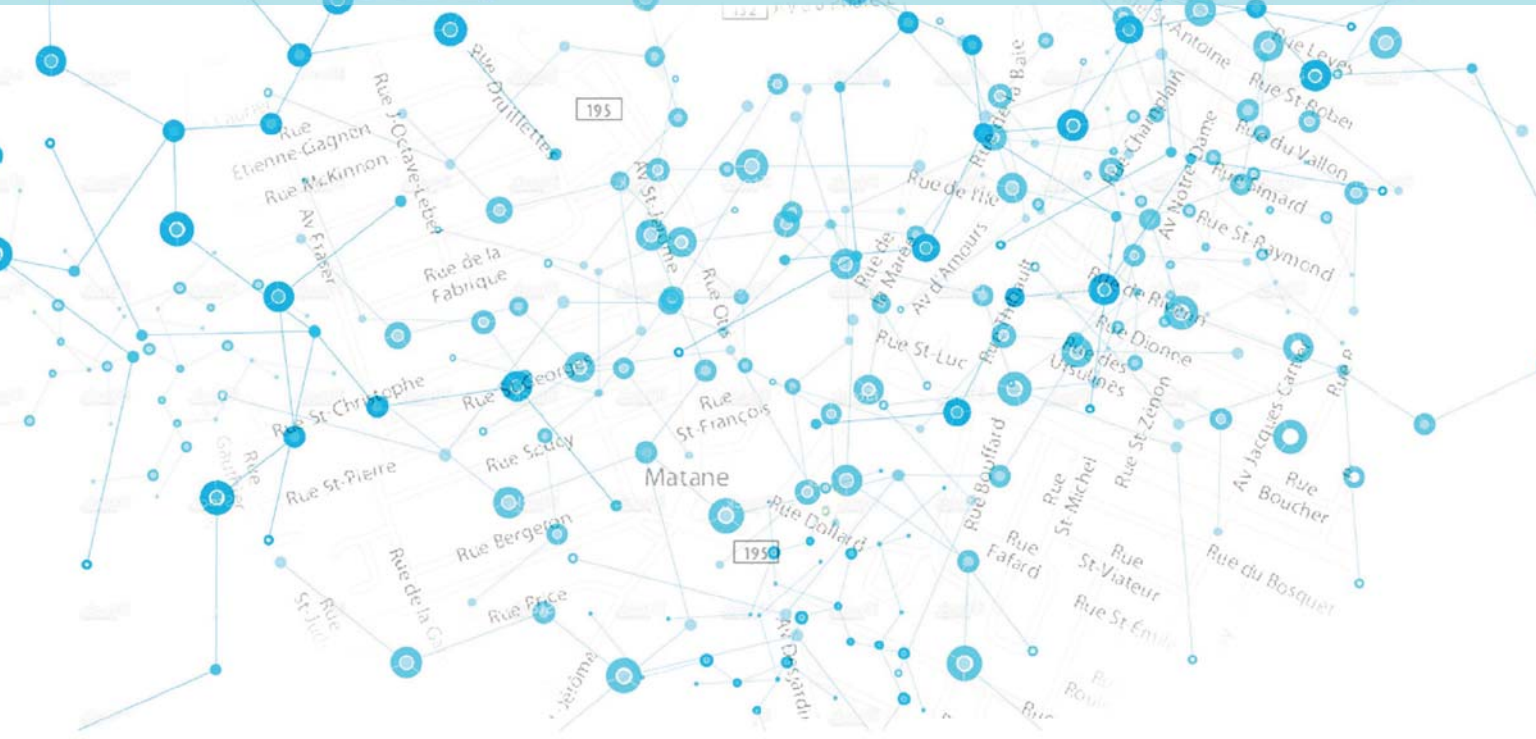
25.3 Le Service des communications fait des améliorations continues sur le site, les services sont toutefois responsables de mettre à jour les informations plus détaillées qui les concernent directement et d'aviser le Service des communications lors de ces mises à jour;

