



# Politique de communication



Adoptée le : 12 décembre 2016  
Modifiée le : 18 avril 2017

(résolution #16-12-0473)  
(résolution #17-04-0172)

Préambule.....	2
Énoncés directeurs.....	2
Objectifs de communication.....	2
<b>Responsabilités des intervenants municipaux à l'égard des communications .....</b>	<b>5</b>
<b>Maire.....</b>	<b>5</b>
<b>Membres du conseil municipal.....</b>	<b>5</b>
<b>Le directeur général.....</b>	<b>6</b>
<b>Le Service des communications .....</b>	<b>6</b>
<b>Rôle de la Direction des communications .....</b>	<b>6</b>
<b>Relayeur de l'information .....</b>	<b>7</b>
<b>Le directeur de service .....</b>	<b>7</b>
<b>Demande d'information de nature administrative .....</b>	<b>7</b>
<b>Demande d'information – relations médias.....</b>	<b>7</b>
<b>Les employés municipaux .....</b>	<b>7</b>
<b>L'employé et la communication au quotidien.....</b>	<b>8</b>
<b>La communication interne .....</b>	<b>8</b>
<b>Moyens de communication interne .....</b>	<b>8</b>
<b>L'infolettre interne « Entre nous » .....</b>	<b>8</b>
<b>Affichage à l'interne.....</b>	<b>8</b>
<b>Réunion de service .....</b>	<b>9</b>
<b>Réunion de coordination .....</b>	<b>9</b>
<b>Réunion de l'équipe de direction .....</b>	<b>9</b>
<b>Réunion de comité .....</b>	<b>9</b>
<b>Revue de presse .....</b>	<b>9</b>
<b>La communication externe .....</b>	<b>9</b>
<b>Moyens de communication externe .....</b>	<b>10</b>
<b>Accueil des visiteurs .....</b>	<b>10</b>
<b>Séance du conseil municipal .....</b>	<b>10</b>
<b>Le site Internet.....</b>	<b>10</b>
<b>Rencontres d'information ou de consultation.....</b>	<b>11</b>
<b>Les avis publics .....</b>	<b>11</b>
<b>Les publications municipales .....</b>	<b>11</b>

<b>L'affichage</b> .....	14
<b>Plateforme de communication citoyenne MÉMO</b> .....	17
<b>L'infolettre</b> .....	17
<b>La communication avec les médias</b> .....	17
<b>La gestion des relations de presse</b> .....	17
<b>Les porte-paroles</b> .....	18
<b>Séance publique du conseil municipal</b> .....	18
<b>La diffusion des communiqués de presse</b> .....	18
<b>La communication en situation d'urgence</b> .....	19
<b>Demande d'accès à l'information</b> .....	19
<b>Le protocole</b> .....	19
<b>Allocutions</b> .....	19
<b>Signature du livre d'or</b> .....	19
<b>Drapeau</b> .....	19
<b>Disposition</b> .....	20
<b>Mise en berne</b> .....	20
<b>Identité visuelle</b> .....	20
<b>Logo</b> .....	20
<b>Normes graphiques du logo</b> .....	21
<b>Armoiries</b> .....	21
<b>Normes graphiques</b> .....	22
<b>Présentation graphique des documents</b> .....	22
<b>Papeterie</b> .....	22
<b>Signature de courriel</b> .....	22
<b>Objets promotionnels</b> .....	22
<b>Objectifs visés</b> .....	22
<b>Principes généraux</b> .....	23
<b>Clientèles visées</b> .....	24
<b>Don d'objets promotionnels</b> .....	24
<b>Vente d'objets promotionnels</b> .....	24
<b>Annexe 1</b> .....	26
<b>Annexe 2</b> .....	27
<b>Annexe 3</b> .....	28

## Préambule

Le conseil municipal de la Ville est conscient que la qualité des services à la population passe, entre autres, par l'amélioration continue des communications municipales, tant internes qu'externes.

Cette politique de communication se veut un ensemble de principes directeurs et d'objectifs de communication pour l'organisation et ce, afin d'encadrer les communications avec les différents publics.

L'objectif visé par cette dernière est d'améliorer l'efficacité, la rentabilité et la cohérence des activités de communications internes et externes de la Ville. Elle précise le rôle que chaque membre de l'organisation municipale doit y jouer et devient un outil de bonne gestion. Cette politique sert de point de référence pour les élus, les gestionnaires et les employés de la Ville.

## Énoncés directeurs

- La politique de communication appuie les différents départements dans l'atteinte des objectifs poursuivis par la Ville;
- Les communications contribuent de façon importante à la visibilité et au rayonnement de la Ville. Elles mettent en valeur les actions de l'organisation tout en favorisant sa transparence;
- La politique de communication guide le personnel de la Ville dans ses relations avec les citoyens, les employés, les médias et le grand public;
- L'information diffusée aux médias, aux employés, aux citoyens et aux élus est objective et exacte;
- Les employés de la Ville doivent offrir un service empressé, courtois et réceptif qui tient compte des besoins du public, répond à ses préoccupations et respecte les droits des individus;
- Le Service des communications s'assure de respecter la confidentialité de certains renseignements protégés et ce, en conformité avec la *Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels*.

## Objectifs de communication

- Faire preuve de transparence dans les communications de la Ville de Saint-Rémi;
- Veiller à la qualité de l'image projetée et des messages véhiculés par la Ville de Saint-Rémi;
- Vulgariser les messages afin d'en assurer la compréhension auprès des différents publics;
- Promouvoir et valoriser une image positive de la Ville de Saint-Rémi;
- Diffuser l'information en utilisant les moyens de communication appropriés, et ce, dans le respect des priorités, des valeurs et des orientations établies par le conseil municipal;

**TRANSPARENCE  
VULGARISATION  
SENSIBILISATION  
RESPECT DES VALEURS  
PROMOTION  
INTÉGRITÉ  
PARTICIPATION CITOYENNE**

- Assurer la transmission de l'information aux publics interne et externe de manière adéquate et optimale;
- Sensibiliser les citoyens aux outils de communication;
- Agrandir le rayonnement de notre milieu;
- Préserver l'intégrité de l'organisation;
- Favoriser la participation citoyenne.

## Responsabilités des intervenants municipaux à l'égard des communications

De façon générale, tous les employés et membres du conseil municipal de la Ville de Saint-Rémi ont le devoir de porter une attention particulière à la qualité de leurs interactions, par écrit ou verbal, lorsqu'il le fait au nom de la Ville de Saint-Rémi.

### Maire

À titre de représentant officiel des membres du conseil municipal et de l'ensemble de la population de la Ville, le maire en est d'office le porte-parole. Il détient le privilège de faire toute déclaration relative aux activités municipales, qu'elle soit verbale ou écrite. Il peut émettre des propos en son nom personnel et au nom de la Ville, selon la nature de ceux-ci. En son absence, le maire peut mandater le maire suppléant à s'exprimer sur certains dossiers spécifiques.

