

POLITIQUE DE COMMUNICATION

DERNIÈRES MODIFICATIONS :

Révisée en juin 2017
Révisée en mars 2016
Adoptée en mars 2011

1. OBJECTIFS DE LA POLITIQUE DE COMMUNICATION

1.1 La présente politique de communication vise à établir et à mettre en place un système et des mécanismes de communication qui favorisent la circulation et la diffusion de l'information au sein de l'institution et à l'extérieur de celle-ci. Elle tient également compte du cadre légal et réglementaire applicable dont notamment la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels et la Politique de diffusion de l'information et de protection des renseignements personnels de l'institution.

1.2 La politique de communication du Commissaire au lobbyisme du Québec¹ a pour objectifs :

- de préciser le rôle et les responsabilités du commissaire et ceux des différents intervenants de l'institution, dont plus particulièrement ceux de la Direction des communications, de la formation et des relations avec les clientèles;
- d'établir les principes directeurs de la fonction de communication, les objectifs communicationnels et les différents services offerts en matière de communication par l'institution;
- de bien intégrer le volet de communication dans les processus décisionnels et de favoriser une bonne circulation de l'information à l'interne;
- d'assurer une cohérence des messages diffusés à l'extérieur de l'institution et la qualité de l'information transmise;
- de définir le type d'information accessible au public.

2. PRINCIPES DIRECTEURS DE LA POLITIQUE DE COMMUNICATION

La fonction de communication est stratégique. La politique de communication du Commissaire au lobbyisme du Québec repose sur les principes directeurs suivants :

ACCESSIBILITÉ DE L'INFORMATION

- assurer, dans le cadre légal et réglementaire applicable, l'accessibilité à toute l'information disponible afin de favoriser une application pleine et entière de la Loi sur la transparence et l'éthique en matière de lobbyisme et du Code de déontologie des lobbyistes;

¹ Le Commissaire au lobbyisme du Québec (avec un « C » majuscule) désigne l'institution, alors que le commissaire au lobbyisme (avec un « c » minuscule) est utilisé lorsqu'il est question du commissaire, personne désignée par L'Assemblée nationale du Québec.

- accompagner et soutenir les lobbyistes et les titulaires de charges publiques en vue d'assurer le respect de la Loi et du Code;
- susciter l'intérêt et la participation des citoyens à l'égard de la transparence et de l'éthique en matière de lobbyisme.

COHÉSION ET COHÉRENCE

- assurer la cohérence des actions et des messages de l'institution;
- coordonner les actions et les pratiques de communication;
- sensibiliser tout le personnel au fait que la communication nécessite la collaboration de chacune des directions de l'institution.

EFFICACITÉ

- assurer l'efficacité de la communication de l'institution;
- appliquer de façon systématique un processus de validation et d'approbation;
- établir un partage clair des responsabilités en matière de communication;
- maximiser l'effort communicationnel;
- adopter un mécanisme de réaction efficace en vue de répondre rapidement à des situations particulières.

ÉCHANGES ET PARTENARIAT

- respecter les rôles respectifs des divers partenaires associés à la mise en œuvre de la Loi sur la transparence et l'éthique en matière de lobbyisme, comme le conservateur du registre des lobbyistes et le Directeur des poursuites criminelles et pénales;
- assurer la cohérence de nos actions avec les partenaires et favoriser des échanges avec eux.

3. OBJECTIFS COMMUNICATIONNELS

Les principaux objectifs communicationnels du Commissaire au lobbyisme du Québec sont les suivants :

- assurer la cohérence de ses communications publiques conformément aux orientations définies dans son plan stratégique;
- susciter l'adhésion des lobbyistes, des titulaires de charges publiques et des citoyens aux principes de la Loi et à son application;
- positionner l'institution en tant que principal leader et expert au regard de la transparence et de l'éthique en matière de lobbyisme et faire valoir la contribution

que peut avoir, pour l'amélioration de la vie démocratique québécoise, l'application de la Loi et du Code;

- développer et fournir à ses publics cibles (les lobbyistes, les titulaires de charges publiques et les citoyens) des outils qui les aideront à connaître la Loi et, le cas échéant, à s'y conformer;
- proposer, faire connaître et favoriser la participation à des activités de formation;
- favoriser une meilleure compréhension de la Loi, des règlements et du Code, et faire connaître les avis du commissaire au lobbyisme sur l'interprétation et l'application des règles;
- favoriser la collaboration et les pratiques de partage d'information au sein de l'institution.