25.4 Des rencontres avec l'équipe Web ont lieu deux à trois fois l'an afin de partager idées, projets et besoins de formation;

25.5 S'assurer de retirer les accès à la suite du départ d'un employé.

Annexe 2

Gestion des médias sociaux et nétiquette



1. Définition

Cette politique de gestion des médias sociaux s'adresse à toute personne qui souhaite participer aux discussions sur les réseaux sociaux officiels de la Ville de Matane. Cette politique vise à encadrer les conduites des administrateurs et des utilisateurs sur les médias sociaux afin de préserver un climat de courtoisie et des échanges respectueux.

La Ville est déjà présente sur YouTube et sera prochainement présente sur LinkedIn et d'autres réseaux sociaux.Cette politique est valable pour n'importe quel autre réseau ou média social sur lequel la Ville de Matane souhaiterait être présente.

Facebook officiel : Ville de Matane – page officielle.

2. Publics cibles

Résidents, citoyens corporatifs, entreprises, employés, futurs citoyens, visiteurs, fournisseurs, collaborateurs, toute personne faisant partie du milieu municipal ou intéressée par des sujets de nature municipale.

3. Positionnement

La Ville de Matane est favorable à l'utilisation des médias sociaux et encourage ses employés ainsi que toute personne intéressée par les activités et les services municipaux à participer à la vie numérique, à partager et à faire circuler les messages officiels de l'organisation.

La Ville de Matane considère que les médias sociaux favorisent des relations dynamiques et soutenues avec les citoyens. Elle croit qu'il s'agit d'un média d'information et d'échange complémentaire au site Internet et aux médias plus traditionnels.

4. Objectifs

Les médias sociaux gérés par la Ville de Matane visent à :

1. Faire rayonner la Ville de Matane en utilisant les médias sociaux comme une vitrine pour les informations d'intérêt public et au sujet des services, initiatives de la Ville et activités prévues sur le territoire.

2. Informer et partager des informations qui sont pertinentes pour nos publics cibles.

   - Promotion d'activités et d'événements
   - Campagne de sensibilisation et d'information
   - Nouvelles
   - Règlements
   - Avis importants

3. Interagir avec un maximum de citoyens et citoyennes en plus de connaître leur opinion sur les services et les activités de la Ville. Être à l'écoute des citoyens en instaurant un climat d'échange et d'ouverture avec les citoyens.

5. Nétiquette

La nétiquette est l'ensemble des conventions de bienséance régissant le comportement des internautes dans le réseau, notamment lors des échanges dans les forums ou par courrier électronique. En voici le contenu :

Bienvenue sur la page officielle de la Ville de Matane!

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

Vos commentaires sont les bienvenus s'ils respectent la nétiquette suivante :

- S'assurer de la qualité du français dans les publications.
- Utiliser un langage respectueux dans les commentaires et les interventions.
- Faire attention à l'usage des majuscules, les employer équivaut à crier.
- Ne pas publier de message à répétition ou hors sujet.
- Respecter la vie privée des autres en ne publiant pas d'informations confidentielles, par exemple des renseignements personnels.
- Ne pas tenir de propos injurieux, diffamatoires, harcelants, agressifs, racistes ou sexistes.
- Aucune attaque personnelle ou atteinte à la vie privée n'est tolérée.
- Les grossièretés et les obscénités ne sont pas acceptées et seront supprimées.