**LE MAIRE EST LE PRINCIPAL  
PORTE-PAROLE**

### Membres du conseil municipal

Considérant qu'ils participent à la prise de décisions, suite à la demande de prise de parole adressée au maire, chaque conseiller possède le privilège de faire tout commentaire qu'il croit d'intérêt public durant les séances mensuelles, et ce, uniquement si le droit de parole lui est accordé.

À titre d'élu et de représentant officiel des électeurs d'un district électoral, tout élu possède le devoir et le privilège de communiquer à ses citoyens tout projet, programme ou décision entériné par le conseil municipal.

Les élus doivent s'abstenir de dévoiler le contenu de tout dossier jugé comme confidentiel ou ayant un caractère confidentiel, ou alors discuté au moment d'un comité plénier. Toute correspondance jugée de nature purement administrative ne devient publique que lorsque déposée devant les membres du conseil en séance publique.

Les déclarations d'un membre du conseil municipal auprès des médias demeurent d'ordre personnel aussi longtemps qu'il n'a pas reçu de mandat officiel de parler au nom du conseil municipal.

Advenant le cas qu'un média communique directement avec un conseiller, celui-ci devra en aviser le maire et le Service des communications, avant la tenue de l'entretien, afin d'assurer la cohésion quant au traitement des dossiers.

Également, le conseil peut autoriser par résolution la parution d'une publication, qui déroge à la présente Politique, dans l'un des outils de communication.

## Le directeur général

À titre de premier responsable des activités administratives de la Ville, le directeur général veille à promouvoir l'intégrité de l'image de l'organisation. À cet effet, il oriente les activités de communication de toutes les directions des services municipaux et il en confie le travail au Service des communications. Il demeure cependant autorisé à faire toute déclaration publique de nature administrative, quand la situation le requiert.

## Le Service des communications

En conformité avec les principes directeurs de gestion et de développement de la Ville, le Service des communications établit les stratégies communicationnelles, initie et gère les programmes institutionnels de relations publiques et de promotion/publicité qui favorisent une communication efficace avec toutes les clientèles (citoyens, citoyens d'affaires, employés, médias, organismes du milieu, futurs résidents, etc.). Il soutient les autres départements de la Ville et leurs initiatives de communications dont les demandes ont reçu les autorisations nécessaires.

## Rôle de la Direction des communications

La Direction des communications est la source officielle pour :

- Diffuser tout communiqué de presse touchant l'administration de la Ville de Saint-Rémi;
- Convoquer et coordonner toute conférence de presse d'ordre administratif et déterminer les besoins en outils et la logistique, etc.;
- Valider les contenus et la présentation de toute publication institutionnelle produite par la Ville;
- Conseiller et assister les services municipaux dans leurs démarches de communication;
- Coordonner la promotion et la publicité des services municipaux et des activités ou événements;
- Élaborer, mettre en place et superviser les programmes de communication;
- Assurer la recherche afin de rédiger les communiqués de presse, discours et autres documents d'information;
- Coordonner les activités de relations publiques;
- Projeter une image favorable de la Ville;
- Gérer l'ensemble des outils de communication de la Ville et des tribunes qui y sont accordées; en tenant compte que la ressource interne n'agit pas à titre d'attachée politique, cette dernière représentant la Ville.

La communication citoyenne et les relations médias du cabinet du maire sont sous la responsabilité de la Direction des communications.

**LE DIRECTEUR DE SERVICE  
EST RESPONSABLE DE LA  
COMMUNICATION AU SEIN DE  
SON ÉQUIPE**

## Le directeur de service

### Relayeur de l'information

Les directeurs des services sont les premiers responsables de la communication au sein de leur équipe respective et envers leurs collaborateurs et partenaires. Ils sont responsables d'assurer la transmission de l'information auprès des acteurs avec qui ils collaborent dans un dossier.

Les directeurs des services et leur équipe doivent également agir comme relayeurs de l'information auprès du Service des communications pour, ensemble, signaler, analyser la situation et identifier une solution afin de mettre en place les moyens appropriés et ainsi, obtenir un soutien-conseil.

### Demande d'information de nature administrative

En terme de communications, les directeurs de services sont autorisés à répondre aux différentes demandes de renseignements de nature administrative (exemple : horaire de la bibliothèque, règlements municipaux, comptes de taxes, etc.) et, à ce niveau, l'intervention de Service des communications n'est pas nécessaire.

### Demande d'information – relations médias

Il arrive régulièrement que les représentants des médias demandent des renseignements complémentaires au sujet d'événements, nouvelles, incidents, etc. Si pour une raison ou une autre ces derniers s'adressent à l'un des différents services, la demande doit être transférée au Service des communications ou, en son absence, au directeur général, afin d'assurer un suivi et une cohérence dans les propos divulgués.

Quand la situation le requiert, les directeurs de service peuvent être amenés à faire une déclaration publique et accorder des entrevues, cependant le tout devra être au préalable autorisé par le directeur des communications ou la Direction générale. Les parties devront en informer le Service des communications afin d'assurer un suivi auprès des médias.

***DANS DES CAS EXCEPTIONNELS, COMME UN INCENDIE, LE DIRECTEUR DE SERVICE PEUT S'ENTREtenir SUR PLACE AVEC LES MÉDIAS, MAIS IL DEVRA S'ENTENIR AUX ÉLÉMENTS FACTUELS...***

Des situations imprévisibles telles qu'un incendie peuvent amener le directeur de service, ou le lieutenant en charge de l'intervention, à s'entretenir sur place avec les médias, mais il devra s'en tenir aux éléments factuels nécessaires pour dresser le portrait de la situation. Ainsi, l'entrevue doit porter exclusivement sur les informations inhérentes à l'intervention. Pour toute intervention de ce type, un rapport de l'événement doit être transmis au Service des communications. En cas de situation exceptionnelle, la Direction générale peut mandater le Service des communications pour la gestion des médias.

En tant que principal porte-parole de la Ville, le maire demeure le seul et l'unique communicateur des dossiers relevant des décisions du conseil municipal. Le directeur général et le Service des communications sont ainsi autorisés à répondre aux questions dont les sujets sont davantage d'ordres administratif et opérationnel.

## Les employés municipaux

Chaque département est responsable d'acheminer toute information complémentaire et jugée pertinente pouvant servir et renseigner les citoyens au Service des communications. L'information peut alors être diffusée par le biais du moyen de communication jugé pertinent.

La réussite des communications organisationnelles repose surtout sur la collaboration des employés qui ont tous un rôle à jouer. Chaque employé, participant à un congrès, à un colloque ou à une activité tant au sein de l'organisation qu'à l'extérieur, devient un ambassadeur de la Ville. Dans cette mesure, il doit adopter en tout temps une attitude positive envers son interlocuteur.

Tel que mentionné dans le *Code d'éthique et de déontologie des employés de la Ville de Saint-Rémi*, tout employé a un devoir de loyauté envers la municipalité. Il demeure un représentant de la Ville aux yeux du public même dans ses activités personnelles. Il doit donc s'abstenir, en tout temps, de porter tout jugement à l'égard de l'administration municipale en public.

