



POLITIQUE DE COMMUNICATION

« Un collège qui sait faire réussir »

Adoptée par le conseil d'administration
le 12 mai 2004

Service des communications
Produit le 22 mars 2004
1^{re} révision : Régie interne du 30 mars 2004

POLITIQUE DE COMMUNICATION

« *Un collègue qui sait faire réussir* »

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION – Les raisons d’être d’une politique de communication	
1. LES FONDEMENTS	4
2. LES VALEURS.....	4
2.1 La reconnaissance de la contribution de tous	
2.2 La reconnaissance de la diversité	
2.3 L’éthique	
2.4 Le professionnalisme et l’efficacité	
2.5 L’authenticité, la cohérence et la transparence	
2.6 Le droit à l’information et le devoir de s’informer	
2.7 La capacité d’anticipation	
3. L’OBJECTIF	5
4. LE CHAMP D’APPLICATION.....	6
4.1 La communauté collégiale	
4.2 Les groupes externes	
5. LES CHAMPS D’INTERVENTION.....	7
5.1 La communication interne	
5.2 La communication externe	
6. LES MÉCANISMES	9
6.1 Les standards graphiques	
6.2 La qualité visuelle	
6.3 Le logo	
6.4 Le slogan	
6.5 La qualité linguistique	
7. LES RESPONSABILITÉS	10
7.1 Une responsabilité individuelle et collective	
7.2 Le porte-parole officiel	
7.3 La direction générale	
7.4 Les directions de service	
7.5 Le service des communications	
7.6 Les responsables d’unités administratives	
8. ENTRÉE EN VIGUEUR ET RÉVISION	11

ANNEXE 1 : Le logo du Collège et les logos associés

Les sources documentaires

INTRODUCTION

Les raisons d'être d'une politique de communication

Le Cégep de Sorel-Tracy forme une communauté de quelque deux cents personnes qui travaillent ensemble à faire réussir les étudiants et les étudiantes dans leur projet d'études collégiales. Cette communauté possède sa personnalité propre et ses projets collectifs, construit son devenir autour d'une mission et interagit avec le milieu.

Être en mesure de réagir rapidement a été une caractéristique des organisations dynamiques des dernières décennies. Aujourd'hui, alors que l'évolution n'est plus seulement rapide mais imprévisible, les véritables leaders sont ceux qui possèdent la capacité d'anticipation. Il faut faire l'événement et non attendre qu'il survienne. La mise en œuvre et l'application d'une politique de communication au Collège contribuera à développer au sein de la communauté la capacité à décoder les tendances et les nouveaux enjeux et à anticiper des scénarios d'intervention efficace.

Pour partager des valeurs, pour créer une unité dans son développement, pour animer le sentiment d'appartenance et de loyauté qu'elle souhaite voir régner, pour maintenir la transparence, pour favoriser la cohérence et la continuité de ses interventions, pour établir des lignes de conduite, des règles du jeu et un partage clair des tâches et des responsabilités dans ses communications, le Cégep de Sorel-Tracy juge opportun de se doter d'une politique de communication.

Cette politique propose à l'ensemble des partenaires du Collège un cadre de référence et d'orientation pour les actions de communications 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 cité.

Le Collège 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, de permettre d'y reconnaître une direction continue et d'en faire un projet d'entreprise.

La politique de communication constitue aussi un outil de gestion pour contribuer à la réalisation des grandes orientations du Collège. Elle se concrétise dans un plan de communication qui énonce les priorités institutionnelles de communication. À cette fin, le plan de communication s'appuie sur un plan annuel d'action provenant du service des communications et sur les objectifs de communication des services et des départements d'enseignement inscrits aux plans annuels de résultats attendus.

1. LES FONDEMENTS

Une grande organisation moderne ne peut exister et se développer sans une culture de communication. La présente politique exprime les grandes orientations que le Collège entend suivre dans ses champs d'intervention et elle définit la philosophie de gestion qu'il souhaite privilégier.

La politique de communication du Cégep de Sorel-Tracy prend appui sur :

- l'énoncé de mission, à savoir le projet éducatif institutionnel *Avoir la réussite à cœur*;
- le Plan stratégique institutionnel *Ensemble, pour une entrée réussie de notre Collège dans le 21^e siècle*;¹
- les objectifs stratégiques institutionnels et les priorités annuelles en découlant;
- les objectifs particuliers que le Collège se fixe dans le champ des communications;
- les politiques et règlements en vigueur régissant le Collège;
- les orientations et les ressources de son service de communication.