4. LE RÔLE ET LES RESPONSABILITÉS DES DIFFÉRENTS INTERVENANTS

4.1 La Direction des communications, de la formation et des relations avec les clientèles

Sous l'autorité du commissaire au lobbyisme, la Direction des communications, de la formation et des relations avec les clientèles est responsable d'implanter la politique de communication, de veiller à sa diffusion dans l'ensemble de l'institution et d'en suivre l'application dans le cadre de son mandat. Elle doit également encadrer, proposer, concevoir et veiller à l'exécution des principales activités de communication de l'institution et mettre en place des mécanismes qui garantissent la qualité, l'harmonisation et la cohérence de toutes les activités de communication.

La Direction des communications, de la formation et des relations avec les clientèles a la responsabilité de proposer les stratégies annuelles en matière de communication en tenant compte des orientations et objectifs stratégiques de l'institution. En outre, elle joue un rôle de conseiller et de soutien opérationnel en matière de communication interne et externe.

4.1.1 La diffusion de l'information

La Direction des communications, de la formation et des relations avec les clientèles assure la diffusion de l'information auprès des différentes clientèles du Commissaire au lobbyisme du Québec en tenant compte du cadre légal et réglementaire applicable. À cet égard, elle :

- fait connaître la Loi, le Code de déontologie des lobbyistes, les avis du commissaire au lobbyisme relativement à l'exécution, à l'interprétation et à l'application de la Loi, de même que le registre des lobbyistes;
- fait connaître les activités de l'institution;
- fait la promotion des actions de l'institution;
- véhicule les valeurs de l'institution que sont la transparence, le respect, l'objectivité, la cohérence et l'excellence;
- s'assure que toute communication publique reflète les orientations et les objectifs stratégiques de l'institution.

4.1.2 Les relations publiques et les relations avec les médias

La Direction des communications, de la formation et des relations avec les clientèles coordonne les actions du Commissaire au lobbyisme du Québec en matière de relations publiques et de relations avec les médias. C'est ainsi qu'elle :

- s'assure que toute demande d'information de la part des médias fait l'objet d'un traitement rapide et approprié;
- identifie, développe et entretient un réseau de contacts dans le but de soutenir son mandat de communication publique;
- assure la participation de l'institution à différents événements (conférences, congrès, salons, formation, etc.);
- coordonne l'agenda des sorties publiques du commissaire et des autres membres de l'organisation, les accompagne lorsque requis et assure un support dans la préparation de ces sorties.

4.1.3 Le rôle conseil

La Direction des communications, de la formation et des relations avec les clientèles assure les fonctions de conseil et de coordination en matière de communication au sein de l'institution. Ces fonctions d'intégration répondent à l'objectif d'alignement des communications sur la mission, le plan stratégique, les objectifs et les priorités du Commissaire au lobbyisme du Québec. À ce titre, elle :

- analyse, de concert avec les autres directions, les problématiques diverses susceptibles de faire l'objet d'une communication. Elle propose au commissaire

au lobbying des stratégies et des plans de communication en fonction des dossiers prioritaires et des orientations stratégiques;

- conseille et soutient les directions de l'institution et harmonise les différentes interventions en matière de communication;
- assure une veille médiatique;
- établit des procédures et un encadrement des actions en matière de communication;
- met en place et coordonne les mécanismes de rétro-information pour son personnel.

4.1.4 La conception et la réalisation d'activités et d'outils de communication

La Direction des communications, de la formation et des relations avec les clientèles est responsable de la conception et de la réalisation des activités et des outils de communication du Commissaire au lobbying du Québec. Pour ce faire, elle procède à la recherche, la conception, la rédaction, la révision linguistique, l'édition, le graphisme et l'organisation d'événements spéciaux. Elle accomplit ces activités en tenant compte des meilleures pratiques du domaine et en favorisant l'utilisation des approches les plus efficaces, notamment par une utilisation judicieuse des nouvelles technologies. À cette fin, la Direction des communications, de la formation et des relations avec les clientèles :

- coordonne l'utilisation des outils et des moyens de communication;
- s'assure du respect des normes graphiques, des politiques éditoriales et des procédures dans les communications publiques;
- favorise le meilleur rapport coût/bénéfices, pour la production et la réalisation des documents imprimés ou d'autre nature;
- assure le respect des exigences de la politique du Commissaire au lobbying relative à l'emploi et à la qualité de la langue française.