**CHAQUE EMPLOYÉ À LE DEVOIR DE S'INFORMER DES DÉCISIONS PRISES PAR LE CONSEIL MUNICIPAL ET DE CONSULTER RÉGULIÈREMENT LES OUTILS DE COMMUNICATION**

Également, il est essentiel que chaque employé demeure informé des politiques générales, des programmes et des projets en cours de développement qui concernent son département. Il a donc le devoir de s'informer respectivement des décisions prises par le conseil municipal et de consulter régulièrement les différents outils de communication mis à sa disposition.

## La communication interne

Sous la responsabilité du Service des communications, les communications internes comprennent l'élaboration, la conception et la rédaction d'outils, tels que l'infolettre électronique interne, les communiqués, les brèves et à l'occasion l'organisation d'événements spéciaux.

Il est toutefois de la responsabilité de chacun des directeurs de veiller à ce que l'information circule bien dans son département, de favoriser une bonne communication interne et d'encourager son personnel à entretenir de bonnes relations avec les citoyens par un comportement positif et une préoccupation soutenue du service aux citoyens.

## Moyens de communication interne

### L'infolettre interne « Entre nous »

Il s'agit d'un moyen de communication pour rejoindre, les membres du personnel et les membres du conseil municipal. Elle est utilisée afin de transmettre les dernières nouvelles, les bons coups, les événements à venir et toute autre information jugée pertinente par la Direction générale et/ou le Service des communications. Elle est transmise par courriel minimalement une fois par mois suite à la séance du conseil municipal.

### Affichage à l'interne

Il s'agit d'un moyen pour transmettre, au personnel, de l'information sur les postes offerts, activités à venir, initiatives internes, naissances, décès, etc. Dans l'objectif d'optimiser l'utilisation des tableaux d'affichage interne et de contrôler leur contenu, tout affichage doit préalablement avoir été autorisé par la Direction générale ou le Service des communications, et ce, indépendamment du bâtiment municipal visé.



## Réunion de service

Les directions de service ont le devoir de tenir des réunions avec une partie ou la totalité de leur équipe, et ce, à une fréquence qu'elles jugent adéquate. Ces rencontres ont pour objectif de véhiculer, à l'intérieur de chacun des services municipaux, les informations ou les décisions prises concernant les services, activités, programmes, projets ou règlements modifiant la prestation de services aux citoyens. Ces réunions permettent également aux directions de service d'être à l'écoute des préoccupations des membres de leur équipe, d'échanger avec eux, de prendre en considération leur opinion et de les mobiliser.

## Réunion de coordination

La Direction générale tient des rencontres, à une fréquence qu'elle juge adéquate, avec toutes les directions de service. Ces réunions permettent à la Direction générale de transmettre les grandes orientations et priorités ainsi que de faire les suivis des dossiers en cours. Également, elles permettent de bien encadrer tous les dossiers en cours à l'intérieur de l'organisation, de planifier les sujets à venir aux rencontres de travail des élus et de bien préparer les dossiers qui feront l'objet d'une adoption par résolution du conseil municipal.

## Réunion de l'équipe de direction

La Direction générale tient une rencontre mensuelle avec les membres de l'équipe de direction. Elle a lieu suite à la séance du conseil municipal. Elle permet à la Direction générale de transmettre et d'expliquer les décisions qui ont été prises lors de la dernière assemblée publique et de donner les grandes orientations prises par les élus.

## Réunion de comité

Les réunions des comités municipaux, œuvrant dans divers champs d'expertise de l'organisation, servent à analyser certains dossiers majeurs (services, activités, programmes, projets ou règlements) et à émettre des recommandations au conseil municipal. Ces rencontres ont des retombées positives sur le développement de la Ville à tous les niveaux.

## Revue de presse

Le document PDF de la revue de presse hebdomadaire portant sur les sujets traitant de la Ville et des grands enjeux municipaux est transmis au conseil municipal, à la Direction générale et aux directions de service, lorsque la direction du Service des communications le juge nécessaire. La revue de presse et sa transmission (au besoin) relèvent de la direction du Service des communications.

## La communication externe

La Ville de Saint-Rémi dispose de différents moyens de communication pour bien informer le public externe relativement aux services, activités, programmes, projets, règlements et décisions prises par le conseil municipal.

Le Service des communications assure la rédaction, la conception, la production et la diffusion des outils d'information officiels de la Ville. Il offre également un appui stratégique et tactique à l'ensemble des départements de la Ville. Afin d'assurer une cohérence pour l'ensemble des communications, tout département préparant un document pour fins de publications (ex : publicités ou production d'affiches) doit faire approuver celui-ci par le Directeur des communications. Ce dernier doit s'assurer que chaque communication est faite au nom de la Ville. Le contenu des publications et des outils est validé par la Direction générale.

## Moyens de communication externe

### Accueil des visiteurs

L'image que projette la Ville devant le public doit être la préoccupation de tout employé quelle que soit sa place dans l'organigramme. C'est donc dire qu'il soit au comptoir, au bureau, au téléphone, chez un citoyen ou dans la rue, tout employé municipal doit accueillir les citoyens, les contribuables, les fournisseurs, etc., prestement et avec une attitude positive. Pour accueillir le visiteur, l'employé doit être soucieux de porter une tenue vestimentaire appropriée au poste de travail qu'il occupe et avoir une apparence soignée. Il est du devoir de chaque employé de s'assurer de bien comprendre les besoins du visiteur afin de l'acheminer au bon endroit et à la bonne personne.

### Séance du conseil municipal

La séance du conseil municipal constitue la principale source d'information sur les décisions prises par le conseil municipal. Elle est accessible à tous. D'ailleurs, les citoyens présents profitent d'une période de questions leur étant réservée à la toute fin de la séance. Des copies de l'ordre du jour sont mises à la disposition des citoyens qui assistent à la séance du conseil municipal. Il est disponible sur le site Internet de la Ville dans les 24h suivant la réunion. La même règle s'applique pour le procès-verbal, suivant son adoption par le conseil municipal, soit habituellement le lendemain de la séance subséquente. Toutes les tâches relatives aux séances du conseil municipal relèvent du Service du greffe.

**LE SITE INTERNET EST  
L'OUTIL DE COMMUNICATION  
À PRIVILÉGIER**

### Le site Internet

Le site Internet de la Ville ([www.ville.saint-remi.qc.ca](http://www.ville.saint-remi.qc.ca)) est l'outil de communication à privilégier de par l'instantanéité des nouvelles qui y sont diffusées et de l'exhaustivité de l'information qui y est publiée. Il offre des renseignements sur les services et les activités de la Ville. Sa gestion est assumée par le Service des communications. Il en gère le contenu et sa présentation visuelle. Le contenu est mis à jour quotidiennement. Toute demande d'ajout ou de retrait d'information doit être transmise au Service des communications. Suivant les orientations de la Direction générale et du conseil municipal, ce service s'assure de maximiser l'utilisation du site Internet de la Ville comme principal canal de transmission de l'information aux citoyens et de continuer ses efforts de réduction d'impression de papier. Chacune des directions a le mandat d'assurer une veille spécifique du contenu des sections relevant du service pour lequel il œuvre et d'informer le Service des communications de toute mise à jour à effectuer.

