



TITRE : Politique de communication

Adoption par le conseil d'administration :

Résolution : CARL-041129-04
Date : 29 novembre 2004

Révision :

Résolution :
Date :

TABLE DES MATIÈRES

LES RAISONS D'ÊTRE D'UNE POLITIQUE DE COMMUNICATION	3
1. LES FONDEMENTS	3
2. LES VALEURS	4
2.1 LE RESPECT DES PERSONNES ET DES ENGAGEMENTS.....	4
2.2 LA RECONNAISSANCE DE LA DIVERSITÉ.....	4
2.3 LA RECONNAISSANCE DE LA CONTRIBUTION DE TOUS	4
2.4 L'ÉTHIQUE.....	5
2.5 L'AUTHENTICITÉ, LA COHÉRENCE ET LA TRANSPARENCE	5
2.6 L'EFFICACITÉ.....	5
3. L'OBJET	5
3.1 LA COHÉSION	5
3.2 L'ANCRAGE DANS LA RÉALITÉ	6
3.3 L'EFFICACITÉ DE L'ORGANISATION	6
4. LE CHAMP D'APPLICATION	6
5. LES CHAMPS D'INTERVENTION.....	7
5.1 LA COMMUNICATION INTERNE.....	7
5.1.1 Les principes directeurs	7
5.1.2 Les outils de communication.....	8
5.2 LA COMMUNICATION EXTERNE.....	9
5.2.1 Les principes directeurs	9
5.2.2 Les avenues de la communication externe.....	9
5.2.3 Les outils.....	9
6. LES MÉCANISMES	10
6.1 LES STANDARDS GRAPHIQUES ET LINGUISTIQUES	10
6.1.1 La qualité visuelle	10
6.1.2 La qualité linguistique	10
6.2 LES RESPONSABILITÉS.....	11
6.2.1 Une responsabilité des membres de la communauté.....	11
6.2.2 Le porte-parole.....	11
6.2.3 La Direction des communications, des ressources informationnelles et de la planification institutionnelle (DCRIPI).....	12
6.2.4 La Direction générale et le Secrétariat général.....	12
6.2.5 Les directions des collèges constituants.....	13
6.2.6 Les directions des services.....	13
6.3 LES PROCÉDURES	13
7. L'IMPUTABILITÉ ET LES MESURES DE PERFORMANCE	14
8. ENTRÉE EN VIGUEUR.....	14

Note : Dans le présent document, le générique masculin est utilisé sans aucune discrimination et uniquement dans le but d'alléger le texte.

Il est également important de noter que l'expression « Cégep régional » dans le présent texte inclut ses trois collèges constituants et ses directions administratives.

LES RAISONS D'ÊTRE D'UNE POLITIQUE DE COMMUNICATION

Le Cégep régional de Lanaudière forme une communauté de 6 000 étudiants – dont plus de 2 000 à la Formation continue – et de quelque 700 personnes qui travaillent ensemble au partage et au développement du savoir. Cette communauté possède sa personnalité propre et ses projets collectifs, construit son devenir autour d'une mission, d'un plan stratégique et interagit avec le milieu.

Pour partager des valeurs, pour créer une unité dans son développement, pour animer le sentiment d'appartenance et de loyauté qu'il souhaite voir régner, pour assurer la transparence, la cohérence et la continuité de ses interventions, pour établir des lignes de conduite, des règles du jeu et un partage clair des tâches dans ses communications, le Cégep régional de Lanaudière juge essentiel de se doter d'une politique de communication.

Cette politique propose à l'ensemble des employés et partenaires du Cégep un cadre de référence et d'orientation pour toutes les actions de communication de l'institution, aussi bien les interventions à l'interne que les interventions à l'externe, aussi bien celles qui veillent à sa cohésion que celles qu'il met en œuvre pour intensifier et maintenir son rayonnement, sa notoriété et sa place dans la région de Lanaudière.

