

## LIGNES DIRECTRICES EN MATIÈRE DE COMMUNICATION

12 janvier 2017

Le présent document vise à définir les modalités entourant les différentes dimensions de la fonction de communication de la Commission, laquelle communication sera particulièrement sensible compte tenu du sujet même d'enquête de la Commission.

### 1. Mandat du service des communications de la Commission

Le service des communications de la Commission a pour mandat de :

- voir à l'intégration de la communication au processus décisionnel et à la gestion de la Commission
- collaborer au respect des obligations légales de la Commission en matière de communication
- s'assurer de la cohésion du message communiqué par la Commission à ses groupes cibles
- conseiller les commissaires et la secrétaire en matière de stratégie de communication à utiliser
- faire connaître les activités de la Commission
- proposer les messages à véhiculer à l'externe
- assurer les relations avec les médias traditionnels et sociaux
- veiller à l'application de la politique linguistique du gouvernement du Québec et à la qualité de la langue française dans les communications écrites et électroniques de la Commission
- assurer une rétro-information et une veille médiatique dans les médias traditionnels et sociaux
- concevoir des moyens et des outils nécessaires à la réalisation des activités de communication de la Commission : gestion et édition du site Web, rédaction, révision linguistique, traduction, graphisme, édition, gestion du Programme d'identification visuelle de la Commission.

### 2. Objectif de communication

Informar régulièrement les publics (population en général incluant les parties prenantes) de l'avancement des travaux de la Commission et de ses conclusions.

*Ton à utiliser* : informatif, direct

### 3. Moyens de communication

- Site Internet. Toute demande de modification au contenu du site WEB par un membre du personnel de la Commission doit être adressée par courriel à

Simon Charest et Denys Lessard, en mettant Johanne Dumont en copie conforme.

- Fil de presse
- Envoi à une liste de presse qui inclut les salles de nouvelles à Montréal et en région.
- Mise en ligne des communiqués dans la section « Salle de presse » du site Internet.
- Intégration d'une page « Questions/réponses » sur le site WEB, regroupant les questions les plus fréquentes au sujet des travaux de la Commission.
- Utilisation des médias sociaux (Twitter uniquement)

Un compte Twitter a été créé pour la Commission (@cepcsj). Cette dernière gagnera à être active sur Twitter. Par l'entremise de son compte, elle pourra diffuser dans les médias sociaux de l'information factuelle relative à sa mission et pertinente pour ses publics (communiqués, dates des audiences, étapes importantes pouvant être rendues publiques, etc.). La communication est faite lorsque nécessaire seulement, Twitter étant utilisé comme fil de presse par les journalistes. Compte tenu des limitations de caractères (140 maximum), les messages Twitter dirigent les lecteurs sur le site Web de la Commission.

#### **4. Porte-parole de la Commission**

Le président est le premier porte-parole de la Commission. Il se réserve les activités les plus stratégiques et mandate la responsable du service des communications de prendre en charge les demandes médias.

De plus, le service des communications est l'unique porte-parole de la Commission sur les médias sociaux. Compte tenu de la rapidité des échanges effectués, les interventions doivent être approuvées rapidement (voir point 8-chaîne d'approbation).

La réponse aux demandes d'information générale sur la Commission est pour sa part assurée par le service de l'administration.

#### **5. Vigie médiatique**

Une revue de presse quotidienne couvrant tous les médias du Canada ainsi que les conversations Twitter portant sur les travaux de la Commission est produite et envoyée chaque matin, avant 9h, aux Commissaires et à l'ensemble des employés, à moins d'avis contraire.

Les revues de presse quotidiennes seront conservées et assemblées en un seul document qui sera remis lors du dépôt du rapport des Commissaires.

Un rapport mensuel sur les statistiques de consultation du site Internet est fourni par le webmestre.

## 6. Contenu/format des outils de communication

### *Format des communiqués de presse :*

Dans le but d'être le plus direct et informatif possible, les communiqués de presse de la Commission doivent être concis. Ils pourront inclure une citation du président (au besoin) et diriger les lecteurs vers les documents pertinents sur le site Web. Les communiqués sont transmis à tout le personnel de la Commission par le service des communications.

### *Avis publics*

Les avis publics requis seront publiés dans les journaux suivants : La Presse (et LaPresse+), Le Devoir, Le Journal de Québec et The Gazette (ainsi qu'en ligne au MontrealGazette.com).

## 7. Traitement des demandes médias

### *Chaîne d'approbation*

- Toute demande d'information de la part d'un journaliste est dirigée vers la responsable des communications qui en assure le traitement.
- Toute communication officielle destinée à des publics externes est rédigée par le service des communications.
- Les projets de communication et de réponse aux demandes média sont acheminés à la secrétaire, sur le formulaire convenu, qui les modifie si nécessaire, puis les transmet au président pour approbation.
- Les demandes des médias sont compilées, classées sur le répertoire commun et accessibles au personnel du service des communications, aux commissaires et à la secrétaire.
- Les demandes d'information déposées à la Commission en vertu de la Loi sur l'accès à l'information, de même que les demandes provenant de ministères ou d'organismes gouvernementaux, sont transmises à la secrétaire, qui en assure le traitement.

### *Délai de réponse*

- Le Service des communications accuse réception des demandes médias (électroniques et téléphoniques).
- Dans le cas des demandes électroniques, le service accuse réception au plus tard dans les 4 heures suivant la réception du courriel.
- La réponse à la demande est livrée dans un délai de 24 heures. En son absence, le président désigne un répondant pour approuver les réponses.

## 8. Accréditation des médias lors des audiences

Compte tenu de l'intérêt médiatique que suscite cette Commission d'enquête et de l'espace disponible en salle de presse, des normes d'accréditation respectant

les Règles de procédure et de fonctionnement (articles 65 à 71 plus précisément) sont développées et doivent être suivies par tous les journalistes, photographes et caméramans souhaitant s'accréditer lors des audiences.

Un formulaire d'accréditation sera développé et devra être rempli par tous les journalistes souhaitant couvrir les audiences de la Commission. Le service des communications procédera à l'analyse des demandes et confirmera quels seront les journalistes accrédités.

## **9. Langue de communication**

En vertu de la *Politique gouvernementale relative à l'emploi et à la qualité de la langue française dans l'administration*, la Commission emploie exclusivement le français avec les personnes morales et les entreprises établies au Québec (article 7). La Commission peut toutefois, à la demande d'une personne physique, lui transmettre une version dans une autre langue d'un document d'information ayant fait l'objet au Québec d'une diffusion par envoi anonyme, par publipostage ou par réponse électronique (article 11).

Ainsi, suite à une demande à cet effet, le document *Règles de procédure et de fonctionnement* de la Commission sera traduit en anglais et transmis à la personne concernée, ainsi qu'à toute autre personne qui pourrait faire la même demande.