Politique des communications

83.04.11.06

08.04.23.06

17.06.14.09

Introduction

Les communications sont reconnues comme étant un outil stratégique essentiel au développement d'une organisation. La présente Politique vise à assurer une gestion efficace des communications au Cégep de Sherbrooke et offre un cadre d'intervention dans la réalisation des objectifs de communication de l'établissement, soit :

- promouvoir l'enseignement, les services et les activités du Cégep ainsi que la formation collégiale dans son ensemble;
- assurer la visibilité et la notoriété du Cégep et projeter une image institutionnelle forte, cohérente et de qualité;
- faire connaître les réalisations du Cégep, des étudiants, des étudiantes et des membres du personnel;
- faire en sorte que les publics internes et externes soient rapidement informés des décisions et situations les concernant;
- développer un réseau fiable et efficace de communication à l'interne et s'assurer de son utilisation par la communauté collégiale;
- favoriser un sentiment d'appartenance ainsi que le maintien d'un climat de travail et d'études sain, agréable et stimulant.

La présente Politique s'appuie sur les valeurs et les orientations énoncées au Plan stratégique de développement.

Objectifs de la Politique des communications

- Établir les principes directeurs sur lesquels reposent les actions de communication interne et externe.
- Déterminer les rôles et responsabilités des intervenants et des intervenantes du Cégep en matière de communication.
- Harmoniser les différentes actions afin d'en assurer l'efficacité et d'en optimiser les retombées.

Champs d'application

La Politique des communications s'applique à tous les membres de la communauté collégiale, dans le respect de la Charte des droits et libertés de la personne, de la Loi d'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels, de la Politique du français du Cégep et de la Politique relative à l'utilisation des technologies de l'information et des communications.

La Politique des communications sert de cadre de référence notamment dans les champs d'application suivants : information, communication-interne, communication externe, publicité, promotion, relations médiatiques, relations publiques et communications électroniques.

Article 1 – Définition

1.1 Publics internes :

- les étudiants et les étudiantes à la formation régulière et à la formation continue;
- le personnel;
- les sous-traitants;
- les départements et les comités de programme;
- les instances officielles : conseil d'administration et commission des études;
- les partenaires internes : fondation, syndicats, association étudiante, association des cadres, comités divers, etc.

1.2 Publics externes :

- les étudiantes et les étudiants potentiels pour la formation régulière et la formation continue;
- les parents;
- les diplômés et les retraités;
- les fournisseurs;
- les partenaires du secteur de l'éducation au Canada et à l'étranger;
- les organismes et les entreprises de la région;
- le gouvernement et ses ministères;
- les médias d'information;
- la population en général.

1.3 Productions institutionnelles

Les productions institutionnelles comprennent tout document (prospectus, brochure, dépliant, affiche, etc.), événement, publicité, contenu électronique, vidéo ou matériel visant à informer et à promouvoir les programmes d'études, les services et les activités du Cégep de Sherbrooke. Les documents suivants, liés à la gestion des programmes, en font également partie :

- cahier de programmes;
- devis d'évaluation de l'implantation d'un programme;
- rapport d'évaluation de l'implantation;
- devis d'évaluation;
- rapport d'évaluation;
- plan-cadre;
- plan de cours.

Article 2 – Principes directeurs

- 2.1** Le Cégep reconnaît la nécessité de veiller sur son image dans toutes les facettes de ses communications.
- 2.2** Il considère qu'une cohérence et une uniformité doivent être assurées dans ses communications.
- 2.3** Il affirme qu'une communication transparente, efficace et régulière contribue au maintien d'un climat de travail et d'études sain, agréable et stimulant.
- 2.4** Il reconnaît la nécessité d'une circulation optimale de l'information au sein de la communauté collégiale afin de développer un sentiment d'appartenance et de favoriser la contribution de tous et de toutes à l'accomplissement de la mission de l'établissement.
- 2.5** Il juge important le maintien de relations harmonieuses avec ses différents publics.
- 2.6** Il veille à la qualité du français dans ses diverses communications.

Article 3 – Rôles et responsabilités

3.1 La présidence du conseil d'administration

- 3.1.1** est le porte-parole officiel du conseil d'administration. En son absence, la vice-présidence assume ce rôle;

3.1.2 s'assure de l'accessibilité, de la pertinence et de la qualité de l'information donnée aux membres du conseil d'administration.