Elle établit les principes et les buts à poursuivre afin de promouvoir une culture de communication, d'optimiser la contribution de l'ensemble des ressources en communication, d'harmoniser les activités de communication.

La Politique de communication constitue un outil de gestion pour contribuer à la réalisation des grandes orientations du Cégep. Elle se concrétise dans un plan de communication qui énonce les priorités institutionnelles de communication basées sur des objectifs déterminés par la direction générale et les collèges constituants.

1. LES FONDEMENTS

Une grande organisation moderne ne peut exister et se développer sans une culture de communication. La Politique de communication du Cégep prend appui sur :

- la mission du Cégep régional de Lanaudière;
- le plan stratégique 2004-2007;
- les projets éducatifs des collèges constituants ;
- les politiques de valorisation de la langue française en vigueur au Cégep régional;
- la Politique de féminisation des textes propre au collège constituant de Joliette;
- les objectifs particuliers que le Cégep et ses collèges constituants se fixent dans le champ des communications;
- les orientations et les ressources de son Service des communications.

Le succès d'une telle politique repose toutefois sur l'appropriation de ces principes par l'ensemble de la communauté collégiale, car chaque membre est appelé à jouer un rôle particulier dans la vie et le climat du Cégep ainsi que dans son image et son rayonnement. Son succès est aussi étroitement lié à l'identification par les responsables d'objectifs annuels en communication interne et externe et à l'évaluation de l'atteinte de ces objectifs. Cette évaluation – autant implicite que mesurée quant à l'atteinte des résultats – permettra les ajustements afférents.

2. LES VALEURS

À l'instar de la Politique de gestion des ressources humaines, la Politique de communication souscrit aux valeurs qui sont valorisées dans notre contexte organisationnel soit la confiance, la cohérence, la loyauté, la collaboration, la reconnaissance, l'intégrité, le respect, la créativité et l'innovation.

De façon plus spécifique, la Politique de communication s'appuie sur les valeurs suivantes :

2.1 Le respect des personnes et des engagements

Le développement de l'institution passe par le respect et l'épanouissement des personnes qui y travaillent, qui y étudient, qui y vivent. La Politique de communication et les pratiques de gestion doivent créer les contextes nécessaires à ce que les informations menant à des prises de décisions éclairées et à leur appropriation par la communauté puissent exister.

2.2 La reconnaissance de la diversité

Il s'agit ici aussi d'une forme de respect qui s'exprime par le traitement approprié des situations particulières des collèges constituants et l'acceptation des caractéristiques propres des départements et des services. Respect des contextes locaux et concertation sont autant de façons de concrétiser cette valeur.

2.3 La reconnaissance de la contribution de tous

Comme partenaire, chaque individu participe à l'atteinte des résultats par le Cégep régional. Cela signifie qu'il est conscient de son rôle, de ses responsabilités et des conséquences de son action. À ce titre, la communication doit viser à développer le sentiment d'appartenance et une responsabilisation à l'égard des communications et favoriser une culture de participation et de partenariat.

2.4 L'éthique

Dans ses liens avec ses interlocuteurs tout comme dans le traitement de la communication, le Cégep régional doit promouvoir les plus hauts standards d'éthique et faire preuve d'un grand souci de justice et d'équité.

2.5 L'authenticité, la cohérence et la transparence

La communication doit reposer d'abord et avant tout sur une perception claire et sur une juste compréhension des faits et des enjeux. Le Cégep régional doit faire en sorte que son discours se fonde sur une analyse rigoureuse des faits et qu'il est conscient et à l'écoute des dynamiques, tant à l'interne que dans son environnement régional et national.

Tout en garantissant le respect et la protection des renseignements personnels, le Cégep doit favoriser l'accès à l'information et démontrer un grand souci de transparence. Il doit rechercher la cohérence et la complémentarité des actions de communication.

Par conséquent, tous les membres de la communauté collégiale ont le droit d'être informés. Ce droit s'exerce dans le respect des dispositions de la *Loi d'accès à l'information et de protection des renseignements personnels*. Ce droit à l'information comporte aussi, pour chacun, le devoir de s'informer.