Malgré le rôle central du Service des communications dans la gestion du site Internet, la mise à jour des données est assumée par d'autres services municipaux, dont :

- La section de la Bibliothèque qui est sous la responsabilité de la Direction de la bibliothèque;
- La section loisirs qui est sous la responsabilité de la Direction des loisirs.

Par ailleurs, la Ville possède un site Internet exclusif afin de faire la promotion de la Fiesta des Cultures de Saint-Rémi ([www.fiestadescultures.com](http://www.fiestadescultures.com)). Sa gestion est partagée entre le Service des communications et celui des loisirs.

Finalement, le Service des communications compte sur une entreprise spécialisée pour le soutien technique et l'intégration des outils nécessaires au bon fonctionnement du site.

## Rencontres d'information ou de consultation

Les rencontres d'information et de consultation permettent d'informer les citoyens sur des sujets précis. Selon la nature de celles-ci, elles peuvent être organisées par le directeur du service concerné. Ces rencontres peuvent être soutenues par une présentation PowerPoint aux couleurs de la Ville. Le modèle est disponible au Service des communications. Bien que la présence du Service des communications ne soit pas nécessairement requise, il est important d'en aviser ce dernier.

## Les avis publics

Certaines actions posées par le conseil municipal, ayant une portée légale ou officielle, doivent faire l'objet d'un avis public. Les modes de publication sont prévus par la loi. À noter que la publication officielle de la Ville est *L'Écho de Saint-Rémi*. La plupart des publications des avis publics relève du Service du greffe.

## Les publications municipales

### L'ÉCHO DE SAINT-RÉMI

**L'ÉCHO DE SAINT-RÉMI EST  
L'OUTIL DE COMMUNICATION  
LE PLUS APPRÉCIÉ**

L'Écho de Saint-Rémi est l'outil de communication le plus apprécié selon un sondage qui a été fait lors de la grande démarche de consultation publique *ImaginAction* en 2015. Il permet de rejoindre à toutes les semaines les citoyens. Il rend compte de l'actualité municipale, des activités et des informations de la Ville ainsi que des organismes reconnus. Il inclut également une section «Achat local» où les commerçants locaux peuvent promouvoir leur entreprise.

Il est distribué à toutes les propriétés du territoire et il est possible de le consulter en ligne sur le site Internet de la Ville de Saint-Rémi. Également, la plus récente édition est disponible dans les présentoirs de la mairie et de la bibliothèque jusqu'à épuisement des exemplaires en stock.

### **Priorisation**

→ *La Ville de Saint-Rémi*

Les textes de la Ville sont priorisés. Par la suite, viendront ceux des organismes selon l'espace restant.

→ *Les organismes*

- Les événements les plus rapprochés de la date de publication seront priorisés.
- Les activités qui ont lieu à la date même de la parution ne seront pas publiées.
- Les textes de remerciements ou de retour sur les événements qui ont déjà eu lieu seront publiés seulement s'il y a des espaces à combler.
- Lorsqu'une activité est publiée à plusieurs reprises;
  - Lors de la première parution, la nouvelle sera dans la section « Activités des organismes »;
  - Lors des autres parutions, elle sera dans la section « Rappel des activités des organismes »;
  - S'il y a de l'espace à combler dans la section « Activités des organismes », la Directrice des communications ou son représentant déterminera quels textes seront déplacés.

→ *Les entreprises*

La réservation des espaces se fait sous le principe du « premier arrivé, premier servi » selon les espaces disponibles. Chaque entreprise locale (ayant une adresse civique à Saint-Rémi) a le droit de publier gratuitement une annonce par année. Il doit s'agir d'un coupon de promotion (rabais, cadeaux, etc.).

### **Procédures**

→ *La Ville de Saint-Rémi*

Toute demande de publication doit être acheminée au Service des communications. Les directeurs de service ont jusqu'au mardi 16h30 précédant la publication pour transmettre le tout. Les éléments reçus après cette date n'ont aucune garantie d'être publiés et seront diffusés dans l'édition suivante. Le Service des communications possède un droit de regard sur les textes fournis par ses pairs, de sorte qu'il peut les reporter, les corriger et/ou les modifier, après en avoir discuté avec les personnes concernées.<sup>1</sup>

À noter que le conseil municipal peut en tout temps demander de faire paraître un texte qu'il juge opportun.

→ *Les organismes*

Seuls les représentants autorisés et désignés de chaque organisme peuvent transmettre leurs communiqués ou publicités au Service des communications ou son représentant. Il est de la responsabilité de l'organisme d'aviser la Ville de tout changement de responsable. Ils ont jusqu'au mardi 16h30 précédant la publication pour transmettre le tout. Les éléments reçus après cette date n'ont aucune garantie d'être publiés et seront diffusés dans l'édition suivante. L'organisme se porte garant que l'activité relève de lui. Le Service des communications ou son représentant se réserve le droit de modifier les textes reçus afin qu'ils répondent mieux à la structure de l'Écho.

→ *Les entreprises*

L'entreprise qui désire s'annoncer dans L'Écho de Saint-Rémi doit préalablement avoir :

- rencontré le Service des communications ou son représentant;
- signé le formulaire de demande de publication qui se retrouve en annexe 3 de la présente politique.

Seuls les représentants autorisés et désignés de chaque entreprise peuvent transmettre leurs communiqués ou publicités au Service des communications ou son représentant. Ils ont jusqu'au mardi 16h30 précédant la publication pour transmettre le tout. Les éléments reçus après cette date n'ont aucune garantie d'être publiés et seront diffusés dans l'édition suivante. La publicité doit être fournie en format JPEG et dans le respect du format établi.

*À noter que la Ville de Saint-Rémi se dégage de toute responsabilité quant au contenu fourni par les tiers.*

### **LE BULLETIN MUNICIPAL**

Un bulletin municipal distribué à l'ensemble de la population peut à l'occasion être publié, pour informer les citoyens sur l'actualité, les différents projets de développement, la programmation des activités, les événements à venir, les programmes et les politiques, les services municipaux, etc. Toute demande de publication doit être acheminée au Service des communications dans les délais prescrits par ce dernier. Celui-ci possède un droit de regard sur les textes fournis par ses pairs, de sorte qu'il peut les reporter, les corriger et/ou les modifier, après en avoir discuté avec les personnes concernées.

---

<sup>1</sup> À l'exception des documents légaux qui proviennent du Service du greffe, étant donné qu'ils ne peuvent pas être modifiés et que leur publication ne peut pas être retardée.

Il est distribué à toutes les propriétés du territoire et il est possible de le consulter en ligne sur le site Internet de la Ville de Saint-Rémi. Également, la plus récente édition est disponible dans les présentoirs de la mairie et de la bibliothèque jusqu'à épuisement des exemplaires en stock.

