



**COLLEGE D'ENSEIGNEMENT GÉNÉRAL
ET PROFESSIONNEL
BEAUCE-APPALACHES**

**POLITIQUE
DE COMMUNICATION**

1055, 116^e Rue
Ville de Saint-Georges
(Québec) G5Y 3G1

La présente politique a été adoptée
par le conseil d'administration
le 31 octobre 2002,
révisée le 24 avril 2008.

TABLE DES MATIÈRES

Préambule

1. Les objectifs généraux de la Politique de communication
2. Les fondements et principes généraux de la Politique de communication
3. Les communications au Cégep Beauce-Appalaches
4. Les communicateurs, leurs rôles et responsabilités
5. La qualité de la langue
6. Adoption et entrée en vigueur
7. Mécanisme de révision de la Politique de communication

Préambule

Au fil des années, les moyens de communication se sont multipliés et ont subi d'importantes transformations. Le contexte concurrentiel des établissements d'enseignement est devenu une réalité de tous les jours.

Toutes les étapes de la vie du Cégep Beauce-Appalaches¹ sont marquées par l'importance des communications entre les différentes personnes et les nombreux groupes, de l'interne et de l'externe, qui contribuent à sa croissance et à son rayonnement. En ce sens, les communications constituent une composante majeure des processus de gestion.

Le Cégep est de plus en plus présent à l'échelon régional, national et international, et ce, en matière :

- de mise en valeur et de développement de programmes d'études préuniversitaires et techniques;
- de mise en valeur et de développement des programmes et services à la formation continue;
- de réalisations individuelles, pédagogiques, culturelles et sportives;
- d'aide technique à l'entreprise et d'innovation technologique;
- de stages offerts aux étudiants (en entreprise, à l'étranger ou par l'accueil d'étudiants étrangers);
- de mise en valeur de l'ensemble des services offerts à la clientèle;
- de développement de partenariats et d'alliances stratégiques.

Par la présente politique, le Cégep détermine les différents paramètres des actions à conduire au plan de la communication organisationnelle et des relations publiques pour assurer la cohérence et l'efficacité des interventions tant à l'interne qu'à l'externe. De plus, la Politique de communication respecte les valeurs institutionnelles identifiées dans la planification stratégique du Cégep et prend appui sur sa mission et sur les éléments pertinents de son projet éducatif.

¹ Le terme Cégep Beauce-Appalaches ou Cégep inclut le Centre d'études collégiales de Lac-Mégantic situé à Lac-Mégantic et les départements situés au Cimic.

Article 1 Les objectifs généraux de la politique

- 1.1-** Énoncer les fondements et les principes généraux qui sous-tendent les actions de communication du Cégep.
- 1.2-** Définir les objectifs spécifiques des communications externes et internes du Cégep, à quels publics elles s'adressent, qui sont les communicateurs et quels sont leurs rôles et responsabilités à ce titre.

Article 2 Les fondements et principes généraux de la Politique de communication

La Politique de communication repose sur les fondements et les principes généraux suivants :

- 2.1-** Le Cégep favorise l'établissement d'un climat de confiance et de sécurité qui incite tous les intervenants à adhérer et à participer plus activement à la réalisation de la mission de l'institution, et ce, en attestant de l'engagement à recueillir et à transmettre l'information pertinente, claire, juste et continue afin de réduire le doute et la rumeur. Le Cégep reconnaît que son développement passe par le respect et l'épanouissement des personnes qui y travaillent et qui y étudient.
- 2.2-** Le Cégep considère les communications comme un outil essentiel à la création d'un environnement propice au travail, à la formation, à la gestion, la mise en valeur et le développement du Cégep.
 - 2.2.1-** La création d'un environnement propice au travail

Le Cégep développe des communications internes qui favorisent un environnement de travail stimulant, un environnement propice à l'apprentissage et au développement sain et équilibré de la personne.
 - 2.2.2-** Un outil privilégié de formation

Le Cégep considère les communications comme un outil privilégié de formation dans le processus enseignement-apprentissage. Il invite les enseignants et les intervenants directs auprès des étudiants à rechercher la plus grande qualité de communication avec eux et entre eux.
 - 2.2.3-** Un outil essentiel à la gestion

Le Cégep considère les communications comme un outil essentiel de gestion et de soutien nécessaire à l'enrichissement du processus de décision à tous les niveaux.
 - 2.2.4-** La mise en valeur et le développement du Cégep

Le Cégep reconnaît le rôle important joué par les membres de la communauté collégiale dans la propagation de l'information sur l'institution.
- 2.3** Le Cégep encourage la libre circulation de l'information et favorise les échanges d'information auprès de ses publics internes et externes. À cet égard :
 - a) les propos sont respectueux de la personne².
 - b) les communicateurs acceptent la responsabilité de leurs propos et, conséquemment, acceptent de s'identifier quand ils s'expriment publiquement.

² En conformité avec le règlement relatif à la protection et à la sécurité des personnes et des biens.

Article 3 Les communications au Cégep Beauce-Appalaches

3.1- Les objectifs spécifiques des communications externes sont :

3.1.1- Faire connaître le Cégep dans les domaines suivants :

- son projet éducatif et son plan stratégique;
- sa mission et ses orientations;
- ses programmes de formation;
- ses règles de fonctionnement;
- ses ressources et services, son capital humain;
- les activités et les réalisations de sa clientèle étudiante et de son personnel.

