



SUJET :	POLITIQUE DE COMMUNICATION DE LA SQDC		
SECTION :	Communications		
SOUS-SECTION :			
RÉDIGÉE LE :	EMETTEUR	ADOPTÉ PAR :	EN VIGUEUR :
2019-03-07	Direction responsabilité sociale, protection de la santé, éducation et communications	Conseil d'administration	29 mars 2019

L'engagement de la Société québécoise du cannabis en matière de communication.

La communication au sein d'une organisation telle que la Société québécoise du cannabis (SQDC) joue un rôle stratégique. Elle contribue à établir et maintenir des relations de confiance avec les citoyens, les consommateurs et ses parties prenantes, tout en établissant sa notoriété. Elle doit donc reposer sur des bases solides.

Aussi, la SQDC communique avec ses divers publics internes et externes avec respect, diligence, courtoisie et responsabilité. Le tout se fait dans le plein respect des lois, des conventions et des règlements, des politiques, des directives et des normes, et en conformité avec les valeurs privilégiées par l'entreprise. Par ailleurs, si la SQDC choisit d'utiliser les médias sociaux pour diffuser de l'information la concernant, elle s'engage à s'identifier correctement et à afficher de l'information validée et claire.

Mise en contexte

La SQDC a pour mission d'assurer la vente du cannabis conformément à la Loi encadrant le cannabis dans une perspective de protection de la santé, afin d'intégrer les consommateurs au marché licite du cannabis et de les y maintenir, sans favoriser la consommation de cannabis.

Son mandat est avant tout social puisqu'il consiste à assurer la vente de cannabis au Québec en priorisant la protection de la santé et la sécurité de sa clientèle. À cet effet, la SQDC s'engage à proposer des produits de qualité et à moindre risque ainsi qu'à informer et éduquer les consommateurs sur les moyens de minimiser les impacts du cannabis sur leur santé. Aucune forme de publicité ou de promotion visant à encourager la consommation n'est mise de l'avant par la Société. De plus, les profits sont versés dans un fond qui sera réinvesti notamment en prévention et en recherche en matière de cannabis

1. La communication interne

La SQDC considère ses publics internes comme des interlocuteurs privilégiés et elle souhaite que son personnel contribue de façon active à l'évolution et au développement des communications de l'entreprise. Pour ce faire, elle s'engage à communiquer avec eux de façon prioritaire.

Par ailleurs, la Société attend de ses gestionnaires et de ses employés :

- qu'ils agissent avec les mêmes règles de respect, de loyauté et de bon jugement décrites dans le Code d'éthique ainsi que dans les lois et les règlements;
- qu'ils respectent la présente politique de communication ainsi que les directives et les procédures qui en découlent.

2. La communication externe

La SQDC reconnaît l'importance de communiquer adéquatement avec ses divers publics externes. Pour ce faire, elle s'engage à fournir à ses publics externes une information rigoureuse sur l'entreprise.

De plus, seul le responsable des communications est dûment autorisé à parler aux médias ou à désigner des porte-parole pour leur répondre expressément afin d'assurer la cohérence des messages.

3. L'image de l'entreprise

La Direction responsabilité sociale, protection de la santé, éducation et communications s'assure que l'image projetée respecte la marque et les normes graphiques de la SQDC tant dans ses communications internes que dans ses communications externes.

4. Qualité de la langue

La SQDC accorde une haute importance à la qualité de la langue.

5. Les responsabilités et la mise en application

Le comité de direction et le conseil d'administration entérinent la politique de communication. La Direction responsabilité sociale, protection de la santé, éducation et communications administre la présente politique et est responsable du respect de son application.

Le personnel de la SQDC en assure la mise en œuvre au quotidien en s'appuyant sur les directives et les normes en vigueur.

6. Respect de la politique de communication

L'objectif de la politique de communication est d'abord et avant tout de promouvoir des comportements souhaitables dans l'exécution du travail. Contrevenir à certaines règles peut exposer un employé à des mesures disciplinaires variables selon le cas. Ces mesures seront prises conformément aux processus prévus à cet effet.

7. Définitions

Publics internes : les administrateurs, les gestionnaires et les employés.

Publics externes : les clients, l'actionnaire, les autorités gouvernementales et les ministères et les organismes qui en relèvent, les citoyens, les médias, les partenaires commerciaux et socio-économiques, ainsi que les collectivités et les groupes constitués.