2.6 L'efficacité

Comme institution vouée à l'enseignement supérieur, le Cégep doit favoriser une communication efficace, à savoir fluide et multidirectionnelle, rapide et conviviale.

3. L'OBJET

Comme outil, la présente politique vise l'interaction et la rétroaction dans toutes les actions de communication que pose le Cégep régional de Lanaudière, tant à l'interne qu'à l'externe. Elle constitue un outil de gestion en appui au développement du Cégep.

Elle vise donc :

3.1 La cohésion

La Politique de communication a comme objectif :

- de conscientiser chaque membre du Cégep régional de Lanaudière au fait que la communication est la responsabilité de chacun;
- de favoriser l'émergence de solidarités et le sentiment d'appartenance;
- d'améliorer la qualité des relations interpersonnelles, intergroupes et entre les entités administratives.

3.2 L'ancrage dans la réalité

La Politique de communication fait en sorte que le Cégep régional de Lanaudière demeure au fait et à l'écoute des besoins en lien avec sa mission et ses orientations.

En pratiquant une veille stratégique, le Cégep recueille, transmet l'évolution des tendances de la société et fait connaître à la communauté collégiale les ajustements en conséquence.

3.3 L'efficacité de l'organisation

La Politique de communication joue le rôle d'agent intégrateur pour :

- optimiser la contribution de l'ensemble des ressources en communication;
- harmoniser les activités de communication.

La politique prend appui sur la capacité du Cégep à anticiper les événements afin de pouvoir agir et réagir rapidement, tant sur la scène publique qu'à l'interne.

4. LE CHAMP D'APPLICATION

La présente politique s'applique à la communauté collégiale aussi bien qu'aux groupes externes au Cégep régional.

La communauté collégiale regroupe :

- les étudiants,
- les membres du personnel,
- les membres des instances,
- les associations étudiantes,
- les syndicats et l'Association des cadres,
- les employés retraités,
- les médias de la communauté collégiale.

Les groupes externes comprennent :

- les diplômés,
- les futurs étudiants et les groupes ciblés dans les activités de recrutement,
- les personnes qui prêtent leur soutien moral et matériel à l'action du Cégep régional de Lanaudière,
- les partenaires du réseau de l'éducation,
- les établissements d'enseignement avec lesquels le Cégep régional de Lanaudière conclut des actions de coopération,
- les gouvernements et leurs ministères,
- les associations et les corporations professionnelles,
- les organismes de concertation régionaux ou nationaux,
- les organismes subventionnaires et les réseaux de la recherche,
- les entreprises,
- les représentants des médias,
- le public en général.

5. LES CHAMPS D'INTERVENTION

5.1 La communication interne

5.1.1 Les principes directeurs

La communication est un outil d'animation, d'information et de cohésion de la communauté collégiale. C'est pourquoi le Cégep veut communiquer régulièrement avec la communauté pour favoriser sa confiance, développer son sentiment d'appartenance et son engagement envers la mission de l'institution. Le Cégep régional de Lanaudière, dans sa communication interne, veut aussi faire prendre conscience à la communauté collégiale de l'importance de son rôle social.

Le Cégep souscrit au principe voulant que circule dans la communauté une information régulière, accessible et pertinente entre les personnes et les groupes de personnes.

Le Cégep consulte régulièrement les membres de la communauté et il sollicite leurs opinions, réactions, avis et conseils. Il le fait notamment par des lieux privilégiés de rencontre de la direction générale avec les directions des collèges constituants, les membres du conseil d'administration, du comité exécutif et les directions de service. D'autres lieux de rencontre font également partie des mécanismes formels d'échanges d'information au sein des collèges constituants, notamment la commission des études, le conseil d'établissement, le comité de gestion, les comités de relations de travail, les consultations auprès des syndicats et plusieurs autres.