3.1.2- Développer le caractère bidirectionnel des communications externes, en recueillant et analysant la rétroinformation des publics externes.

3.1.3- Inciter la clientèle potentielle à fréquenter le Cégep.

3.1.4- Encourager les intervenantes ou intervenants pédagogiques externes à soutenir le choix de la clientèle potentielle à fréquenter le Cégep.

3.1.5- Encourager les parents à orienter leurs jeunes vers le Cégep.

3.1.6- Inciter les organismes et les entreprises à participer activement au développement des programmes de formation du Cégep, à la valorisation des études et à utiliser les différents services que nous rendons disponibles pour eux.

3.1.7- Faire connaître la contribution du Cégep au développement social, économique, culturel et sportif de la région.

3.1.8- Inciter les entreprises à considérer le Sitte Inc. comme un partenaire apte à leur fournir des solutions technologiques.

3.2- Les publics cibles auxquels sont destinées les communications externes sont définis ainsi :

- la clientèle potentielle : individus, entreprises et organismes;
- les intervenants auprès des élèves du secondaire : commissions scolaires, directions d'école, conseillers d'orientation, enseignants, parents;
- les autres établissements d'enseignement;
- les fournisseurs du Cégep;
- les employeurs;
- les anciens étudiants et les retraités du Cégep;
- les organismes et entreprises de la région;
- les organismes provinciaux et internationaux du domaine de l'éducation;
- les ministères;
- la Fédération des cégeps;
- les centrales syndicales;
- les autorités civiles;
- les médias d'information;
- la population en général.

3.3- Les objectifs spécifiques des communications internes sont :

3.3.1- Faire connaître le Cégep dans les domaines suivants :

- son projet éducatif et son plan stratégique;
- sa mission et ses orientations;
- ses ressources et services, son capital humain;
- ses programmes de formation;
- les activités et les réalisations de sa clientèle étudiante et de son personnel;
- ses règlements, ses politiques, ses directives et ses procédures de fonctionnement.

3.3.2- Développer le caractère bidirectionnel des communications internes, en recueillant et en analysant la rétroinformation de la clientèle et du personnel.

3.3.3- Favoriser l'adhésion et la cohésion du personnel et de la clientèle dans la poursuite de la mission du Cégep, en développant le sentiment d'appartenance et le partage des objectifs généraux.

3.3.4- Favoriser la participation et la concertation du personnel et de la clientèle dans la poursuite de la mission du Cégep, en développant un climat de confiance mutuelle, de respect et de sécurité personnelle.

3.3.5- Assurer la viabilité et la pérennité des programmes d'études offerts au Cégep.

3.4- Les publics cibles auxquels sont destinées les communications internes sont définis ainsi :

- la clientèle à l'enseignement régulier et à la formation continue;
- le personnel;
- les bénévoles;
- les instances officielles du Cégep;
- les organismes internes : les syndicats, l'association des parents, l'association générale étudiante, l'association des cadres, les comités de travail;
- les organismes et entreprises présents dans le Cégep.

Article 4 Les communicateurs, leurs rôles et responsabilités

4.1- Le service des communications

Le service des communications est responsable de toutes les interventions liées aux communications internes et externes du Cégep (définition de l'image institutionnelle, les sites web, le portail, les publications, la promotion et la publicité, les relations avec les médias, la boutique promotionnelle, les kiosques promotionnels, etc.) Il est responsable de la rédaction et de l'application de la Politique de communication. Il coordonne l'élaboration et l'application du plan de communications et des procédures de communications. Il coordonne l'ensemble des actions de communication.

4.2- La direction générale

La direction générale assume la responsabilité du Service des communications. Elle est le porte-parole officiel du Cégep dans le cadre de l'application de cette politique. Elle assure la rédaction, la diffusion et l'application de la Politique de communication. Elle s'assure de la conformité de la politique à la mission et aux orientations du Cégep. Elle est responsable de l'enrichissement et des modifications portant sur les différents aspects de la politique. Elle s'assure de son évaluation et fournit le soutien nécessaire à son application.

4.3- Le personnel d'encadrement

Il a la responsabilité de l'application de la Politique des communications dans son secteur d'activités et assure le lien avec l'agent d'information pour ce qui est des actions de communication à réaliser.

4.4- Les coordonnateurs de départements

Les coordonnateurs de départements assurent le lien avec l'agent d'information et agissent comme porte-parole des départements pour ce qui est des actions de communication à réaliser.

4.5- Le personnel

Chaque membre de la communauté collégiale respecte la politique dans ses communications avec les publics internes et externes.

Article 5 La qualité de la langue

Les communicateurs s'assurent de la qualité du français dans toutes les actions de communication, de relations publiques et de publicité, et ce, en conformité avec la présente politique et la politique institutionnelle de la langue française.

Article 6 Adoption et entrée en vigueur

La présente politique entre en vigueur le jour de son adoption par le conseil d'administration.

Article 7 Mécanisme de révision de la Politique de communication

Le conseil d'administration adopte toute modification effectuée à cette politique dans le cadre d'une révision.