



L'OFFICE  
D'INVESTISSEMENT  
DU RPC

# **POLITIQUE CONCERNANT LES COMMUNICATIONS ET LES RELATIONS AVEC LES INTÉRESSÉS**

**13 mai 2008**

**Table des matières**

1.0	VUE D'ENSEMBLE .....	1
1.1	Préface .....	1
1.2	Objet.....	1
2.0	RESPONSABILITÉS .....	1
2.1	Respect des politiques .....	1
3.0	MISE EN ŒUVRE .....	1
3.1	Stratégie en matière de communications .....	1
3.2	Porte-parole .....	1
3.3	Demandes émanant des médias.....	2
3.4	Langues officielles.....	2
3.5	Interdiction d'effectuer des divulgations sélectives .....	3
3.6	Rapports annuels et trimestriels.....	3
3.7	Assemblées publiques .....	3
3.8	Demandes de renseignements des intéressés.....	3
3.9	Allocutions et exposés.....	4
3.10	Site Web .....	4

**1.0 VUE D'ENSEMBLE**

**1.1 Préface**

Le présent document énonce les politiques que suit l'Office pour la gestion de ses communications et de ses relations avec les intéressés et les médias.

La présente Politique concernant les communications et les relations avec les intéressés (la « politique ») a été approuvée par le conseil d'administration. Elle tient compte des exigences de la *Loi sur l'Office d'investissement du régime de pensions du Canada* (la « Loi ») et du *Règlement sur l'Office d'investissement du régime de pensions du Canada* (le « Règlement »).

**1.2 Objet**

La présente politique a pour objet de faire en sorte que les communications de l'Office répondent aux exigences de la Loi et du Règlement, ainsi qu'à la stratégie de l'Office.

**2.0 RESPONSABILITÉS**

**2.1 Respect des politiques**

Les administrateurs et les membres du personnel de l'Office se conforment à la présente politique.

**3.0 MISE EN ŒUVRE**

**3.1 Stratégie en matière de communications**

Toutes les communications avec les médias ou les groupes intéressés doivent être planifiées avec le vice-président principal – Communications et relations avec les intéressés ou la personne qu'il désigne afin d'assurer une approche cohérente, coordonnée et professionnelle de communications avec l'extérieur.

**3.2 Porte-parole**

Le président et chef de la direction est le principal porte-parole de l'Office en ce qui a trait à sa vision et à sa stratégie.

Le président du conseil d'administration est le principal porte-parole du conseil. Il collabore avec le président et chef de la direction et le vice-président principal – Communications et relations avec les intéressés pour favoriser des communications et des relations constructives avec les intéressés.

Le vice-président principal – Communications et relations avec les intéressés ou la personne qu'il désigne agit comme porte-parole pour l'ensemble de l'Office.

Les dirigeants ou autres membres du personnel à qui l'on demande de faire des commentaires sur l'Office ou de le représenter en informent et consultent le vice-président principal – Communications et relations avec les intéressés ou la personne qu'il désigne afin de déterminer la meilleure façon de procéder. Le vice-président principal – Communications et relations avec les intéressés ou la personne qu'il désigne choisit le porte-parole approprié et fournit le soutien nécessaire en préparation pour les interviews avec les médias.

Les vice-présidents principaux et les vice-présidents peuvent agir à titre de porte-parole dans leur sphère de responsabilité, après avoir consulté le vice-président principal – Communications et relations avec les intéressés et le président et chef de la direction si le vice-président principal – Communications et relations avec les intéressés le juge nécessaire.

Les administrateurs à qui l'on demande de faire des commentaires sur l'Office ou de le représenter en informent le président et chef de la direction et le vice-président principal – Communications et relations avec les intéressés. Les administrateurs ne peuvent intervenir dans les communications externes sans l'approbation du président et chef de la direction et du président du conseil.

### **3.3 Demandes émanant des médias**

Il importe d'élaborer et de maintenir des communications efficaces avec les médias pour faciliter la circulation de l'information entre l'Office et les intéressés.

Toutes les demandes de renseignements émanant des médias sont transmises au service des Communications et des relations avec les intéressés. Seules les personnes autorisées par ce service peuvent faire des commentaires aux médias.

Les demandes de renseignements émanant des médias sont transmises au vice-président principal – Communications et relations avec les intéressés ou à la personne qu'il désigne, qui évalue la demande, y répond directement ou par l'intermédiaire de la personne qu'il désigne, le cas échéant, ou réunit l'information nécessaire et transmet la demande au président et chef de la direction ou au président du conseil ou encore au porte-parole approprié.

Les réunions d'information générale et les interviews sont assujetties à l'approbation préalable du président et chef de la direction et sont préparées en collaboration avec le vice-président principal – Communications et relations avec les intéressés.

### **3.4 Langues officielles**

L'Office respecte le statut égal des deux langues officielles du Canada, conformément à la *Charte canadienne des droits et libertés* et à la *Loi sur les langues officielles*.

Les rapports en français et en anglais exigés par la loi sont publiés simultanément. D'autres documents et renseignements peuvent être publiés en version bilingue ou unilingue, sous réserve d'une évaluation des coûts. Dans tous les cas, les exigences de la *Loi sur les langues officielles* sont des critères prépondérants.

**3.5 Interdiction d'effectuer des divulgations sélectives**

L'Office n'effectue pas de divulgations sélectives d'information aux intéressés ou aux médias. Il ne divulgue pas de renseignements concernant des placements qui sont encore à l'étude ou qui ne sont pas encore conclus, et respecte les ententes de confidentialité des tierces parties. En outre, il se conforme aux lois et aux règlements fédéraux et provinciaux en matière de protection des renseignements personnels.

**3.6 Rapports annuels et trimestriels**

La Loi exige que l'Office produise un rapport annuel et des états financiers trimestriels, en délivre des exemplaires aux ministres des Finances fédéral et provinciaux et en mette à la disposition du public.

Pour les trois premiers trimestres de l'exercice, des états financiers trimestriels sont délivrés aux ministres des Finances dans les 45 jours de la fin de chaque trimestre et diffusés au public.

Le rapport annuel est délivré aux ministres des Finances dans les 60 jours de la fin de chaque exercice et diffusé au public ainsi qu'au Parlement.

Les états financiers annuels et trimestriels contiennent les renseignements exigés par la Loi et le Règlement et tous les autres renseignements que la direction peut déterminer et que le conseil d'administration approuve.

**3.7 Assemblées publiques**

L'Office tient des assemblées publiques au moins une fois tous les deux ans dans chacune des neuf provinces participantes pour discuter de son dernier rapport annuel et donner aux Canadiens intéressés l'occasion de le commenter. L'avis et le programme de ces assemblées sont établis conformément à la Loi.

**3.8 Demandes de renseignements des intéressés**

Le vice-président principal – Communications et relations avec les intéressés ou la personne qu'il désigne répond promptement aux demandes de renseignements concernant l'information mise à la disposition du public. Dans toute la mesure du possible, on dira aux intéressés de consulter le site Web de l'Office.

Les demandes de renseignements émanant des ministres des Finances ou des hauts fonctionnaires sont en général transmises au vice-président principal – Communications et relations avec les intéressés, qui prépare la réponse appropriée.

**3.9 Allocutions et exposés**

Avant d'accepter des invitations à présenter des allocutions ou des exposés, les dirigeants et les membres du personnel consultent le vice-président principal – Communications et relations avec les intéressés ou la personne qu'il désigne.

**3.10 Site Web**

Le site Web de l'Office sert de principal moyen de communication avec le public, les médias et les entreprises.