- Aucune publicité, sollicitation commerciale ou promotionnelle n'est permise. Seule la promotion des événements organisés par la Ville ou dont la Ville est partenaire est acceptée.
- Les organismes accrédités ou reconnus par la Ville de Matane peuvent bénéficier d'un soutien sur le plan de la promotion de leurs activités (voir la liste des organismes reconnus) et les modalités sont à la discrétion de la Ville.
- Aucune discréditation des autorités de la Ville de Matane n'est autorisée et sera automatiquement supprimée sans préavis.
- Les échanges doivent se dérouler en français, langue officielle. Certains termes techniques et/ou réponses peuvent être inscrits en anglais, à la discrétion de la Ville.
- Les conditions d'utilisation de Facebook doivent également être respectées.
- Les administrateurs de la page Facebook de la Ville de Matane se réservent le droit d'exclure une personne qui ne respecterait pas les règles de conduite décrites précédemment, de sa page.
- Nous nous réservons aussi le droit de retirer tout commentaire ou publication jugé inapproprié. La Ville de Matane se réserve également le droit de modifier sa nétiquette sans préavis.
- Les demandes médias doivent être adressées au Service des communications et des affaires publiques par voie traditionnelle, soit par courriel ou par téléphone.
- Bien que la Ville réponde à plusieurs questions publiées sur sa page Facebook, les plaintes ne sont pas traitées sur les médias sociaux. Si vous désirez formuler une plainte, vous pouvez le faire par l'entremise de notre site Web ou encore appeler directement à la Ville au : 418 562-2333.
- La Ville de Matane et le personnel affecté à l'édition des messages ne sont pas responsables des contenus des sites externes, provenant des hyperliens. Les utilisateurs des pages de la Ville sont autorisés à publier des hyperliens, dans la mesure où le contenu de ces derniers est en lien avec les sujets qui sont abordés. La Ville de Matane ne peut se prononcer sur des sujets d'actualité politique ou répondre à des questions qui enfreignent ses règles d'éthiques et de déontologie.
- Sauf en cas d'urgence, la page Facebook est gérée selon les heures de travail des employés assignés à cette tâche, soit du lundi au vendredi de 8 h 30 à 12 h, et de 13 h 30 à 16 h 30. C'est donc dans cet intervalle de temps que des réponses seront fournies aux internautes dans les meilleurs délais possibles.
- Nous nous engageons à diffuser du contenu véridique, avec transparence et dans le respect.

Merci de votre collaboration et bienvenue parmi nous!

6. Événements

La Ville fait la promotion de ses événements sur les différentes vitrines Web (site Internet, www.quoifaireamatane.com, page Facebook, YouTube et autres).

Cependant, la Ville ne fait pas la promotion des événements des organisations avec lesquelles elle n'est pas partenaire. Les organisations reconnues peuvent recevoir différents types de soutien, mais leurs événements ne seront pas systématiquement promus sur les pages qui relèvent de la Ville.

7. Communiqués de presse

Tous les communiqués de presse rédigés par la Ville de Matane ainsi que toute information considérée pertinente par la Ville pour ses abonnés sont d'abord publiés sur le site Internet de la Ville puis retransmis sur les médias sociaux.

La décision de transmettre tout communiqué de presse émis par une autre organisation est laissée à la discrétion du Service des communications et de la direction générale.

8. Confidentialité

Chaque utilisateur a la responsabilité personnelle de ses commentaires et des renseignements qu'il fournit ainsi que la responsabilité de protéger sa vie privée et de respecter la vie privée des autres en ne publiant pas d'informations confidentielles, par exemple des renseignements délicats ou personnels.

La Ville est tenue à la confidentialité des informations personnelles qui lui sont transmises. La municipalité ne peut pas traiter d'un cas ou d'un dossier en particulier sur les médias sociaux ni divulguer des renseignements de nature confidentielle, tels que les informations relatives aux dossiers d'enquêtes.

La Ville est soumise à la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels. Cette loi garantit la protection des renseignements personnels. Aucun renseignement personnel obtenu dans le cadre du travail ni aucune information non publique ne peuvent être divulgués sur les médias sociaux. Si vous souhaitez obtenir des renseignements précis, il faut faire une demande d'accès à l'information. Le formulaire de demande d'accès à l'information est disponible sur le site Internet de la Ville, vous pouvez aussi l'obtenir en communiquant avec nous.