3.2 La direction générale

3.2.1 est responsable de l'application de la présente Politique et alloue les ressources nécessaires pour ce faire;

3.2.2 représente le Cégep et agit comme porte-parole officiel au plan institutionnel. Pour une situation donnée, elle peut déléguer cette fonction à la direction d'un service, à la direction des communications et des affaires corporatives ou à un membre du personnel de ce service.

3.2.3 favorise le maintien d'un environnement propice à la circulation de l'information.

3.3 La direction des études

3.3.1 voit à l'application de la Politique des communications au sein de ses services et des départements d'enseignement;

3.3.2 favorise un climat propice à la transmission et au partage de l'information au sein du Cégep et pour le personnel sous sa gouverne;

3.3.3 agit en tant que porte-parole officiel en absence de la direction générale et, dans certaines situations, répond aux médias sur des questions reliées à ses fonctions et responsabilités;

3.3.4 collabore étroitement avec le Service des communications et des affaires corporatives en vue de la promotion des programmes d'études et du recrutement d'étudiants et d'étudiantes ainsi qu'en fournissant de l'information pertinente à la réalisation de communiqués de presse, d'interventions médiatiques ou de productions institutionnelles.

3.4 Les directions de services

3.4.1 voient à l'application de la Politique des communications à l'intérieur de leurs services;

3.4.2 favorisent un climat propice à la transmission et au partage de l'information au sein du Cégep et pour le personnel sous leur gouverne;

3.4.3 collaborent avec le Service des communications et des affaires corporatives, notamment en fournissant de l'information pertinente à la réalisation de communiqués de presse, d'interventions médiatiques ou de productions institutionnelles;

3.4.4 fournissent aux médias, lorsque requis par la direction générale ou par le Service des communications et des affaires corporatives, les informations relatives à leurs fonctions et responsabilités.

3.5 Les coordonnateurs et coordonnatrices de département et de programmes

3.5.1 font connaître à la direction des études et au Service des communications et des affaires corporatives toute information jugée pertinente pour diffusion auprès des publics internes et externes;

3.5.2 contribuent à la diffusion de l'information provenant des divers services et départements auprès du personnel enseignant, des étudiants et des étudiantes en lien avec leur mandat et lorsque requis.

3.6 Le personnel

3.6.1 connaît et respecte les éléments de la Politique des communications;

3.6.2 contribue à la circulation d'une information de qualité et représente l'établissement avec un souci d'en préserver la réputation;

3.6.3 se tient informé des activités à l'aide des canaux officiels de communication privilégiés par le Cégep (courriel, intranet, site Web, médias sociaux, message téléphonique, infolettre, courrier interne);

3.6.4 donne suite aux messages écrits, électroniques et verbaux qui le requièrent dans un délai approprié;

3.6.5 collabore avec le Service des communications et des affaires corporatives, notamment en fournissant toute information jugée pertinente pour diffusion à l'interne ou à l'externe;

3.6.6 transmet au Service des communications et des affaires corporatives toute production institutionnelle pour approbation avant diffusion ainsi que toute demande de la part des médias

et s'assure d'obtenir l'autorisation du Service des communications et des affaires corporatives avant de prendre la parole publiquement au nom de l'établissement.

3.7 Le Service des communications et des affaires corporatives

- 3.7.1** applique la Politique des communications et veille à son respect;
- 3.7.2** est responsable de la coordination et de la diffusion de l'ensemble des communications officielles du Cégep;
- 3.7.3** assure une circulation optimale de l'information sur le support approprié;
- 3.7.4** veille à ce que l'ensemble des communications soit conforme à l'image du Cégep et voit au respect des normes graphiques;
- 3.7.5** favorise le rayonnement de l'établissement;
- 3.7.6** assure la relation entre le Cégep et les médias au nom de l'établissement, leur communique les nouvelles concernant le Cégep, répond à leurs demandes, autorise la transmission d'information auprès d'eux de même que la réalisation d'entrevues ou de reportages sur le campus et identifie les porte-paroles;
- 3.7.7** coordonne la tenue de conférences de presse ou d'événements médiatiques;
- 3.7.8** établit et met en œuvre les plans de communication et de promotion des programmes d'études puis collabore étroitement à la réalisation des activités de recrutement;
- 3.7.9** coordonne la production des campagnes promotionnelles, des publicités et des diverses publications du Cégep;
- 3.7.10** agit à titre de conseiller auprès des membres de la direction et du personnel en matière de communication;
- 3.7.11** est responsable de la gestion du site Web du Cégep, de l'intranet, des infolettres et des comptes officiels sur les médias sociaux;
- 3.7.12** autorise la mise en ligne de sites Web à des fins autres que pédagogiques et assure une veille sur les médias sociaux des espaces utilisés pour les activités du Cégep.