De façon plus large toutefois, la communication et la consultation auprès des membres de la communauté peuvent prendre des formes plus directes, permettant ainsi de recueillir les réactions et opinions. L'envoi de communiqués, la tenue de rencontres, de « groupes témoins » (focus group) ou encore la réalisation de sondages peuvent alors permettre la cueillette d'informations.

Le Cégep considère que les gestionnaires sont les premiers responsables de la communication avec leurs collaborateurs et de la rétroaction auprès de la direction du Cégep ou des collèges. Dans ce contexte, le Cégep fait de l'aptitude et de l'engagement à communiquer un critère de sélection et d'évaluation des gestionnaires.

5.1.2 Les outils de communication

Les outils officiels sont, entre autres :

- les bulletins électroniques diffusés par le Cégep régional,
- les bulletins publiés dans chacun des collèges constituants et sous la responsabilité de ces derniers,
- le site Web du Cégep,
- l'intranet,
- les publications officielles (agenda-guide, rapport annuel),
- les communiqués de presse,
- les publicités,
- les sites Web de groupes ou de personnes membres de la communauté,
- les journaux et autres médias publiés par les étudiants ou par d'autres groupes,
- l'affichage,
- les procès-verbaux des instances (conseil d'administration, comité exécutif, conseil d'établissement).

Des moyens « événementiels » sont également des outils. Ils sont, entre autres :

- les rencontres de la direction générale dans chacun des collèges constituants,
- les rencontres de la direction du collège avec le personnel,
- les activités d'accueil et d'intégration des nouveaux étudiants, des membres du personnel et des gestionnaires.

5.2 La communication externe

5.2.1 Les principes directeurs

Le Cégep régional de Lanaudière reconnaît qu'il vit en interaction avec son environnement et qu'il doit se préoccuper d'entretenir des relations de qualité avec ses divers publics externes. La communication vise avant tout à faire connaître sa mission, ses programmes, ses orientations et ses réalisations auprès de ses publics externes.

Ce faisant, le Cégep :

- attire des étudiants, des enseignants et du personnel administratif de qualité;
- génère des appuis à la réalisation de sa mission;
- fait connaître ses positions et orientations en matière d'enseignement supérieur;
- informe ses divers publics externes à prendre conscience de l'importance de la contribution du Cégep au développement social, culturel et économique de la région de Lanaudière.

5.2.2 Les avenues de la communication externe

5.2.2.1 La promotion des programmes d'enseignement

Il s'agit ici de faire connaître les programmes d'enseignement. Il s'agit également de mettre en valeur la qualité de son enseignement, de ses infrastructures, de ses activités connexes et de son environnement.

5.2.2.2 L'image institutionnelle

Le Cégep régional tient à préciser l'image qu'il se fait de lui-même et qu'il veut projeter. Cet aspect vise à raffermir le positionnement du Cégep et à valoriser l'institution auprès du public.

5.2.3 Les outils

Les outils utilisés en matière de communication externe sont :

- les relations publiques,
- les relations avec la presse,
- la publicité,
- les activités de promotion,
- la commandite, c'est-à-dire l'appui à certains événements dans une perspective marketing,
- les relations gouvernementales,

- les publications de promotion, les dépliants sur les programmes et la documentation sur des activités particulières,
- le matériel de présentation et d'information sur support électronique ou autre,
- le matériel de support logistique.

Les actions à privilégier sont :

- la participation à des salons, forums, congrès, débats publics,
- l'organisation de congrès, salons, portes ouvertes, activités de rassemblement,
- les inaugurations,
- les événements à caractère protocolaire,
- les activités étudiantes de nature culturelle ou sportive.

6. LES MÉCANISMES

6.1 Les standards graphiques et linguistiques

Le Cégep régional de Lanaudière accorde une grande importance à la qualité de sa communication avec ses publics. Pour maintenir des standards de qualité visuelle et linguistique de la communication, une normalisation et une coordination sont nécessaires.