9. Administrateurs

Le Service des communications de la Ville de Matane est responsable de la gestion des comptes officiels de la Ville de Matane. Toute publication de messages au nom de la Ville sur les réseaux sociaux doit être effectuée par les personnes autorisées à diffuser ces informations. Ces personnes s'engagent à diffuser des informations véridiques en accord avec les principales valeurs de l'organisation municipale et sont responsables du contenu qu'ils publient.

La Ville de Matane est présente sur certains réseaux sociaux et permet aux services et aux directions de la Ville de bénéficier de ces derniers.

La Ville analysera cependant toute demande effectuée par un autre service ou une direction en ce qui a trait à la création d'un compte sur les réseaux sociaux. L'obtention d'une autorisation relèvera de la direction générale sur recommandation du Service des communications.

10. Employés

Les employés de la Ville qui possèdent un compte sur certains médias sociaux comme Facebook, Twitter ou LinkedIn peuvent mentionner qu'ils sont des employés de la Ville. Malgré leur affiliation professionnelle, leurs messages et leurs prises de position ne représentent pas la position officielle de la Ville et doivent être considérés comme des opinions strictement personnelles.

Les employés ne peuvent en aucun cas parler au nom de la Ville dans leurs publications sur le Web. Il en est de même pour les partenaires de la Ville, les bénévoles, les membres de commissions et de comités ou autres collaborateurs.

11. Gestion des commentaires

La Ville peut diriger un utilisateur vers une autre ressource si sa question nécessite davantage d'explications ou si la question en est une de nature privée. La Ville se réserve aussi le droit de ne pas répondre et/ou de retirer tout commentaire qui ne respecte pas sa nétiquette ou encore les conditions d'utilisation en vigueur sur Facebook et sur Twitter. La Ville peut aussi bannir un abonné si elle constate que ce dernier récidive dans le non-respect des différentes politiques citées plus haut.

12. Ton des échanges

Tel que spécifié dans la nétiquette, les internautes doivent utiliser un langage approprié lors de leurs échanges sur les comptes officiels de la Ville. Les gestionnaires de communauté se doivent aussi d'utiliser un langage respectueux en tout temps. Il ou elle tiendra un discours institutionnel et transparent,et tentera de dégager dans ses propos les valeurs de la Ville de Matane.

13. Délai, validité et disponibilité des réponses

Nous souhaitons répondre aux demandes adressées par le biais de Facebook ou d'autres médias sociaux le plus rapidement possible. Une veille des médias sociaux est donc effectuée par le ou la responsable de l'équipe du Service des communications et des affaires publiques. À moins d'une urgence qui nécessiterait une intervention immédiate, la page Facebook est gérée pendant les heures de travail, soit du lundi au vendredi de 8 h 30 à 12 h, et de 13 h 30 à 16 h 30, sauf les jours fériés.

Bien que l'usage des médias sociaux implique la notion de rapidité et d'instantanéité, certaines vérifications sont nécessaires auprès des différents Services de la Ville de Matane. Un délai est donc à prévoir lors d'interventions qui nécessitent certaines vérifications.

Les informations doivent être validées avant publication. Il est possible qu'une personne ayant posé une question sur Facebook reçoive une réponse temporaire, l'avisant que sa publication a été prise en compte, mais qu'une réponse plus précise lui sera fournie ultérieurement.

14. Utilisation d'images, de vidéos ou de tout autre contenu protégé par le droit d'auteur

La Loi sur le droit d'auteur (L.R.C. [1985], ch.C-42) et la législation concernant la propriété intellectuelle s'appliquent. La publication d'images, de vidéos ou de toute autre œuvre, même sur les réseaux sociaux, nécessite d'avoir les droits pour utiliser ces mêmes images. Il faut toujours s'assurer de ces droits et indiquer le crédit photographique.

Pour plus de renseignements sur les droits d'auteurs, il est possible de consulter le site de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada ou encore les conditions d'utilisation de Facebook et de Twitter, qui ont aussi des politiques relatives à ce sujet.