## **LA PROGRAMMATION DES LOISIRS ET DE LA BIBLIOTHÈQUE**

Elle est diffusée trois fois par année dans la *Programmation régionales Loisirs et Culture*. Elle est produite par les Services des loisirs et de la bibliothèque en collaboration avec les municipalités de la MRC des Jardins-de-Napierville. Toutefois, le Service des communications doit approuver l'épreuve finale avant toute impression ou publication électronique.

## **PUBLICATIONS ET OUTILS D'INFORMATION**

La production de tout dépliant, brochure, politique, rapport, montage publicitaire, affiche ou présentation, destiné à un grand public est gérée principalement par le Service des communications. Le service municipal demandeur a la responsabilité de fournir le contenu, étant donné qu'il maîtrise l'information à divulguer à l'intérieur de la publication officielle. La direction de service doit préalablement avoir obtenu l'approbation du Service des communications avant de procéder à la commande et à l'impression. Le Service des communications se réserve un droit de regard sur l'utilisation de l'identité visuelle de la Ville de Saint-Rémi et de la présentation du contenu.

## **LA PUBLICITÉ**

Le Service des communications est principalement responsable de la planification, du placement et de la production publicitaire de la Ville dans les médias. Il planifie et évalue les achats publicitaires en fonction des objectifs de l'organisation, de la pertinence des projets et des besoins ainsi que des attentes de la population visée.

## **MÉDIAS SOCIAUX**

À l'adoption de la présente Politique, la Ville de Saint-Rémi ne dispose d'aucune page officielle ou de compte sur les réseaux sociaux. Toutefois, certaines pages Facebook sont utilisées afin de faire la promotion d'événements ou de services municipaux :

- Bibliothèque municipale de Saint-Rémi;
- Loisirs Ville de Saint-Rémi;
- Fiesta des Cultures.

À noter qu'aucune direction de service n'est autorisée à développer une page personnalisée à son service à moins d'avoir eu l'autorisation au préalable du Service des communications.

### **Contenu des médias sociaux**

Le contenu des médias sociaux n'est pas laissé au hasard. Celui-ci est planifié, réfléchi et programmé pour assurer une efficacité et une efficience. Les gestionnaires des médias sociaux doivent discuter des publications souhaitées avec le Service des communications.

### **Gestion du contenu**

Les pages Facebook sont gérées par le directeur du service concerné en collaboration avec le Service des communications. Les publications devront couvrir uniquement les thèmes liés au service concerné.

La Ville se réserve le droit de retirer, en partie ou en totalité, un commentaire ou une publication d'une tierce partie jugé inacceptable en vertu des critères suivants :

- Contenu à caractère haineux, obscène ou raciste;
- Contenu à caractère politique ou religieux;

- Attaque personnelle ou insulte;
- Propos diffamatoire;
- Contenu plagié ou contrevenant aux droits d'auteur ou marques de commerce;
- Matériel publicitaire, d'autopromotion ou pourriel (SPAM).

Sur les réseaux sociaux, l'auteur d'un message est le seul responsable de son contenu et en aucun cas, la Ville de Saint-Rémi n'est tenue responsable des propos émis par un tiers.

### **Réponses aux commentaires et aux questions**

Les réponses aux commentaires et aux questions se font durant les heures officielles d'ouverture des bureaux, à l'exception des situations d'urgence. De façon optimale, un suivi devrait être effectué dans les 24 à 48 heures suivant la question ou le commentaire.

En tout temps, un ton courtois, poli et professionnel doit être utilisé. La qualité de la langue et de l'orthographe doit être dans un français de qualité exempt de faute.

### **Plaintes**

Les plaintes des citoyens et citoyennes ne seront pas traitées sur les médias sociaux. Les gestionnaires des médias sociaux s'assureront de faire un suivi et de transmettre les coordonnées de la personne à rejoindre pour émettre les plaintes, soit la réception de la mairie afin que celle-ci enregistre une requête.

### **Demandes médias**

Les demandes d'entrevue et les questions des médias ne seront pas traitées sur les médias sociaux, qu'il s'agisse de messages privés ou non. Les utilisateurs en question devront continuer de passer par le Service des communications pour toute demande.

### **Partenariat avec le site Internet**

L'utilisation des médias sociaux se veut un complément des méthodes d'information dites traditionnelles utilisées par la Ville. Ils doivent être utilisés en partenariat avec le site Internet, car ils complètent sa mission, en mettant en lumière de l'information sélectionnée et en rejoignant directement les citoyens dans leur quotidien. À noter qu'ils ne se substituent pas au site Internet, qui demeure la principale référence pour les citoyens.

### **Les employés**

Tout employé municipal est considéré comme un ambassadeur de la Ville et en aucun cas la Ville de Saint-Rémi ne tolérera des propos désobligeants à son égard. D'ailleurs, il est fortement recommandé aux employés de ne pas s'engager dans des discussions mettant en cause ou critiquant négativement l'un ou l'autre des services de la Ville de Saint-Rémi. Dans le cas où un employé constaterait une déclaration mensongère ou inexacte à propos de la Ville dans une discussion, celui-ci ne devrait ni y participer ni l'alimenter de quelque façon que ce soit. Il est recommandé à l'employé de référer ladite discussion au Service des communications.

L'usage des réseaux sociaux pour des fins personnelles sur les heures de travail est défendu.

## **L'affichage**

### **L'ÉCRAN NUMÉRIQUE**

L'écran numérique, installé à l'intersection de la rue Notre-Dame et de la route 221, est sous la supervision du Service des communications. Son usage est réservé en priorité aux messages de la Ville. Toutefois, il peut être mis à la disposition, gratuitement, pour un organisme reconnu par

la Ville jusqu'à un maximum de 3 messages par année; et pour une entreprise locale (ayant une adresse civique à Saint-Rémi) jusqu'à un maximum de 1 message par année.

### **Règles de fonctionnement**

- Les messages municipaux ont préséance sur les autres messages;
- Les principes du « premier arrivé, premier servi » est préconisé;
- La Ville a l'obligation d'afficher en français seulement;
- Seuls les représentants autorisés et désignés de chaque organisme ou entreprise peuvent transmettre leurs messages à afficher;
- Exclusions : tous les messages à caractères politique, partisan, religieux ou provenant d'organismes à vocation politique, partisane ou religieuse seront automatiquement refusés.
- Tous les messages qui font la promotion d'une activité ou d'un événement qui a lieu à l'extérieur du territoire de la Ville de Saint-Rémi ne sont pas permis.
- Le visuel du message doit être fourni par le demandeur et respecter les règles et normes d'affichage. Le montage graphique est de la responsabilité du demandeur, ainsi que les frais inhérents, le cas échéant.
- Le visuel du message ne sera pas soumis au demandeur pour approbation avant diffusion.
- En tout temps, la Ville de Saint-Rémi se réserve le droit de modifier un message, de le refuser, d'interrompre sa diffusion ou d'en reporter l'affichage à une date ultérieure.