6.1.1 La qualité visuelle

Le cahier des normes graphiques constitue un instrument de normalisation. Il convient donc :

- que le Cégep révise ponctuellement son cahier des normes graphiques;
- que le Cégep s'assure de la connaissance et du respect des normes graphiques dans la communauté.

6.1.2 La qualité linguistique

La langue de communication du Cégep régional de Lanaudière avec ses publics est le français. Cependant, lorsqu'il est nécessaire, le Cégep peut communiquer dans la langue du destinataire ou de ses partenaires, notamment sur le plan international.

L'usage du français est exclusif et obligatoire dans la dénomination officielle du Cégep régional de Lanaudière, sur toute affiche ou signalisation placée à l'intérieur ou à l'extérieur des bâtiments ou utilisée pour identifier le Cégep lors d'événements particuliers, d'expositions, de congrès. Cette règle vaut également pour l'identification du Cégep dans son site Web et sur ses babillards électroniques.

Toute personne appelée à communiquer par écrit au nom du Cégep – et ce dûment autorisée par son supérieur immédiat – est responsable de la qualité linguistique de sa communication. Conformément aux dispositions des politiques de valorisation de la langue française en vigueur au Cégep régional de Lanaudière, les communications écrites doivent être d'un niveau exemplaire et de qualité – conformément aux attentes de la société québécoise à l'endroit d'une institution d'enseignement de niveau supérieur.

Le Cégep veille à ce que soient respectés dans ses collèges et son centre administratif les principes des législations linguistiques québécoises, notamment la Charte de la langue française (L.R.Q. C-11) et le Règlement sur l'affichage de l'Administration (L.R.Q., c. C-11, A. 22). Le collège constituant a la responsabilité de faire appliquer ses politiques locales en pareille matière.

6.2 Les responsabilités

6.2.1 Une responsabilité des membres de la communauté

La présente politique vise à conscientiser chaque membre du Cégep régional de Lanaudière au fait que la communication est la responsabilité de chacun. Chaque membre du personnel représente à sa façon et dans son milieu le Cégep. Il incombe à chacun de faire acte de rétroaction sur les perceptions externes du Cégep auprès des personnes concernées. Il convient de réaffirmer ce principe fondamental de la responsabilité individuelle des membres de la communauté en matière de communication.

6.2.2 Le porte-parole

La direction générale représente le Cégep et parle officiellement en son nom. La direction de chaque collège constituant en fait de même pour son propre collège. Chaque direction peut déléguer cette responsabilité de porte-parole à une personne désignée lors d'activités spécifiques et uniquement dans le contexte de ces activités. La présidence du conseil d'administration et la présidence d'un conseil d'établissement peuvent s'exprimer au nom de leur instance respective. Toute autre personne doit demander l'autorisation pour s'exprimer au nom du Cégep régional de Lanaudière à défaut de quoi, la personne parle en son nom personnel.

Le Service des communications est le mandataire du Cégep régional de Lanaudière en matière de communication.

6.2.3 La Direction des communications, des ressources informationnelles et de la planification institutionnelle (DCRIPI)

Le Service des communications a pour mission de fournir aux collèges constituants, au centre administratif et à la formation continue du Cégep l'expertise, le service-conseil, le savoir-faire et l'encadrement nécessaires à la planification, à la coordination et à la production de stratégies et d'outils de communication.

La Direction des communications, des ressources informationnelles et de la planification institutionnelle (DCRIPI) est responsable du Service des communications dont elle coordonne l'action. À ce titre, elle s'assure de l'élaboration du plan annuel de communication institutionnelle et de la réalisation des stratégies et moyens d'action qui en découlent. À cet effet, la DCRIPI incite les directions des collèges constituants et de la formation continue à préciser leurs objectifs de communication annuels internes et externes, objectifs qui s'intégreront au plan annuel de communication institutionnelle.