Elle sous-tend le développement d'une culture interne où la communication et le flux efficace de l'information font partie des valeurs des personnes et des instances formant sa communauté. Le succès d'une telle politique repose sur l'appropriation de ses 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 Collège ainsi que dans son image et son rayonnement. Son succès est aussi étroitement lié à l'identification par les responsables d'unités d'objectifs annuels en communication interne et externe, et à l'évaluation de l'atteinte de ces objectifs.²

2. LES VALEURS

La politique de communication s'appuie principalement sur les valeurs suivantes :

2.1 La reconnaissance de la contribution de tous

S'il est hautement affirmé que le Collège place l'étudiant au cœur de ses préoccupations, celui-ci doit compter sur la volonté et sur l'engagement de tous les membres de son personnel. Le Collège est un véritable milieu de vie où chaque personne remplit une fonction nécessaire à la réalisation de sa mission.

Comme partenaire, chaque individu est responsable des résultats atteints par le Collège. 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 le développement du sentiment d'appartenance et favoriser une culture de participation et de partenariat.

2.2 La reconnaissance de la diversité

Il s'agit ici d'une forme de respect qui s'exprime par le traitement approprié des situations particulières et l'acceptation des caractéristiques propres des différents groupes, départements et services. Respect des conditions locales, décentralisation, utilisation judicieuse des marges de manœuvre sont autant de façons de concrétiser cette valeur.

¹ Adopté par le conseil d'administration le 27 mars 2003.

² On fait ici le lien avec le processus de planification annuelle et l'établissement des plans de résultats attendus par les services et les départements d'enseignement.

2.3 L'éthique

Dans ses liens avec ses interlocuteurs tout comme dans le traitement de la communication, le Collège et sa communauté doit promouvoir les plus hauts standards d'éthique et faire preuve d'un grand souci de justice et d'équité dans le respect de l'intégrité des personnes.

2.4 Le professionnalisme et l'efficacité

Comme institution vouée à l'enseignement supérieur, le Collège se doit de donner l'exemple en s'imposant un haut niveau de professionnalisme dans ses actions de communication, tant sur le plan du fond que sur celui de la forme. Un leadership en cette matière est tout à fait en lien avec sa mission et avec la culture de l'excellence qu'elle professe, laquelle culture est aussi gage de l'efficacité de la communication. Pour ce faire, l'information doit circuler de façon fluide et multidirectionnelle, rapidement et avec convivialité.

2.5 L'authenticité, la cohérence et la transparence

Le Collège fonde son discours sur une analyse rigoureuse des faits et des enjeux. Il est conscient et à l'écoute des dynamiques sociales, tant à l'interne que dans l'environnement où il évolue.

Tout en garantissant le respect et la protection des renseignements personnels, le Collège doit favoriser l'accès à l'information et démontrer un grand souci de transparence, et ce, conformément à la loi et dans l'intérêt supérieur du Collège. Il doit également rechercher la cohérence et la complémentarité des actions de communication.

2.6 Le droit à l'information et le devoir de s'informer

Tous les membres de la communauté collégiale, enseignants, étudiants, membres du personnel, ont le droit d'être informés. Ce droit s'exerce dans le respect des dispositions de la Loi sur l'accès à l'information et la protection des renseignements personnels. Ce droit à l'information comporte aussi, pour chacun, le devoir de s'informer et de partager l'information.

2.7 Le partage de l'information

Le partage de l'information assure une liaison continue et intelligente avec le milieu et constitue une condition de réussite incontournable pour poursuivre le développement du Collège.

3. L'OBJECTIF

Le titre proposé, *Un collègue qui sait faire réussir*, veut traduire l'objectif visé par la mise en œuvre d'une politique de communication, à savoir de mettre en valeur le Cégep de Sorel-Tracy, le faire connaître et reconnaître auprès des différents publics cibles comme étant,

➤ *un collègue de référence qui sait faire réussir :*

- ses étudiants et ses étudiantes;
- les adultes dans leur démarche de retour aux études ou de perfectionnement;
- les entreprises dans leur projet de formation et de mise à jour des connaissances et des compétences de leur main-d'œuvre.

