

L'AGENCE DES COOPÉRATIVES D'HABITATION

MANUEL DES POLITIQUES

DATE D'ÉMISSION :

Mars 2011

NUMÉRO:

2.3

REMPLECE LES VERSIONS :

Mars 2009

RECOUPEMENT :

2.1 : Normes de service à la clientèle,
2.2 : Politique sur les services bilingues,
2.4 : Politique sur la confidentialité et l'accès à l'information,
2.5 : Politique sur la protection des renseignements personnels

CYCLE DE RÉVISION :

2 ans

AUTORITÉ :

Conseil d'administration

DATE DE LA PROCHAINE RÉVISION:

Mars 2013

OBJET:

Communications

1. Introduction

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

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 la stratégie de service à la clientèle et les politiques sur les services bilingues, la protection de renseignements personnels et la confidentialité et l'accès à l'information, qui traitent de nombreux sujets liés à la communication.

2. Normes

Les communications de l'Agence répondent aux normes suivantes :

- L'Agence donne à ses clients, à ses intervenants et au public une information rapide, 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 ses intervenants.

- 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 substitut 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

Lorsqu'elle ne communique pas en personne, à travers son personnel, l'Agence communique normalement par courrier électronique ou par affichage de documents sur son site Web. Les communications imprimées sont peu fréquentes.

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

- (a) informer le public au sujet de l'Agence et de ses opérations;
- (b) éliminer les distances géographiques entre l'Agence et ses clients et ses intervenants qui se trouvent dans différentes régions du Canada;
- (c) faciliter la prestation des services de l'Agence aux clients; et
- d) atteindre ces objectifs à coût raisonnable.

3.2 Le programme des communications électroniques de l'Agence comprend les éléments ci-après :

- (a) la transmission électronique de la correspondance;
- (b) une présence bilingue de l'Agence sur Internet afin d'assurer la prestation de services aux clients, aux intervenants et au grand public;
- (c) un site Web public qui présente les coordonnées des membres du Conseil et du personnel, les politiques et les rapports annuels de l'Agence, ainsi que des renseignements les programmes d'habitation coopérative gérés par l'Agence ainsi que sur le fonctionnement de l'Agence;

- (d) des sections du site Web de l'Agence protégées par mot de passe et réservées à certains groupes d'utilisateurs externes;
- (e) un intranet qui sert de portail aux dossiers électroniques de l'Agence et pour faciliter le partage 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;
- (f) un système de messagerie électronique pour permettre à l'Agence d'alerter les coopératives et les intervenants sur les faits nouveaux et les nouveaux documents diffusés sur le site Web, sans dévoiler les adresses électroniques individuelles aux autres destinataires;
- (g) un bulletin électronique occasionnel donnant des nouvelles et des renseignements d'intérêt pour les clients et les intervenants. Le bulletin est normalement distribué par courriel aux clients, aux intervenants et aux abonnés.
- (h) 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 vérifiés.

3.3 Au besoin, l'Agence diffuse d'autres publications, normalement par courriel.

3.4 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 sites 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 intervenants et aux clients.

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

4.1 L'Agence s'est engagée à communiquer rapidement toute information importante à ses coopératives d'habitation clientes et aux autres intervenants, tels les fédérations régionales de coopératives d'habitation, les sociétés de gestion immobilière, le Fonds de stabilisation fédéral des coopératives d'habitation et la Fédération de l'habitation coopérative du Canada.

4.2 L'Agence se dote d'une ligne téléphonique sans frais 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 affichera sur le site Web des clients, la Déclaration annuelle de renseignements de chaque coopérative, les rapports d'évaluation des risques, les rapports de conformité, les rapports de données de la coopérative et les rapports de l'état de la propriété.
- 4.4 L'Agence utilisera ses sites Web des clients pour leur fournir, ainsi qu'aux autres intervenants, des nouvelles et des éléments d'information pertinents, tirés de sources internes et externes.
- 4.5 L'Agence présentera des renseignements annuels à l'intention de ses coopératives clientes et des autres intervenants.
- 4.6 Afin de veiller à ce que l'Agence établisse avec les coopératives d'habitation et les autres intervenants des relations qui répondent aux besoins de toutes les parties, l'Agence a adopté des procédures qui régissent les communications de l'Agence avec ses coopératives clientes et les autres groupes.