15. Utilisation du logo de la Ville de Matane

L'utilisation de notre logo est interdite sans consentement explicite de la part du Service des communications.

16. Abonnements

Le fait que nous suivions les comptes d'un utilisateur ne signifie pas que nous endossions ses propos ou ses activités. Nous suivons les comptes qui semblent être pertinents en lien avec notre mandat et en tant qu'organisme public.

17. Source

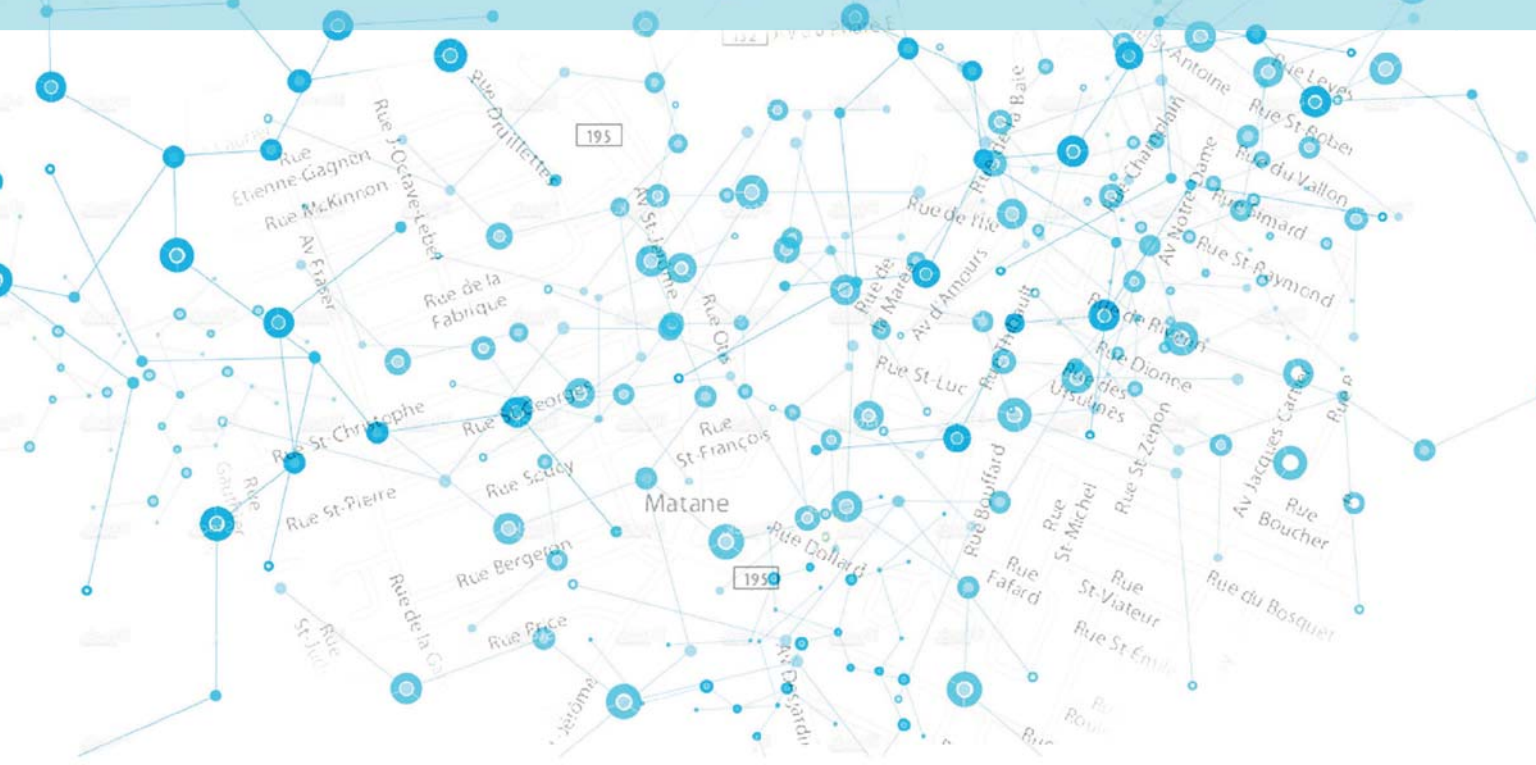
Les informations qui sont diffusées sur les médias sociaux n'ont pas préséance sur celles qui sont diffusées dans nos canaux d'information habituels. Les réseaux sociaux de la Ville de Matane s'ajoutent au site Web institutionnel et aux autres moyens de communication traditionnels, et ne doivent en aucun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