### **Priorisation**

Voici l'ordre de priorité appliqué :

1. S'il y a mesures d'urgence, l'usage est exclusivement réservé à cette fin;
2. Services municipaux de la Ville de Saint-Rémi
3. Principe du « premier arrivé, premier servi » pour les organismes reconnus ou entreprises locales de la Ville de Saint-Rémi.

### **Demandes d'affichage**

Le formulaire de demande d'affichage est disponible sur le site Internet de la Ville au [www.ville.saint-remi.qc.ca](http://www.ville.saint-remi.qc.ca) ou à la réception de la mairie (105, rue de la Mairie). Il doit être complété par le demandeur et être envoyé par courriel à [administration@ville.saint-remi.qc.ca](mailto:administration@ville.saint-remi.qc.ca), par télécopieur au 450 454-7978 ou déposé à la réception de la mairie durant les heures d'ouverture. Le formulaire se retrouve en annexe 1 de la présente politique.

Aucune demande par téléphone ne sera acceptée. Seules les demandes reçues par courriel, par télécopieur ou déposées à la mairie, avec le formulaire approprié, dûment signé par le requérant autorisé seront acceptées.

Les demandes d'affichage doivent être reçues au moins deux (2) semaines (10 jours ouvrables) avant la date de parution souhaitée et doivent respecter la présente politique d'affichage. Toute demande qui ne respecte pas ce délai sera automatiquement refusée.

### **Espaces disponibles**

Compte tenu du temps d'attente moyen à l'intersection des rues où le panneau numérique est installé et de la volonté de la Ville de Saint-Rémi d'offrir une visibilité remarquable à ses différents diffuseurs admissibles, le nombre d'espaces disponibles a été établi à huit (8) par période de

temps donnée. Par ailleurs, chacun des messages a une durée maximale de 5 secondes à l'exception de ceux émanant de la Ville.

### **Période d'affichage**

Chaque message a une période d'affichage maximale de 7 jours consécutifs. Toutefois, la Ville de Saint-Rémi se réserve le droit de modifier la période d'affichage demandée ou de mettre fin à la diffusion d'un message si elle le juge nécessaire. La période d'affichage est du lundi (au plus tard à 15h00) au dimanche, à l'exception des journées fériées. À noter que, comme les bureaux municipaux sont fermés pendant les congés des Fêtes, seuls les messages municipaux seront diffusés.

### **Responsabilité**

Le demandeur est entièrement responsable du message affiché sur le panneau numérique. Puisque les renseignements proviennent d'une source externe, la Ville de Saint-Rémi se dégage de toute responsabilité quant au contenu du message et ne peut être tenue responsable des erreurs, omissions ou autres pouvant survenir lors de l'affichage du message.

### **Annulation**

Si le demandeur annule une activité ou un événement avant ou pendant la diffusion du message, il doit en aviser le Service des communications dès que possible par écrit. Si la publication est en cours, celle-ci sera comptabilisée comme étant utilisée.

### **Spécifications techniques des montages graphiques**

- Montage en JPEG;
- Montage avec une résolution de 256 pixels de large par une hauteur de 128 pixels ou équivalent;
- Éviter les images avec une grande résolution ou avec beaucoup de détails;
- Choisir une police de caractère simple et lisible;
- Favoriser les couleurs primaires pour une meilleure résolution;
- Possibilité de contenir un logo ou une image. À ce sujet, il est recommandé :
  - de favoriser un logo plutôt qu'une image;
  - d'utiliser environ 1/3 de la superficie disponible pour le positionnement efficient d'un logo ou d'une image;
  - d'éviter les images avec une grande résolution et avec beaucoup de détails.

Le Service des communications de la Ville de Saint-Rémi se réserve le droit de refuser la diffusion d'un message d'une tierce partie s'il juge la qualité des montages graphiques acheminés insuffisante.

### **LES ORIFLAMMES**

Des structures pouvant accueillir les oriflammes sont réparties dans plusieurs rues de la ville. Elles sont utilisées à des fins de pavoiement et de promotion de la Ville seulement. Leur utilisation est sous la responsabilité du Service des communications.

### **BANNIÈRES ET TRAVERSES DE RUES**

Des bannières horizontales peuvent être déployées à l'occasion en appui à des campagnes de sensibilisation ou des événements. Cet espace est utilisé ou attribué par la Ville à des organismes reconnus pour des causes communautaires. Le montage graphique est de la responsabilité de l'organisme, ainsi que les frais inhérents, le cas échéant.



## **PANNEAUX AUX ENTRÉES DE VILLE**

Des structures d'affichage de format 4 pieds par 8 pieds servent à informer le public au sujet des activités de la Ville ou de situations d'urgence. Elles peuvent, à l'occasion, être mises à la disposition des organismes et des campagnes citoyennes organisées par ceux-ci. Elles sont réparties aux intersections suivantes :

- Saint-Paul et Route 221;
- Notre-Dame et rue Beaudin
- Notre-Dame et rue de l'Église (terrain de l'église).

À l'occasion, des structures d'affichage sont érigées dans les parcs de la Ville ou à des endroits stratégiques.

Le montage graphique est de la responsabilité de l'organisme, ainsi que les frais inhérents, le cas échéant.

*En situation d'urgence, tous les outils d'affichage énumérés précédemment seront utilisés, en exclusivité s'il est jugé nécessaire, à des fins de diffusion d'information et de renseignements auprès des citoyens, des entreprises et des employés de Saint-Rémi.*

## **Plateforme de communication citoyenne MÉMO**

Le système de messagerie MÉMO permet de diffuser immédiatement de courts messages adaptables aux intérêts des citoyens, transmis par courriel, SMS et appel automatisé, disponibles en tout temps sur le Web.

Les catégories d'information :

- Urgences, alertes et avis (cette catégorie est présélectionnée);
- Parcs et espaces verts;
- Déneigement;
- Loisirs et activités culturelles;
- Collectes spéciales;
- Info-travaux;
- Séances publiques.

## **L'infolettre**

Il s'agit d'un moyen de communication pour transmettre les dernières nouvelles, faire un rappel des activités ou événements à venir et donner de l'information concernant les différents services municipaux. Elle est transmise par courriel minimalement une fois par mois.

## **La communication avec les médias**

### **La gestion des relations de presse**

Mise à part la Direction générale, le Service des communications est le seul mandaté pour transiger avec un média, soit de :

- recevoir toutes les demandes provenant des médias liées à l'administration municipale;
- recueillir l'information et la nature de la demande;

- retransmettre la demande au département concerné;
- diffuser toute communication officielle de l'administration municipale;
- convoquer et coordonner toutes les activités de presse (conférence de presse, point de presse, dévoilement, inauguration, lancement, etc.);
- agir comme porte-parole au besoin.