4.2 L'Institution, ses gestionnaires et ses employés

Le Commissaire au lobbyisme du Québec a le souci de la qualité de ses communications avec ses clientèles externes. À cette fin, l'Institution :

- s'assure qu'une information de qualité soit diffusée;
- considère que la qualité de ses communications est importante pour son image et sa crédibilité;
- sensibilise son personnel à l'importance du service à la clientèle;
- exige de l'ensemble de son personnel qu'il se conforme aux valeurs de communication suivantes : courtoisie, diligence, respect, efficacité, objectivité et cohérence.

Les gestionnaires animent leur milieu de travail, suscitent la participation des employés et les informent des décisions prises par le commissaire au lobbyisme et le comité de direction. À cette fin :

- le commissaire fait de l'aptitude à communiquer un critère de sélection et d'évaluation des gestionnaires;
- les gestionnaires s'assurent que l'information sur les activités de l'Institution est fournie aux employés.

Dans l'exercice de leurs fonctions, tous les employés peuvent être appelés à agir comme des agents de diffusion. À cette fin, les gestionnaires :

- s'assurent que l'information sur les activités de l'institution circule à l'interne;
- favorisent la tenue de rencontres d'information et l'adhésion des employés aux décisions prises;
- responsabilisent les employés à l'égard des renseignements et des contenus qu'ils fournissent et transmettent, ainsi qu'à l'égard de la qualité du français qu'ils utilisent;
- stimulent la participation de tous à la vie de l'Institution et valorise leur contribution.

5. RELATIONS AVEC LES MÉDIAS ET LA COMMUNICATION DE RENSEIGNEMENTS

Afin de répondre à sa mission et à ses objectifs de communication, le Commissaire au lobbying du Québec rend disponible toute information relative à ses activités dans des limites que lui impose le cadre légal et réglementaire applicable ainsi que dans le respect des divers partenaires associés à la mise en œuvre de la Loi.

Afin d’y parvenir, le Commissaire au lobbying du Québec accorde aux relations avec les médias un traitement prioritaire. Les relations avec les médias comprennent tous les échanges avec les représentants des médias de même que toute communication publique de l’institution, notamment la tenue d’événements avec la presse ainsi que le contenu et le mode de diffusion des communications publiques (publicités, communiqués de presse, etc.).

5.1 La transparence

La gestion des relations avec les médias du Commissaire au lobbying du Québec vise principalement à favoriser la transparence des actions de l’institution et à respecter le droit du public à l’information.

5.2 Le traitement des demandes

La Direction des communications, de la formation et des relations avec les clientèles est responsable de donner suite aux demandes des médias ainsi que des citoyens et d’assurer la qualité des réponses et des informations transmises. Elle prend toutes les précautions afin que les informations mises à la disposition des médias soient exactes et communiquées rapidement.

Toute demande émanant d’un journaliste doit être transmise directement et dans les meilleurs délais à la personne responsable des relations de presse qui y répond avec diligence. Elle analyse la demande et évalue le traitement approprié. Elle s’assure de donner toute l’information nécessaire.

Outre le commissaire au lobbying, les personnes autorisées à répondre aux médias, sont :

- la personne responsable des relations avec les médias;

- la directrice des communications, de la formation et des relations avec les clientèles;
- l'adjoint au commissaire, secrétaire général et directeur des affaires institutionnelles.

Dans le cas d'une demande faite en vertu de la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels, celle-ci est transmise au responsable de l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels afin qu'il y donne suite.

