

L'AGENCE DES COOPÉRATIVES D'HABITATION

MANUEL DES POLITIQUES

DATE D'ÉMISSION :

Mars 2017

NUMÉRO :

2.3.1

REMPLECE LA VERSION :

Mars 2015

RECOUPEMENT :

1.2.2 : Rôle des administrateur(trice)s,
1.4.2 : Règles de conduite, 2.1 : Normes de satisfaction et de service à la clientèle,
2.2.1 : Services bilingues,
2.4 : Confidentialité et accès à l'information,
2.5 : Protection des renseignements personnels,
3.1.1 : Ressources humaines

CYCLE DE RÉVISION :

2 ans

AUTORITÉ :

Conseil d'administration

DATE DE LA PROCHAINE RÉVISION :

Mars 2019

OBJET :

Communications

1. Introduction

L'engagement d'ouverture et de responsabilité de l'Agence élève l'efficacité de la communication avec les clients, les parties prenantes et le grand public au rang de priorité organisationnelle.

La Politique sur les communications vise la façon dont l'Agence communique avec ses clients — à la fois son client aux termes d'un contrat, la SCHL, et les coopératives d'habitation dont elle supervise les accords avec la SCHL. La politique traite aussi de la façon dont l'Agence tient le grand public informé de son travail.

La Politique sur les communications respecte les conditions de l'entente de service entre l'Agence et la SCHL et complète les politiques de l'Agence régissant les normes de satisfaction et de service à la clientèle, les services bilingues, la protection des renseignements personnels, les ressources humaines ainsi que la confidentialité et l'accès à l'information qui traitent toutes de sujets liés aux communications.

2. Normes

Les communications de l'Agence respectent les normes suivantes :

- L'Agence donne à ses clients, aux parties prenantes et au public une information en temps opportun, exacte, claire et pertinente sur ses politiques, ses programmes, ses services et ses initiatives.
- L'Agence communique avec promptitude, ouverture et courtoisie avec ses clients et aux autres parties prenantes.
- L'Agence prône des valeurs de transparence et de responsabilité envers ses clients et le grand public par la pratique d'une communication ouverte et active, tout en respectant l'obligation de protéger les renseignements privés et confidentiels.
- L'Agence veille à ce que ses communications soient facilement comprises en les diffusant en français et en anglais, conformément aux exigences de la Politique sur les services bilingues, et en utilisant divers outils de communication et modes de présentation, notamment un langage clair et des médias substitués pour répondre aux différents besoins.
- Les communications de l'Agence sont conformes, le cas échéant, aux exigences fédérales en matière de visibilité selon l'entente entre l'Agence et la SCHL.

3. Communications électroniques

3.1. Lorsqu'elle ne communique pas en personne par l'entremise de son personnel, l'Agence communique normalement par courriel ou par affichage de documents sur son site Web public et sur celui destiné aux clients. Les communications imprimées sont peu fréquentes.

3.2. L'Agence fait une utilisation poussée des médias électroniques pour :

- informer le public au sujet de l'Agence et de ses activités;
- éliminer les distances géographiques entre l'Agence et ses clients et les parties prenantes qui se trouvent dans différentes régions du Canada;
- faciliter la prestation des services de l'Agence aux clients; et
- atteindre ces objectifs à coût raisonnable.

3.3. Le programme des communications électroniques de l'Agence comprend les éléments suivants :

- la transmission électronique de la correspondance;
- une présence bilingue de l'Agence sur Internet afin d'assurer la prestation de services aux clients, aux parties prenantes et au grand public;

- un site Web public qui présente les coordonnées des membres du conseil d'administration et du personnel, les politiques et les rapports annuels de l'Agence, ainsi que des renseignements sur les programmes d'habitation coopérative et les activités de l'Agence;
 - des pages Web protégées par mot de passe réservées aux clients de l'Agence et à certains groupes d'utilisateurs externes;
 - un intranet qui sert de portail aux dossiers électroniques de l'Agence et qui facilite la communication de nouveaux renseignements et de nouvelles ainsi que l'échange de points de vue entre les bureaux de l'Agence, le personnel et la direction;
 - un système de messagerie électronique pour permettre à l'Agence d'alerter les coopératives et les parties prenantes sur les faits nouveaux et les nouveaux documents diffusés sur le site Web, sans dévoiler les adresses électroniques individuelles;
 - un bulletin électronique occasionnel donnant des nouvelles et des renseignements d'intérêt pour les clients, les autres parties prenantes et les abonnés;
 - un rapport annuel diffusé sur le Web qui décrit les activités que l'Agence a menées et les succès qu'elle a connus pendant l'année et qui résume les données présentées dans les états financiers annuels audités;
 - des comptes de médias sociaux.
- 3.4. Au besoin, l'Agence diffuse d'autres publications en les affichant sur ses sites Web public et réservé aux clients et, lorsque cela est pertinent, les envoie par courriel.
- 3.5. Le personnel de l'Agence décide quels sont les documents à diffuser sur le site Web public de l'Agence et les documents à réserver aux pages Web des clients. Dans ses décisions, le personnel doit tenir compte de l'engagement en matière d'imputabilité de l'Agence envers le public, par rapport à sa volonté d'offrir la valeur ajoutée d'un site Web enrichi aux parties prenantes et aux clients.