Dans une volonté de demeurer transparent et de donner droit au public à une information de qualité, la Ville de Saint-Rémi veille à favoriser un travail de collaboration avec les médias, en offrant un service spécialisé, rapide et courtois. Ainsi, le Service des communications favorise les contacts privilégiés (une approche personnalisée) avec les journalistes pour une couverture adéquate du sujet traité. La Direction générale est automatiquement informée de la demande d'un média.

## Les porte-paroles

Deux personnes sont mandatées comme étant les porte-paroles officiels de la Ville et sont autorisées à s'adresser directement à un média et à faire une déclaration publique au nom de l'organisation.

- **Le maire** : à titre de premier magistrat, il se révèle être le principal porte-parole de la Ville de Saint-Rémi. Il possède le privilège de faire toute déclaration, verbale ou écrite relative aux affaires municipales. Il agit alors en fonction des pouvoirs que lui confère la législation provinciale pour tous les dossiers (à moins d'une désignation particulière de sa part); il est aussi le porte-parole officiel en situation d'urgence.
- **Le directeur général** : en remplacement du maire ou pour le traitement de toute demande liée à un dossier de nature administrative.

Ceux-ci peuvent désigner, s'il y a lieu, un porte-parole provenant de l'administration municipale. Le Service des communications assure le suivi des communications auprès des médias et doit être saisi de toute demande d'information émanant des médias. Celui-ci apporte aussi un support-conseil au porte-parole qui représente la Ville dans le cadre d'un événement public. Un employé ne peut faire une déclaration publique aux médias engageant la Ville à moins qu'il en ait été expressément et exceptionnellement mandaté par le maire ou la Direction générale.

## Séance publique du conseil municipal

Le Service des communications qui assure les relations avec les médias emploie une procédure simple de diffusion de l'information afin de faciliter le travail des parties prenantes. Les documents publics (pièces afférentes incluses) sont remis aux journalistes présents qui en font la demande. Le Directeur des communications accueille les médias le soir des séances du conseil municipal et coordonne les demandes d'entrevues. Les journalistes doivent s'adresser au Directeur des communications pour recevoir une copie des résolutions.

## La diffusion des communiqués de presse

Le Service des communications représente le seul point de départ pour la diffusion des communiqués de presse de la Ville.

## La communication en situation d'urgence

Relevant de la Direction générale de la Ville qui est la Coordonnatrice des mesures d'urgence, la mission du Service de communications en situation de crise est d'assurer la diffusion de renseignements aux employés, aux résidents, aux entreprises et aux médias sur la situation, les interventions ainsi que des mesures prises par la Ville pour assurer leur sécurité selon la stratégie élaborée. Les stratégies et actions déployées par la Direction des communications en situation d'urgence font partie du Plan des mesures d'urgence.

## Demande d'accès à l'information

La transparence, la véracité, la vulgarisation et l'accessibilité sont des principes directeurs de communication à la Ville de Saint-Rémi. Par contre, des lois encadrent la divulgation de l'information publique de sorte à protéger les personnes ou les organisations, les renseignements de nature personnelle ou confidentielle ou afin de respecter la vie privée.

En vertu de la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels, toute demande de document autre que les publications officielles de la Ville de Saint-Rémi doit être acheminée au Service du greffe.

La demande doit être faite par écrit et être transmise par courriel au greffier de la Ville ou déposée à la réception de la mairie à son attention.

Le greffier de la Ville a la responsabilité d'assurer les suivis appropriés en respectant les dispositions et les délais prescrits par la loi.

## Le protocole

Le protocole dicte des règles relatives à certains usages, aux rapports hiérarchiques et à l'étiquette. Le Service des communications en est responsable.

### Allocutions

Le Service des communications assure la rédaction des allocutions du maire et des conseillers dans l'exercice de leurs fonctions, lorsqu'ils en font la demande.

### Signature du livre d'or

Le livre d'or est un symbole et un outil historique qui permet de conserver le souvenir d'un passage à Saint-Rémi d'une personne officiellement accueillie par la Ville ou d'une activité ou d'un événement. En tout temps, la décision de procéder à la signature du livre d'or relève du maire. Il est conservé au Service des communications.

### Drapeau

Le Service des communications est responsable de la gestion du protocole entourant l'utilisation du drapeau de la Ville de Saint-Rémi, notamment en ce qui concerne son emplacement, son remplacement et son utilisation. Quand la situation le requiert, et ce, sous l'autorité du directeur général, le drapeau est mis en berne.

## Disposition

La disposition des drapeaux hissés sur les mâts de Saint-Rémi ou sur hampe lors d'événement comportant plusieurs instances gouvernementales doit respecter le protocole à cet effet. Par conséquent, le drapeau du Canada se trouve toujours à gauche, le drapeau du Québec au centre ou à gauche (absence du drapeau du Canada) et le drapeau de la Ville à droite, du point de vue de la personne qui les regarde. Cette disposition est applicable à la salle du conseil municipal.

## Mise en berne

La mise en berne du drapeau de la Ville de Saint-Rémi peut exclusivement être demandée par la Chambre des communes, l'Assemblée nationale et le maire de la Ville. Toute demande doit être transmise au Service des travaux publics qui assure la réalisation de l'opération.

La mise en berne s'effectue en plaçant le drapeau à mi-mât ou légèrement au-dessus (afin qu'il demeure hors d'atteinte).

## Identité visuelle

### Logo

L'identité visuelle de la Ville est constituée de deux éléments distincts : le logo et les armoiries officielles.

La Ville de Saint-Rémi reconnaît l'importance d'une image de marque cohérente et clairement définie. Il s'agit de son logo qui permet de faire ressortir tout ce qui fait de Saint-Rémi un milieu de vie unique.



- La Gloriette représente une page de notre histoire en rappelant la Place du Crieur, lieu de rassemblement d'une autre époque. Elle symbolise aussi l'avenir. Par sa construction en 2007, la Ville de Saint-Rémi a voulu faire le premier pas vers la revitalisation de son centre-ville et vers l'amélioration de la qualité de vie de son milieu.
- La trame urbaine et les sillons symbolisent les moteurs économiques de la Ville. Saint-Rémi est un lieu de vie où l'on retrouve la qualité des services des centres urbains tout en ayant les avantages d'un milieu rural. La ville à la campagne!
- Les oiseaux, symbole universel de la famille nous rappelant que la famille sera toujours au cœur des priorités de la Ville.
- Les ondulations symbolisent le mouvement et le dynamisme de la communauté Saint-Rémoise.
- Le slogan de la Ville est «au carrefour des cultures». Ainsi, la Ville annonce ses couleurs et ses objectifs pour son avenir : faire de Saint-Rémi un lieu de rassemblement, un **carrefour**, un pôle incontournable dans la région aux niveaux agricole, économique et

culturel. Le mot **culture** y prend aussi tout son sens, car en plus de se démarquer en agriculture, Saint-Rémi est, de plus en plus, une terre d'accueil pour les différentes cultures étrangères. La Ville souhaite favoriser le développement d'activités culturelles et faire de la culture un moteur de développement économique.