5.2.1 L'information générale

L'information technique est celle qui permet de faire connaître le Commissaire au lobbying du Québec, la Loi sur la transparence et l'éthique en matière de lobbying, le Code de déontologie des lobbyistes, les avis donnés et publiés par le Commissaire au lobbying, le registre des lobbyistes ou encore celle jugée utile à une meilleure compréhension du phénomène du lobbying. Cette information peut être transmise directement par la Direction des communications, de la formation et des relations avec les clientèles, après validation s'il y a lieu auprès de l'une ou l'autre des directions concernées. Les entrevues peuvent être données par la directrice des communications, de la formation et des relations avec les clientèles ou par un membre du personnel autorisé par le commissaire au lobbying. L'information générale peut également être transmise à l'occasion des formations.

5.2.2 L'information stratégique

L'information stratégique est celle qui exige une prise de position ou qui fait appel à une analyse ou à une appréciation de nature politique. Dans ces cas, seul le commissaire au lobbying peut autoriser une entrevue ou accorder la permission de transmettre l'information demandée.

5.2.3 L'information confidentielle

En vertu de la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels, l'information de nature confidentielle n'est pas transmise aux médias. Il s'agit de toute information concernant par exemple :

- une demande de renseignement faite par une personne et la réponse qui lui a été donnée;
- une plainte, y compris tout renseignement ou document reçu ou recueilli dans le cadre d'une plainte, d'une vérification ou d'une enquête ou consigné dans un rapport de vérification ou d'enquête;

- des renseignements nominatifs ou tout autre renseignement personnel;
- une opinion juridique.

De plus, ne peut être communiquée toute information obtenue ou examinée dans le cadre du traitement par le commissaire au lobbying d'une ordonnance de confidentialité, sa prolongation ou son renouvellement.

Toutefois, dans certaines situations particulières, la confidentialité d'un dossier peut être levée si les informations visées sont devenues accessibles en vertu de la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels. Ainsi, si la transmission d'une plainte a été rendue publique, la réception de celle-ci peut être confirmée.

5.2.4 L'information à l'égard d'une vérification ou d'une enquête

Le Commissaire au lobbying du Québec ne communique pas les détails d'un dossier de vérification ou d'enquête ni aucun renseignement contenu dans un document obtenu dans le cadre de cette vérification ou de cette enquête. Il ne communique pas non plus l'état d'avancement d'un dossier ni ne confirme, sauf en cas de circonstances exceptionnelles, si le dossier fait l'objet d'une intervention.

5.2.5 L'information à l'égard d'un rapport d'enquête

Le Commissaire au lobbying du Québec ne commente pas le contenu d'un rapport d'enquête après sa transmission au Directeur des poursuites criminelles et pénales (DPCP) pour éviter toute incidence sur l'administration de la justice. Toutefois, lorsque le dossier et les interventions du Commissaire sont connus et que l'intérêt du public le commande, il peut confirmer la fin de son enquête et, le cas échéant, le fait que le rapport d'enquête a été transmis au DPCP ou au Procureur général.

Il peut également, s'il le juge opportun dans des cas exceptionnels, transmettre les informations relatives au nombre de manquements, au nombre de personnes impliquées, aux noms des institutions publiques visées, de même qu'aux objets des communications d'influence à moins que ces informations ne soient susceptibles de révéler un renseignement confidentiel.

Les règles prévues par la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels permettent de déterminer si un rapport d'enquête peut être accessible au public. De façon générale, le rapport n'est pas accessible au public lorsque, notamment, sa divulgation serait susceptible :

- de révéler un renseignement personnel;

- d’entraver le déroulement d’une procédure devant une personne ou un organisme exerçant des fonctions juridictionnelles;
- d’entraver une enquête à venir, en cours ou sujette à réouverture;
- de révéler une méthode d’enquête, une source confidentielle d’information, un programme ou un plan d’action destiné à prévenir, détecter ou réprimer le crime ou les infractions aux lois;
- de causer un préjudice à une personne qui est l’auteur du renseignement ou qui en est l’objet.

5.2.6 Les informations relatives à un constat d’infraction délivré par le Directeur des poursuites criminelles et pénales

Toute demande de journalistes au sujet d’un dossier en cours de traitement par le DPCP lui est référée.

Le Commissaire rend publique la signification d’un constat et la nature de l’infraction reprochée. Il peut en outre faire mention du nom des institutions publiques visées par les activités de lobbyisme.

Si le contrevenant a plaidé coupable ou a été trouvé coupable, le Commissaire au lobbyisme du Québec rend public le montant de l’amende imposée ainsi que la nature de l’infraction commise.