5. Communications avec le grand public

- 5.1 Le site Web constitue le principal outil de communication de l'Agence avec le grand public.
- 5.2 Guidée par sa Politique sur la protection des renseignements personnels et sa Politique sur la confidentialité et l'accès à l'information, l'Agence répond 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, tels que préparés annuellement par l'Agence pour la SCHL, seront transférées au (à la) Directeur(trice) général(e). 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 au sujet de ses services administratifs. Cependant, les documents publicitaires ou l'information sur les programmes 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

- 7.1 L'Agence affiche le procès-verbal approuvé des réunions du Conseil et de ses comités sur l'intranet de l'Agence et dans la section du site Web protégée par un mot de passe réservée à la SCHL.
- 7.2 On affiche sur le site Web public de l'Agence le sommaire des réunions du Conseil pendant lesquelles on n'a pas abordé de questions confidentielles.
- 7.3 Lorsque le Conseil est saisi d'une question confidentielle, sa discussion et ses décisions font l'objet d'un addendum spécial au procès-verbal de la réunion. L'addendum est distribué uniquement aux administrateur(trice)s et aux autres personnes expressément nommées par le Conseil. Les questions confidentielles, dont les comités du Conseil sont saisis, sont traitées de la même façon. Les administrateur(trice)s et les membres des comités doivent user de discrétion dans la discussion de ces questions à l'extérieur des assemblées du Conseil.
- 7.4 Les administrateur(trice)s respectent les attentes établies dans la Politique sur le rôle des administrateur(trice)s dans toutes leurs communications.

8. Gestion des enjeux

- 8.1 Avant de lancer tout nouveau projet d'envergure, l'Agence élabore un plan de communication spécifique. 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 y intégrer des activités de communication destinées à des publics cibles, qui s'échelonnent sur des périodes variables, ainsi qu'un échancier d'évaluation de l'efficacité du plan.

- 8.2 Le personnel de l'Agence suit le protocole de l'Agence/SCHL lorsqu'elle répond ou s'apprête à répondre aux médias ou à un(e) élu(e) demandant de l'information qui concerne la SCHL ou des services livrés en vertu de l'entente entre l'Agence et la SCHL.
- 8.3 Pour les questions qui ne visent pas la SCHL, le (la) directeur(trice) général(e) ou une personne désignée fait fonction de porte-parole de l'Agence auprès du public. Lorsque le Conseil doit faire entendre sa voix, le (la) président(e) 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 employé(e)s temporaires et permanent(e)s, des partenaires externes qui, sous contrat, effectuent du travail technique pour l'Agence et, de temps à autre, des travailleur(se)s 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 employé(e)s envers l'organisme et prouve que l'Agence préserve les valeurs qu'elle prône.
- 9.2 La direction et les employé(e)s de l'Agence ont libre accès à des renseignements sur les client(e)s des coopératives et sur le fonctionnement, les politiques et les ressources de l'Agence.
- 9.3 L'Agence donne accès aux renseignements sur ses coopératives clientes et sur ses affaires aux partenaires externes et aux travailleur(se)s temporaires selon les besoins seulement.
- 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 intervenants 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 élu(e)s, 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(e) compétent(e) selon le protocole sur les communications entre l'Agence et la SCHL.
- 9.5 Les membres de l'effectif de l'Agence doivent tenir leur superviseur(e) à l'Agence informé(e) des nouvelles questions qui pourraient retenir l'attention des

médias. Les superviseur(e)s 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 reçoit une copie des états financiers vérifiés complets et du rapport du vérificateur chaque année.
- 10.2 Le personnel renvoie au (à la) directeur(trice) général(e) toutes les demandes de renseignements financiers qui ne se trouvent pas dans le rapport annuel. Le (la) directeur(trice) général(e) peut user de discrétion pour déterminer quels renseignements communiquer, tout en tenant compte de la préférence de l'Agence pour l'ouverture.