Par les valeurs et les mécanismes qu'elle propose, la politique de communication vise l'interaction et la rétroaction dans les actions de communication que pose le Collège et sa communauté, tant à l'interne qu'à l'externe, et ce, pour mieux assurer son développement et la réalisation de sa mission.

La politique vise donc principalement l'efficacité des communications en prévoyant des dispositions et mécanismes pour :

- conscientiser chaque membre de la communauté collégiale au fait que la communication est la responsabilité de chacun;
- favoriser l'émergence de solidarités interpersonnelles et intergroupes;
- développer le sentiment d'appartenance;
- optimiser la contribution de l'ensemble des ressources en communication;
- harmoniser les activités de communication;
- demeurer au fait et à l'écoute des besoins en lien avec sa mission et ses orientations;
- développer et maintenir des liens et des partenariats;
- partager les nouvelles valeurs de la société et de la communauté collégiale.

4. LE CHAMP D'APPLICATION

La présente politique s'applique à toutes les communications du Collège, aussi bien avec la communauté collégiale qu'avec les groupes externes.

4.1 La communauté collégiale regroupe :

- les étudiants, les étudiantes;
- l'association étudiante;
- le personnel enseignant;
- le personnel professionnel;
- le personnel de soutien;
- le personnel cadre;
- les syndicats et les associations accréditées;
- les instances décisionnelles et consultatives;
- le personnel des organismes satellites tels : la cafétéria, la coopérative, les centres CTTÉI, CREUST, la Fondation, etc;
- le personnel retraité et l'association qui les représente.

4.2 Les groupes externes comprennent :

- les diplômés et diplômées;
- les futurs étudiants et étudiantes;
- les individus et groupes ciblés dans les activités de recrutement;
- les personnes qui prêtent leur soutien moral et matériel à l'action du Collège;
- les donateurs à la Fondation du Cégep de Sorel-Tracy;
- les partenaires du réseau de l'éducation;
- les établissements d'enseignement avec lesquels le Collège conclut des actions de coopération;
- les gouvernements et leurs ministères;
- les associations et les corporations professionnelles;
- les organismes de concertation;
- les organismes subventionnaires et les réseaux de recherche;
- les partenaires et les organismes de développement socio-économique et régional;
- les entreprises;
- les universités et les employeurs qui accueillent nos finissants et nos stagiaires;
- les représentants des médias;
- le grand public.

5. LES CHAMPS D'INTERVENTION

5.1 La communication interne

5.1.1 Les principes directeurs

La communication interne est un outil d'animation, d'information et de cohésion de la communauté collégiale.

Le Collège affirme le principe voulant que circule dans la communauté une information régulière, accessible et pertinente entre les personnes et entre les groupes de personnes. Le Collège croit qu'une communication régulière et bidirectionnelle avec la communauté interne favorise le développement du sentiment d'appartenance et l'engagement envers la mission de l'institution.

Le Collège consulte régulièrement les membres de sa communauté et sollicite ses opinions, réactions, avis et conseils. Il le fait notamment par les directions de service, les différentes instances dont, entre autres, les départements d'enseignement, les associations, les syndicats et la commission des études.

Le Collège considère que les gestionnaires et les coordonnateurs et coordonnatrices de département et de programmes sont les premiers responsables de la communication avec leurs collaborateurs et de la rétroaction auprès de la direction.

Le processus de planification annuelle fournit aux gestionnaires et aux responsables des programmes et des départements d'enseignement un encadrement, des objectifs et des outils de base en matière de communication interne.

5.1.2 Les techniques et les outils privilégiés en matière de communication interne

Voici quelques unes des techniques et des outils utilisés par le Collège pour ses communications internes :

- les activités d'accueil et d'intégration du personnel;
- les activités d'accueil de la clientèle étudiante;
- les activités de reconnaissance destinées au personnel;
- les réunions officielles ou statutaires;
- les comités et tables de travail ad hoc;
- le processus de planification annuelle;
- les bulletins internes d'information (Le Bonjour, Info-Régie, Info-CA)
- les communiqués des directions de service
- les communiqués de la direction générale
- les publications officielles
- le site Web et les sites de groupes et de personnes membres de la communauté
- les répertoires internes Infos-ST
- l'affichage interne