Article 4 - Identification visuelle et productions institutionnelles

4.1 Identification visuelle du Cégep

- 4.1.1** L'identification visuelle (logo) du Cégep de Sherbrooke doit se retrouver sur toutes les productions institutionnelles du Cégep énoncées à l'article 1.3, en plus des devis et formulaires administratifs.
- 4.1.2** L'utilisation de l'identification visuelle du Cégep doit respecter les normes graphiques et être approuvée par le Service des communications et des affaires corporatives.

4.2 Identification visuelle distinctive

- 4.2.1** Tout projet d'élaboration de signe graphique ou logo distinctif pour un service, un programme, un département ou autre doit être approuvé par le Service des communications et des affaires corporatives.
- 4.2.2** L'utilisation d'un signe graphique distinctif autre que l'identification visuelle officielle est permise seulement à l'interne et lors d'applications particulières approuvées par le Service des communications et des affaires corporatives. Un signe graphique ou logo distinctif ne peut se retrouver sur les productions institutionnelles énoncées à l'article 1.3.
- 4.2.3** Pour les communications externes, seule l'identification visuelle du Cégep ainsi que celles du Centre de l'activité physique et des équipes des Volontaires peuvent être utilisées.

4.3 Productions institutionnelles

- 4.3.1** Tout document et article promotionnel produit par le Cégep ainsi que toute production institutionnelle énoncée à l'article 1.3, excluant les documents liés à la gestion des programmes, doivent être soumis au Service des communications et des affaires corporatives, avant leur publication, réalisation, production ou diffusion.
- 4.3.2** Les articles promotionnels sur lesquels figure uniquement le nom du Cégep, sans l'identification visuelle, ne sont pas soumis aux normes graphiques, mais ces projets doivent recevoir l'approbation du Service des communications et des affaires corporatives.

4.4 Productions électroniques

- 4.4.1** Toute production électronique (sites Web, communautés du portail, espaces sur les médias sociaux, vidéos, etc.) en lien avec les activités du Cégep est soumise aux ententes, règlements, politiques du Cégep ainsi qu'à la Politique des communications. Le Cégep se réserve un droit de regard sur le contenu, et le Service des communications et des affaires corporatives doit être informé de leur mise en ligne.
- 4.4.2** La directive encadrant l'utilisation des médias sociaux rappelle les devoirs et obligations des membres de la communauté collégiale sur cet aspect et précise des lignes directrices pour une utilisation judicieuse de ces réseaux de partage.
- 4.4.3** Afin d'assurer des échanges cordiaux et respectueux sur le Web, des règles de conduite et de politesse doivent être respectées. Le Cégep s'engage à appliquer les règles liées à la néthique et à la nétiquette jointes à la présente politique et demande aux membres de la communauté collégiale de faire de même dans leurs productions et leurs communications électroniques.

Article 5 – Révision

La Politique des communications est révisée au besoin. La direction générale est responsable de sa révision.

Article 6 – Entrée en vigueur

La présente Politique entre en vigueur dès son adoption par le conseil d'administration.

Annexe

La néthique et la nétiquette

S'exprimer notamment par courriel, par messagerie électronique interne, dans une communauté, un forum ou dans les médias sociaux exige courtoisie, politesse, respect d'autrui, des lois et de la qualité de la langue. Le Cégep s'engage à appliquer les règles de néthique et de nétiquette énoncées dans le présent document et demande aux membres de la communauté collégiale de faire de même dans leurs communications électroniques.

La néthique

La néthique est l'ensemble des principes moraux qui régissent le comportement des internautes dans le réseau Internet. Elle comprend les règles de conduite à caractère moral.

Les actes illégaux posés lors de l'utilisation des technologies de l'information (TI) illustrent les comportements contrevenants à la néthique. Le piratage, la violation de données, l'atteinte aux droits d'auteur, la diffusion de documents illicites, toute atteinte au droit à la vie privée, entre autres à caractère pornographique ou à la propagande haineuse, sont quelques exemples de criminalité informatique.