L'usage du logotype est strictement réservé à la Ville de Saint-Rémi. Tous les services municipaux sont tenus d'utiliser la version officielle du logo dans leurs communications destinées à un public externe. Tout document destiné à une diffusion grand public et portant le logo de la Ville doit d'abord être approuvé par le Service des communications.

Les organismes, les institutions, les partenaires ou toutes autres personnes morales désirant utiliser le logo doivent en faire la demande auprès du Service des communications.

## Normes graphiques du logo

### COULEURS

→ Pantone 368



→ Pantone 294



→ Pantone 660



### FONTES

→ « Ville de Saint-Rémi » : Serif Narrow Italic

→ « au carrefour des cultures » : Savoye Plain

## Armoiries

L'utilisation des armoiries est exclusivement réservée à l'usage du maire et du conseil municipal de la Ville de Saint-Rémi. Les services municipaux ne sont pas autorisés à les utiliser aux fins de leurs communications.



→ La couronne symbolise le roi Clovis, baptisé par Saint-Rémi, en 496, et la Ville Saint-Rémi de Napierville.

→ Le fond d'azur représente Marie et la fidélité au devoir.

→ La coquille symbolise notre baptême, le Patron Saint-Rémi; sa fête le 1<sup>er</sup> octobre.

→ Les gouttes d'eau symbolisent la diffusion de l'éducation par l'école.

- L'épi de blé représente les 10 agriculteurs
- La manufacture représente les 22 industries locales.
- Devise : Droiture de la messe de Saint-Rémi
- Les 10 feuilles d'érable : le Canada et ses 10 provinces.

## Normes graphiques

Les couleurs officielles de la Ville de Saint-Rémi sont le vert (Pantone 368) et le bleu (Pantone 294) qu'on retrouve sur le logo. Toutefois, c'est la première qui domine l'ensemble des publications.

Par souci de compréhension et de lisibilité, la Ville de Saint-Rémi privilégie la police Arial pour la rédaction de ses documents imprimés et pour ses publications.

## Présentation graphique des documents

La présentation graphique, l'application du logo de la Ville, la correction et la révision des documents institutionnels relèvent de chacune des directions de services. Cependant, toute publication doit faire l'objet d'une validation préalable auprès du Service des communications.

## Papeterie

La Ville de Saint-Rémi possède de la papeterie (papier en-tête ou en-tête dynamique, enveloppes, pochettes corporatives et cartes professionnelles) développée en fonction de son identité visuelle. Toute démarche de modification doit avoir reçu l'approbation du Service des communications au préalable. Tous les services municipaux sont tenus d'utiliser la papeterie officielle dans leurs communications auprès d'un public externe.

## Signature de courriel

Par souci d'harmonisation et par respect de l'identité visuelle de la Ville de Saint-Rémi, chaque employé doit utiliser la signature courriel, obtenue du Service des communications.

## Objets promotionnels

Le Service des communications est mandaté pour promouvoir la Ville de Saint-Rémi. La mise en circulation d'objets identifiés à l'identité visuelle de la Ville est un moyen de faire la promotion de l'image de marque de la Ville et de renforcer le sentiment d'appartenance des citoyens et du public. Le Service précédemment mentionné est responsable de la production, la distribution et de la gestion des objets promotionnels. Toute production d'objets promotionnels doit recevoir l'autorisation du Service des communications.

## Objectifs visés

- Permettre une meilleure gestion des objets promotionnels de Saint-Rémi;
- Mettre en place un processus clair et uniforme de distribution d'objets promotionnels;

- Établir des critères de distribution;
- Établir les différentes clientèles qui reçoivent gratuitement des objets promotionnels;
- Établir les clientèles qui doivent assumer une partie du coût des objets promotionnels;
- Établir les clientèles qui doivent défrayer le coût total des objets promotionnels.

## Principes généraux

- Les objets promotionnels doivent essentiellement servir à la promotion de l'image de la Ville de Saint-Rémi.
- L'image de marque de la Ville est le logo qui a été adopté en 2008.



- Dans des cas particuliers, l'armoire et les logos secondaires pourront être ajoutés selon la décision du Service des communications.





## Clientèles visées

- Les membres du conseil municipal ou du personnel représentant la Ville lors d'activités officielles.
- Organismes organisant des activités dans le but de ramasser des fonds ou autres.
- Toute personne désirant se procurer un objet promotionnel à des fins personnelles, ou pour des activités privées ou de reconnaissance.

## Don d'objets promotionnels

### CLIENTÈLES

- Membre du conseil municipal ou du personnel qui est invité à agir en tant que représentant officiel de la Ville.
- Organismes organisant des activités dans le but de ramasser des fonds.
- Membres du personnel qui remettent des cadeaux dans le cadre des activités relevant de leur service.

### PROCÉDURE

- La réception de la demande est faite par le Service des communications et activités de promotion.
- Le demandeur doit compléter le formulaire prévu à cet effet. Le formulaire se retrouve en annexe 2 de la présente politique.

## Vente d'objets promotionnels

### CLIENTÈLE

- Toute personne désirant se procurer un objet promotionnel à des fins personnelles ou pour des activités privées ou de reconnaissance

### PROCÉDURE

- La réception de la demande est faite par le Service des communications et activités de promotion.
- Le demandeur doit compléter le formulaire prévu à cet effet.



- Le Service de la trésorerie doit effectuer une facture et émettre un reçu.
- Le paiement doit se faire à la réception de la mairie.
- L'objet promotionnel est remis suite à la réception du paiement.

### **TARIF**

- Le coût de vente des objets promotionnels correspond au coût d'achat (minimum deux dollars) plus 15% de frais d'administration. À noter que les montants seront arrondis.
- Si le demandeur désire recevoir son objet par la poste, les coûts d'envoi postal seront ajoutés.

# Formulaire

## Demande d'utilisation du panneau numérique

Nom du demandeur :	
Organisme/ entreprise :	
Adresse :	
Courriel :	
Téléphone :	

**Message souhaité :**

---



---



---

Titre de l'événement	
Date :	
Heure	
Lieu :	
Site Internet :	

*Pour une question de visibilité, nous ne pouvons publier davantage de détails*

Date de diffusion souhaitée	
Date de début :	
Date de fin :	

*Maximum de 7 jours consécutifs*

**Signature du demandeur :**

**Date :**

---

# Formulaire

## Don d'objets promotionnels

Nom du demandeur :	
Organisme :	
Fonction :	

Raison du don d'objets promotionnels :

---

---

---

---

Objets promotionnels	Quantité

Signature du demandeur :

Date :

Signature d'approbation :

Date :

# Formulaire

## Demande de publication dans L'Écho de Saint-Rémi

Nom du demandeur :	
Entreprise :	
Adresse :	
Courriel :	
Téléphone :	

Détails de la publication :

---

---

---

---

---

---

---

*Il doit s'agir d'un coupon de promotion (rabais, cadeaux, etc.).*

Date de diffusion souhaitée	
-----------------------------	--

Signature du demandeur : \_\_\_\_\_ Date : \_\_\_\_\_