5.2 La communication externe

5.2.1 Les principes directeurs

Le Collège 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. Pour ce faire, le Collège met de l'avant le principe voulant que circule vers la société qui l'entoure une information régulière, accessible et pertinente entre les personnes et les groupes de personnes. 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 Collège cherche à :

- attirer des étudiants, des étudiantes, du personnel enseignant, du personnel professionnel, du personnel de soutien et du personnel cadre de qualité;
- obtenir les appuis utiles à la réalisation de sa mission;
- faire connaître ses positions et ses orientations en matière d'enseignement supérieur et de développement de programmes d'études;
- amener ses divers publics externes à prendre conscience de l'importance de la contribution du Collège au développement social, culturel et économique de la grande région de Sorel-Tracy ainsi que des régions voisines de son Centre d'études de Varennes;
- affirmer son rôle au plan international.

Dans ses communications externes, le Collège vise à :

- promouvoir et à faire connaître son offre de service et ses programmes d'études;
- promouvoir la qualité de la formation donnée au Cégep de Sorel-Tracy;
- mettre en valeur la réussite de ses étudiants et de ses étudiantes;
- mettre en valeur l'obtention du diplôme collégial;
- mettre en valeur la qualité et la compétence de son personnel;
- mettre en valeur la qualité de ses infrastructures et de ses services.

5.2.2 Les techniques, les moyens et les actions de communication externe

Pour réaliser la communication externe, le Collège entend utiliser un certain nombre de techniques, d'outils et d'actions, à savoir entre autres :

Les techniques principalement utilisées sont :

- les relations publiques
- les relations avec la presse
- la publicité
- les activités de promotion
- la commandite
- les relations avec les entreprises
- les relations avec les intervenants du milieu régional
- les relations avec les autres établissements d'enseignement

Les principaux moyens retenus sont :

- les publications officielles sur nos programmes et nos services, les documents ou les rapports officiels sur nos activités, sur la réussite de nos étudiants et de notre personnel;
- le matériel de présentation et d'information sur support technologique (site Web, PowerPoint, etc)
- le matériel de support logistique (kiosque, panneaux promotionnels, affiches, etc.)

Les actions à privilégier sont principalement :

- la visite des écoles secondaires;
- la participation aux portes ouvertes des cégeps;
- l'organisation d'activités de promotion telles les portes ouvertes, la rencontre des parents, la rencontre avec les conseillers d'orientation et responsables d'information;
- les activités de reconnaissance telles la remise des bourses d'excellence à l'admission, les Mérites;
- les activités à caractère protocolaire telles la Cérémonie de remise des diplômes;
- les activités étudiantes (sportives et socioculturelles);
- les projets particuliers développés par notre personnel enseignant;
- les inaugurations et les autres événements de mise en valeur du Collège, de son personnel et de ses étudiants;
- la participation à des salons, forums, colloques;

- la participation à des débats publics
- les rencontres avec les entreprises, avec les employeurs
- les rencontres avec les intervenants du milieu régional

6. LES MÉCANISMES

6.1 Les standards graphiques

Le Collège accorde une grande importance à la qualité de sa communication. Pour maintenir des standards de qualité visuelle et linguistique dans sa communication, normalisation et coordination sont nécessaires.

6.1.1 La qualité visuelle

L'identification visuelle constitue un instrument de normalisation. Il convient donc que le Collège :

- adopte et révise au besoin le programme d'identification visuelle;
- s'assure de la connaissance et du respect de ce programme dans la communauté.

6.1.2 Le logo

L'annexe 1 présente le logo du Collège ainsi que les logos des organismes partenaires tels :

- le Centre d'études collégiales de Varennes
- le Centre de transfert technologique en écologie industrielle (CTTÉI)
- le Centre de recherche en environnement UQAM-Sorel-Tracy (CREUST)
- la Fondation du Cégep de Sorel-Tracy
- la corporation Kinéglobe
- la corporation Sorel-Tracy International inc.
- le service aux entreprises *Imaj*-Formation

Le service des communications est mandaté pour superviser l'utilisation des différents logos de manière à les adapter aux différents contenus et documents de communication.

6.1.3 Le slogan

L'utilisation du slogan « *Avoir la réussite à cœur* » traduit bien la réalité de notre milieu quant à son engagement envers la clientèle étudiante, soit de faire réussir l'étudiant dans son projet d'études. Ce slogan met aussi en valeur la performance du Collège au regard de la réussite de ses étudiants et de ses étudiantes.