Cinq règles de la néthique

1. Utilisez votre ordinateur d'une manière constructive.
2. Collaborez positivement aux travaux des autres utilisatrices et utilisateurs.
3. Respectez les fichiers et la propriété intellectuelle des autres utilisatrices et utilisateurs.
4. Demandez la permission ou payez pour les logiciels personnels que vous désirez utiliser.
5. Pensez aux conséquences sociales et légales de vos publications, discussions et commentaires sur Internet.

Comportements attendus

- Le respect d'autrui et de sa vie privée
- Le respect des lois et règles en vigueur concernant notamment les droits d'auteurs et la protection des renseignements personnels

Comportements non tolérés

- Les propos haineux, racistes, xénophobes, homophobes, transphobes, sexistes, disgracieux envers l'origine ethnique, l'appartenance à une religion ou à un groupe d'âge
- Les injures, les menaces, la violence verbale adressée à autrui, l'intimidation ou le harcèlement d'une autre personne
- La violation des droits d'auteur et l'usurpation d'identité

La ntiquette

La ntiquette est l'ensemble des conventions de biensance qui rgissent le comportement des internautes dans le rseau Internet, notamment lors des changes dans les forums, par courriel et dans les mdias sociaux. La ntiquette fait rfrence des rgles de politesse et de savoir-vivre que doivent appliquer les usagres et les usagers des TI.

Dix rgles de la ntiquette

1. **Soyez clair.** Il est appropri de remplir le champ «Objet» en indiquant clairement le sujet du message.
2. **Adaptez les formules de politesse dans vos courriers lectroniques.** L'emploi de formules de politesse adaptes l'interlocuteur est de mise (p. ex., «Madame», «Monsieur» ou un simple «Bonjour» au dbut du courrier lectronique et «Cordialement» ou «Merci» la fin de la correspondance). crire ses amis et crire, par exemple, ses enseignantes et ses enseignants sont deux choses diffrentes. Un style plus formel peut convenir davantage selon l'interlocuteur et la situation.
3. **Identifiez-vous et laissez vos coordonnes la fin du message.** Une signature devrait apparatre la fin du message. Il est galement appropri de laisser ses coordonnes, sans que celles-ci occupent trop de place dans le message.
4. **Soyez bref.** Concis et prcis sont les qualificatifs garder l'esprit au cours de la rdaction d'un message sur Internet, que ce soit dans un courrier lectronique, un commentaire dans un blogue ou au cours d'un change dans un forum. Il est recommand d'viter les messages ou les commentaires sans lien avec le sujet initial.
5. **Utilisez les majuscules avec discernement pour vous exprimer sur Internet.** L'emploi des majuscules peut correspondre un cri sur Internet, que ce soit un message dans un courrier lectronique, un commentaire sur une page Web ou un message dans un forum. De mme, il convient d'utiliser les signes de ponctuation, le caractre gras, soulign ou en couleurs de faon raisonnable afin d'viter de perturber la lecture du message et qu'une forme d'agressivit y soit perue.
6. **Faites attention la taille des fichiers en pice jointe.** Une pice jointe volumineuse prend plus de temps tre transmise et risque d'tre refuse par le serveur de messagerie distant ou de saturer la bote du destinataire. L'emploi d'un format compress peut tre plus judicieux. De plus, au lieu d'envoyer les pices jointes par courrier lectronique, il peut tre plus appropri d'utiliser des plateformes de transfert de fichiers.
7. **Prenez le temps de vous relire.** Il est essentiel de vrifier le contenu du message envoy. Cette pratique permet de revoir la structure des phrases, de corriger les fautes et de s'assurer que le langage utilis est convenable. Cela s'avre particulirement important lorsqu'un message est crit sous l'effet d'motions ou au cours d'un change conflictuel. Dans cette circonstance, il est prfrable de se donner un peu de temps de rflexion avant de rpondre au message. Des outils comme *Antidote* sont utiles pour corriger un texte ou message.
8. **Soyez prudent.** Ce que l'on crit et envoie sur Internet laisse des traces. Il est facile de retransmettre les messages envoys par courrier lectronique.

9. **Évitez le pollupostage.** L'envoi de courriels en chaîne ou de publicité à une personne ou à un groupe de personnes est à éviter.
10. **Ne répondez qu'aux personnes concernées.** Le bouton «Répondre à tous» devrait être utilisé avec discernement. Il faut éviter d'envoyer un message à un groupe de destinataires si ce n'est pas nécessaire. Dans les lieux d'échanges publics (blogues, forums, etc.), il est préférable d'éviter les échanges sous forme de dialogue seulement entre deux personnes.