4. Communications avec les coopératives d'habitation clientes et les autres parties prenantes

- 4.1. L'Agence s'est engagée à communiquer rapidement toute information importante à ses coopératives d'habitation clientes et aux autres parties prenantes, telles les fédérations régionales de coopératives d'habitation, les sociétés de gestion immobilière et la Fédération de l'habitation coopérative du Canada.
- 4.2. L'Agence conservera une ligne téléphonique sans frais pour les clients pour s'assurer que les coopératives sont en mesure de communiquer gratuitement avec le bon centre de service régional de l'Agence.

- 4.3. En temps opportun, l'Agence rendra accessible à chaque client, sur les pages Web réservées aux clients, sa Déclaration annuelle de renseignements, ses rapports d'évaluation des risques, ses rapports de conformité, ses rapports de données de la coopérative, ses rapports d'inspection de propriété, ses données financières en langage simple et, le cas échéant, son budget annuel, son rapport du supplément au loyer et ses rapports de suivi mensuels ou trimestriels.
- 4.4. L'Agence utilisera ses pages Web des clients pour leur fournir, ainsi qu'aux autres parties prenantes, des nouvelles et des éléments d'information pertinents, tirés de sources internes et externes.
- 4.5. L'Agence présentera à ses coopératives clientes et aux parties prenantes un rapport annuel sur sa prestation de services aux clients.

5. Communications avec le grand public

- 5.1. Le site Web public constitue le principal outil de communication de l'Agence avec le grand public.
- 5.2. Guidée par ses politiques sur la protection des renseignements personnels et sur la confidentialité et l'accès à l'information, l'Agence répondra rapidement et avec courtoisie aux questions des résidents des coopératives d'habitation, des personnes qui cherchent un logement et du grand public. Les demandes de copies des rapports spéciaux et des commentaires sur les données regroupées provenant du portefeuille, telles que préparées annuellement par l'Agence pour la SCHL, seront transférées au directeur, Opérations ou au directeur général. Les demandes de renseignements qui ne sont pas de nature factuelle sont transférées à la SCHL, qui y répondra, comme le prévoit l'entente de service que l'Agence a conclue avec la SCHL.

6. Visibilité fédérale

- 6.1. L'entente de service entre la SCHL et l'Agence renferme certaines dispositions visant à faire en sorte que le gouvernement fédéral demeure visible pour le public et pour les clients des programmes, quels que soient les changements de rôles et de responsabilités pour ses programmes d'habitation coopérative. Ces dispositions ne touchent pas la correspondance de l'Agence transmise aux clients au sujet de ses services administratifs. Cependant, les documents publicitaires ou l'information sur toute question qui s'adressent au grand public, aux coopératives et aux membres des coopératives doivent faire état, au moyen d'un libellé approuvé par la SCHL, du rôle joué par le gouvernement fédéral, par l'intermédiaire de la SCHL, et du soutien aux programmes que ce dernier offre.
- 6.2. Il est interdit d'utiliser le nom, le logo et les autres symboles de la SCHL sans le consentement écrit de la SCHL. Lorsque la permission est donnée, leur utilisation

doit être conforme aux lignes directrices de la SCHL en matière d'image de marque.

- 6.3. L'Agence et ses représentants sont libres de publier des discours, d'installer des affiches et de distribuer des avis d'activités publiques, d'annonces et de communiqués, écrits et électroniques, au sujet des questions programmatiques factuelles. Cependant, la SCHL doit d'abord approuver les communications publiques, sous quelque forme que ce soit, au sujet de toute autre question tombant sous le coup de l'entente de service ou se rapportant à la SCHL. L'entente avec la SCHL oblige l'Agence à soumettre 15 jours à l'avance les communications exigeant son approbation.