Si du contenu disponible sur les réseaux sociaux de la Ville est différent du contenu du site Web, le contenu du site Web et des avis publics officiels prévaudra. En tout temps, l'information disponible en personne à l'hôtel de ville aura préséance sur toutes les autres informations transmises par nos différents canaux de communication.

Les changements ou évolutions dans la position officielle de la Ville de Matane seront communiqués en premier par les publications officielles (communiqués de presse, déclarations aux médias, site Web, etc.).

Annexe 3

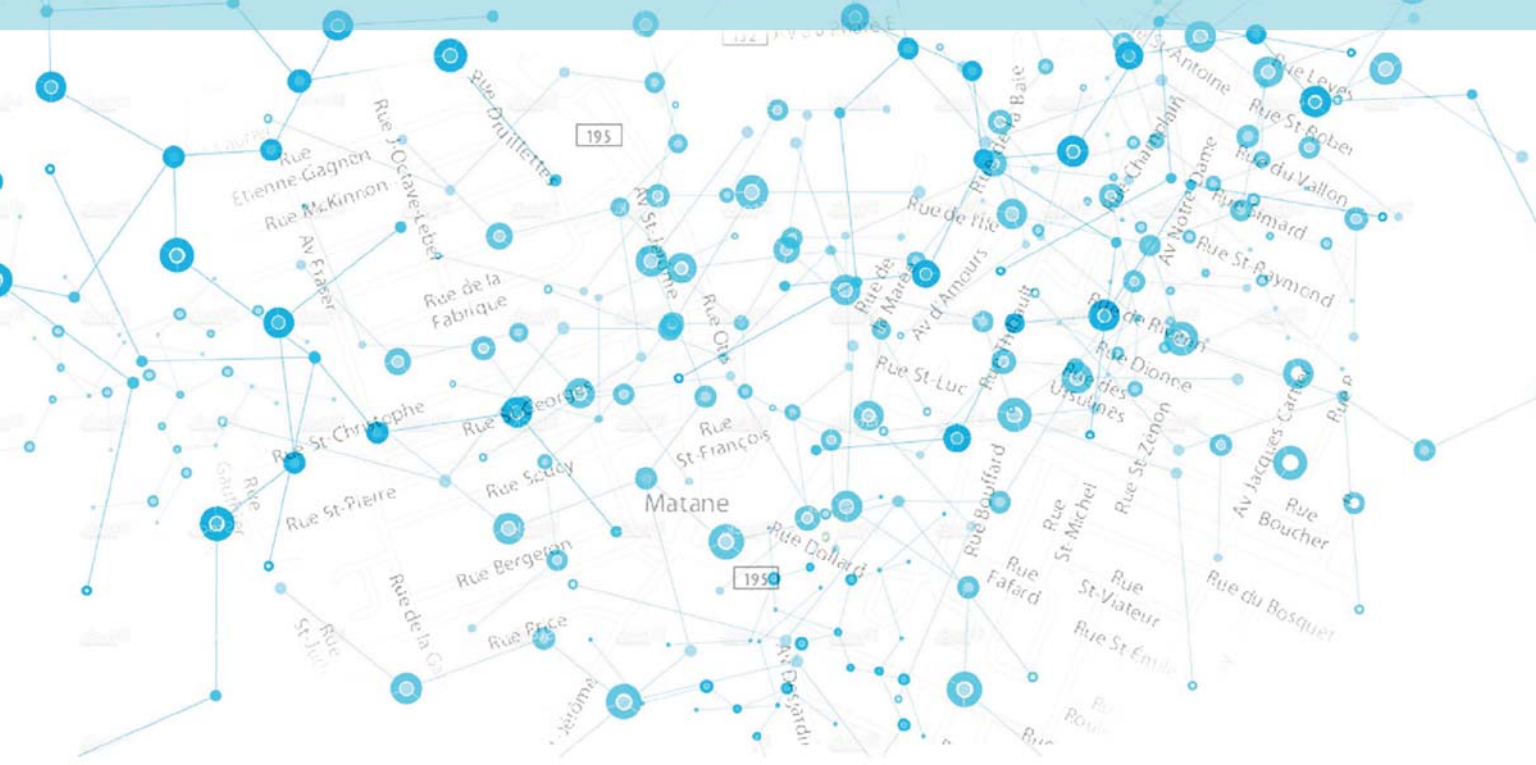
L'importance de la relation avec les clientèles