Le plan annuel de communication institutionnelle définit les axes majeurs de la communication interne et externe du Cégep. Il identifie les objectifs particuliers de la communication institutionnelle, précise les clientèles cibles de cette communication, établit les échéanciers et détermine les moyens nécessaires à l'atteinte des objectifs de communication du Cégep.

Le Service des communications joue un rôle-conseil auprès de la direction du Cégep, des directions de collèges constituants, de la formation continue et des unités administratives et pédagogiques en matière de communication interne et externe. Il veille à la protection de l'image du Cégep, au respect des standards de qualité énoncés dans la présente politique et supervise l'utilisation du nom, du logo et de l'identification institutionnelle du Cégep régional de Lanaudière. Il réalise également les différents outils promotionnels ciblés par le plan annuel de communication institutionnelle visant particulièrement – mais non exclusivement – le recrutement de clientèles.

Pour l'assister dans sa démarche, la DCRIPI peut – après consultation du CRPC et avoir reçu l'autorisation de la Direction générale – créer des comités de travail composés de représentants des collèges constituants et d'autres services au besoin.

6.2.4 La Direction générale et le Secrétariat général

Outre son rôle de porte-parole du Cégep régional, la Direction générale – de concert avec la DCRIPI – a la responsabilité de voir à l'application de la présente politique. Elle doit être particulièrement soucieuse de la qualité de la communication interne tout en fixant des objectifs au chapitre du rayonnement du

Cégep régional à l'échelle régionale, nationale et internationale. Le Secrétaire général – au chapitre des procès-verbaux – doit s'assurer de leur transmission et de leur affichage conformément aux différentes prescriptions, permettant ainsi à l'ensemble de la communauté de prendre connaissance des décisions des différentes instances.

En outre, la Direction générale – ou son représentant – est appelée à rendre compte annuellement aux instances de l'état des communications et du respect des dispositions de la politique.

6.2.5 Les directions des collèges constituants

Chaque direction a la responsabilité d'instaurer une communication efficace dans son champ d'intervention et de définir annuellement des objectifs spécifiques à son collège constituant en matière de communication interne et externe. Il doit aussi évaluer annuellement l'atteinte de ces objectifs. Il doit être sensible aux réactions que suscitent ses interventions et s'assurer que ses communications sont cohérentes avec celles de ses collègues.

6.2.6 Les directions des services

Les directions doivent être sensibles aux réactions que suscitent leurs interventions et s'assurer que leurs communications sont cohérentes avec celles de leurs collègues. Elles doivent être particulièrement sensibles à la qualité de la communication interne à l'intérieur de leur unité administrative. De façon plus particulière, la Formation continue est également appelée à définir annuellement des objectifs spécifiques en matière de communication externe et de recrutement de clientèle.

6.3 Les procédures

La présente politique devra être enrichie de procédures visant plus particulièrement la réalisation et la diffusion de certains outils de communication. Ces procédures doivent entre autres préciser les responsabilités et les rôles du Service des communications et des collèges constituants pour la réalisation d'outils précis.

Des procédures devront être rédigées notamment, mais non limitativement, pour les éléments suivants :

- production de l'agenda-étudiant;
- production de l'annuaire;
- production des monographies;
- production de dépliants promotionnels;
- diffusion des communiqués de presse;
- achat de placements publicitaires journaux/radio/autres médias.

7. L'IMPUTABILITÉ ET LES MESURES DE PERFORMANCE

Le Cégep régional de Lanaudière utilise les instruments appropriés pour mesurer la performance de ses activités stratégiques en matière de communication. Il évalue ponctuellement la politique en regard des principes directeurs et des objectifs particuliers. Il évalue également l'atteinte des objectifs annuels en matière de communication interne et externe.

De façon plus concrète, le Comité régional de planification et de coordination (CRPC) prend connaissance du plan annuel de communication institutionnelle et évalue par la suite l'atteinte des objectifs.

8. ENTRÉE EN VIGUEUR

Cette politique entre en vigueur au moment de son adoption par le conseil d'administration.