7. Les communications et le conseil d'administration

- 7.1. L'Agence rendra accessible le procès-verbal approuvé des réunions du conseil d'administration et de ses comités sur le site Web réservé aux clients.
- 7.2. Les points saillants des réunions du conseil d'administration, à l'exception des questions confidentielles, seront affichées sur le site Web public de l'Agence.
- 7.3. Lorsque le conseil d'administration est saisi d'une question confidentielle, sa discussion et ses décisions font l'objet d'une annexe confidentielle au procès-verbal de la réunion. L'annexe est distribuée uniquement aux administrateurs, au secrétaire général, au directeur général et aux autres personnes expressément nommées par le conseil d'administration. Les questions confidentielles dont les comités du conseil d'administration sont saisis sont traitées de la même façon. Les administrateurs, le personnel de l'Agence et les membres des comités doivent user de discrétion dans la discussion de ces questions à l'extérieur des assemblées du conseil d'administration.
- 7.4. Les administrateurs respecteront les attentes établies dans la Politique sur le rôle des administrateurs dans toutes leurs communications.

8. Gestion des enjeux

- 8.1. Avant de lancer tout nouveau projet d'envergure, l'Agence élaborera un plan de communication pour l'appuyer. Ce plan pourrait comprendre l'utilisation de tous les outils de communication dont l'Agence se sert normalement ou de certains d'entre eux, ainsi que de nouveaux outils créés aux fins du projet. Ce plan peut aussi intégrer des activités de communication destinées à des publics cibles, qui s'échelonnent sur des périodes variables. Il comprendra habituellement une évaluation planifiée de l'efficacité du plan.
- 8.2. Le personnel de l'Agence suivra le protocole conclu avec la SCHL lorsqu'il répondra ou s'apprêtera à répondre aux médias ou à un élu demandant de

l'information au sujet de la SCHL ou des services rendus en vertu de l'entente entre l'Agence et la SCHL.

- 8.3. Pour les questions qui ne visent pas la SCHL, le directeur général ou une personne désignée agit à titre de porte-parole de l'Agence auprès du public. Lorsque le conseil d'administration doit faire entendre sa voix, le président de l'Agence ou une personne désignée parle au nom du conseil.

9. Les communications et l'effectif de l'Agence

- 9.1. L'effectif de l'Agence est formé de la direction, des employés temporaires et permanents, des partenaires externes qui, sous contrat, effectuent du travail technique pour l'Agence et, de temps à autre, des travailleurs temporaires. Une communication complète et ouverte au sein du personnel, ainsi qu'entre la direction et le personnel, renforce l'engagement et la loyauté des employés envers l'organisme et prouve que l'Agence préserve les valeurs qu'elle prône.
- 9.2. La direction et les employés temporaires et permanents de l'Agence ont libre accès à des renseignements sur les coopératives clientes et sur les activités, les politiques et les ressources de l'Agence.
- 9.3. L'Agence donne accès aux renseignements sur les coopératives clientes et sur ses affaires aux partenaires externes et aux travailleurs temporaires uniquement au besoin.
- 9.4. Sous réserve des politiques de l'Agence sur la protection des renseignements personnels et la confidentialité, le personnel de l'Agence peut communiquer librement avec les clients, les parties prenantes et le grand public sur toutes les questions programmatiques factuelles. Sauf permission explicite, le personnel ne doit pas tenter de répondre aux questions des médias ou des élus, à quelque palier de gouvernement que ce soit, au sujet de la SCHL ou des services visés par l'entente avec la SCHL. De telles questions doivent être transmises à l'employé compétent selon le protocole sur les communications entre l'Agence et la SCHL.
- 9.5. Toutes les communications provenant d'un compte de média social, comme Facebook ou Twitter, d'un membre du personnel en particulier sont assujetties aux restrictions énoncées au paragraphe 9.4 ci-dessus, à la Politique sur les règles de conduite et à la Politique des ressources humaines approuvée par le conseil d'administration, peu importe si la publication indique ou non que le membre du personnel travaille à l'Agence.
- 9.6. Les membres de l'effectif de l'Agence doivent tenir leur superviseur à l'Agence informé des nouvelles questions qui pourraient retenir l'attention des médias. Les superviseurs doivent signaler ces nouvelles questions à la personne-ressource de l'Agence dont le nom figure au protocole susmentionné.

10. Communication de renseignements financiers de l'Agence

- 10.1. La SCHL et la Fédération de l'habitation coopérative du Canada reçoivent une copie des états financiers audités complets et du rapport de l'auditeur chaque année.
- 10.2. Le personnel renvoie au directeur général toutes les demandes de renseignements financiers qui ne se trouvent pas dans le rapport annuel de l'Agence. Le directeur général peut user de discrétion pour déterminer quels renseignements communiquer, tout en tenant compte de la préférence de l'Agence pour l'ouverture.