La Ville de Matane souhaite entretenir une relation de qualité supérieure avec toutes ses clientèles. Cette annexe permet de qualifier davantage ce qui est attendu des employés et des représentants de la Ville dans le contact avec toutes les clientèles, soit : employés, citoyens, entreprises, organismes à but non lucratif et partenaires institutionnels.

- Créer un lien entre la Ville et ses clientèles dans la perspective d'une relation à long terme et agir de manière à développer la fidélisation des clientèles.
- Tenir compte des dimensions humaines, relationnelles, affectives et émotionnelles lors des échanges et aider les membres de l'équipe à développer ces compétences.
- Favoriser l'interactivité, la prise en compte active des rétroactions immédiates des clientèles, permettre l'expression des clients et utiliser l'information pour faire évoluer les expériences vécues.
- Être sensible aux besoins de divertissement, d'évasion et d'expériences mémorables de la clientèle : créer un maximum de possibilités pour offrir ces expériences.
- Tenir compte de notions propres au marketing et à la psychologie du consommateur dans nos actions.
- Considérer le bonheur au travail comme vecteur de changement et élément déclencheur de l'adhésion des clientèles.

Remerciements



Comité de travail

Anne Dionne, conseillère aux communications et aux affaires publiques
Jérôme Landry, maire
Steve Girard, conseiller municipal du district 6
Monique Fournier, conseillère municipale du district 2
Sylvie Caron, responsable de la culture et de la vie communautaire
Treena Fillion, secrétaire principale au Service du greffe & des ressources humaines

Agent développement loisirs et communications

Laurie Gagné
Jessica Poiré

Stagiaires aux communications

Betty Bogaert
Ophélie Gonthier

Nous remercions particulièrement :

Les citoyens et les citoyennes qui ont participé à la journée de validation et qui ont complété les questionnaires

Le conseil municipal, la direction générale et tous les employés de la Ville de Matane

Tous les partenaires de la Ville de Matane qui ont participé à la rencontre de type « focus groupe » et à la journée de validation

Nos collaborateurs de différentes municipalités au Québec ayant fourni des modèles et documents de travail

L'Association des communicateurs municipaux du Québec (ACMQ)

Les médias locaux

Tous les fournisseurs et toutes les personnes ayant contribué à l'élaboration de cette politique

Révision linguistique

Lise Côté, motamo

Graphistes

Annie Bouffard
Cynthie Blanchette

Impression

Les Impressions Verreault

Conseils stratégiques – volet Web

Kaléidos Multimédia

Ville de Matane

230, avenue Saint-Jérôme
Matane (Québec) G4W 3A2

communications@ville.matane.qc.ca
418 562-2333

Octobre 2016