L'AGENCE DES COOPÉRATIVES D'HABITATION

MANUEL DES POLITIQUES

DATE D'ÉMISSION :	**NUMÉRO :**
Mars 2021	2.3.1
REMPLACE LA VERSION :	**RECOUPEMENT:**
Mars 2019	1.2.2 : Rôle des administrateurs(trices), 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 l'accès à l'information, 2.5 : Protection des renseignements personnels, 3.1.1 : Ressources humaines
CYCLE DE RÉVISION:	**AUTORITÉ:**
2 ans	Conseil d'administration
DATE DE LA PROCHAINE RÉVISION :	**OBJET:**
Mars 2023	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 répondent aux 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 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

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

- livrer ses services à ses clients;
- attirer l'attention des clients et des intervenants sur les ressources disponibles de l'Agence;
- éliminer les distances géographiques entre l'Agence et ses clients et les parties prenantes qui se trouvent dans différentes régions du Canada;
- informer le public au sujet de l'Agence et de ses activités; et
- atteindre ces objectifs à coût raisonnable.

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

- un site Web public bilingue qui comprend des informations sur les programmes que nous administrons; des ressources pour soutenir les opérations de nos clients, la gestion des bâtiments et une meilleure

durabilité environnementale; et des informations sur l'Agence, comment nous exerçons nos activités et comment nous joindre;

- des pages Web protégées par mot de passe, accessibles aux clients de l'Agence et à des groupes spécifiques d'utilisateurs externes;
- 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 notre site Web;
- des vidéos affichées sur la chaîne YouTube de l'Agence;
- des comptes de médias sociaux;
- Occasionnellement des documents imprimés.

3.3 Un rapport annuel publié sur notre site Web présente nos activités et nos réalisations au cours de l'année et résume nos états financiers vérifiés;

3.4 Une revue du portefeuille produite tous les deux ans et publiée sur notre site Web analyse les performances actuelles et passées de l'ensemble de notre portefeuille de clients et de sous-ensembles importants du portefeuille;

3.5 Un intranet accessible au personnel sert de portail vers les archives électroniques de l'Agence et facilite le pargage d'actualités et l'échange de vues entre les équipes de l'Agence et entre le personnel et la direction.

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 intervenants, tels les fédérations régionales de coopératives d'habitation, les sociétés de gestion immobilière et la Fédération de l'habitation coopérative du Canada.

4.2 Lorsqu'elle ne communique pas en personne par l'intermédiaire de notre personnel, l'Agence communique normalement par courrier électronique et par des publications sur notre site Web public et les sites de clients. Les communications imprimées sont peu fréquentes.

4.3 L'Agence conserve une ligne téléphonique sans frais pour les clients pour s'assurer que les coopératives sont en mesure de communiquer gratuitement avec le personnel approprié de l'Agence.

4.4 En temps opportun, l'Agence rend 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 rendement, ses rapports de données financières en language simple, ses rapports d'inspection de propriété et, le cas échéant, son budget annuel, ses rapports du supplément au loyer, ses rapports de soutien au loyer, ses Plans d'action et ses rapports de suivi mensuels ou trimestriels.

4.5 L'Agence utilise ses pages Web des clients pour leur fournir, ainsi qu'aux autres parties prenantess, des nouvelles et des éléments d'information pertinents, tirés de sources internes et externes.

4.6 Les informations confidentielles concernant nos coopératives d'habitation clientes ne sont publiées que sur les pages Web des 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 et des personnes qui cherchent un logement et du grand public. À moins qu'elles soient déjà disponibles publiquement sur notre site Web, 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, sont 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 avec des clients au sujet de ses services administratifs. Cependant, les documents publicitaires ou l'information qui s'adressent au grand public, aux coopératives et aux membres des coopératives concernant toute autre question 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 rend accessible le procès-verbal approuvé des réunions du conseil d'administration et de ses comités sur le site Web réservé aux clients.

7.2 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 administrateurs et le personnel de l'Agence doivent user de discrétion dans la discussion de ces questions à l'extérieur des assemblées du conseil.

7.3 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 élabore 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 y intégrer des activités de communication destinées à des publics cibles, qui s'échelonnent sur des périodes variables, ainsi qu'habituellement une évaluation prévue de l'efficacité du plan.

8.2 Le personnel de l'Agence suit le protocole conclu avec la SCHL lorsqu'il 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 rendus 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 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 temporaires et permanent(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 les coopératives clientes et sur ses affaires aux partenaires externes et aux travailleur(se)s 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 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 Toutes les communications transmises par un membre de l'effectif au moyen d'un compte de média social, comme Facebook ou Twitter, sont assujetties aux restrictions de l'article 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, et ce, peu importe si la publication indique que le membre de l'effectif travaille pour l'Agence.

9.6 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 et la Fédération de l'habitation coopérative du Canada reçoivent 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 de l'Agence. 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.