Ce slogan sert de canevas de base dans les différentes productions. Il est donc utilisé de façon systématique et le plus fréquemment possible sur les différents outils de communication externes et internes.

Pour lui donner le maximum de visibilité, il est utilisé sur la papeterie officielle du Collège et il est accessible à tous les membres de notre communauté sur le répertoire PUBLIC/Logo. Il est aussi disponible au service des communications.

6.2 La qualité linguistique

Le Collège applique sa *Politique institutionnelle relative à l'emploi et à la qualité de la langue française* dans toutes ses communications.

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

7. LES RESPONSABILITÉS

7.1 Une responsabilité individuelle et collective

La communication est une responsabilité partagée par l'ensemble de notre communauté. En effet, tel que mentionné à l'article 1 de la présente politique, chaque membre de la communauté collégiale est appelé à jouer un rôle particulier dans la vie et le climat du Collège ainsi que dans son image et son rayonnement. L'enseignant, l'employé de soutien, le professionnel, le cadre, devient, à un moment ou l'autre, un ambassadeur du Collège.

En ce sens, le succès de la présente politique repose beaucoup sur les valeurs de notre projet éducatif, à savoir l'engagement, la motivation, le dynamisme, le sentiment d'appartenance des individus et des groupes de notre communauté.

7.2 Le porte-parole officiel

Le directeur général représente le Collège et parle officiellement en son nom. En son absence, le directeur des études agit comme porte-parole du Collège.

Le service des communications est le mandataire du Collège en matière de communication.

7.3 La direction générale

La direction générale est responsable du service des communications dont elle coordonne l'action avec la régie interne du Collège. À ce titre, elle s'assure de l'élaboration du plan de communication et des plans d'opération y afférents.

La direction générale veille à la protection de l'image institutionnelle et elle est responsable de l'édition et de la distribution de toutes les publications officielles. Elle assure la diffusion des politiques et des règlements du Collège et supervise l'application des normes graphiques en vigueur au Collège.

7.4 Les directions de service

Chaque service du Collège a la responsabilité d'instaurer une communication efficace dans son champ d'intervention. Il doit assurer, en concertation avec la régie interne, que les politiques et les règlements dont il est responsable sont non seulement publiés et diffusés, mais surtout connus et compris des intéressés. Il doit démontrer une sensibilité aux réactions que suscitent ses interventions et s'assurer que ses communications sont cohérentes avec celles des autres services.

7.5 Le service des communications

Sous l'autorité de la direction générale, le service des communications est responsable de la réalisation du mandat de communication, de sa mise en œuvre à son évaluation. Le service des communications élabore le Plan de communication qui est soumis à la régie interne pour adoption. Ce plan précise entre autres :

- les objectifs spécifiques de communication;
- les résultats attendus;
- les publics cibles;
- les messages clés;
- les stratégies à privilégier;
- les principales actions à réaliser;
- le calendrier d'opération;
- les ressources requises (humaines, financières et matérielles).

Le service des communications est appelé à jouer un rôle conseil auprès de la direction du Collège et des directions de service en matière de communication interne et externe.

7.6 Les responsables d'unités administratives

En tant que plaque tournante de l'information dans une unité, les gestionnaires et les coordonnateurs et coordonnatrices de programme et de département d'enseignement sont responsables de l'application et de l'intégration de la politique de communication au sein de leur unité.

8. ENTRÉE EN VIGUEUR ET RÉVISION

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

Le comité exécutif est mandaté pour procéder à sa révision le cas échéant.

ANNEXE 1 : Le logo du Collège et les logos associés (document joint).

Les sources documentaires :

- DAGENAIS, Bernard; Le plan de communication *L'art de séduire ou de convaincre les autres*; Les Presses de l'Université Laval, Sainte-Foy (1998)
- MEQ; Plan de campagne publicitaire sur la valorisation des métiers et professions, *J'ai tout pour réussir* (Novembre 2003)
- Politique de communication de l'Université Laval (Novembre 1999)
- Plan de relations publiques *Les cégeps. Exigeants, parce que le monde l'est.* (Fédération des cégeps, septembre 2001)
- Développer une stratégie de marque pour la Ville de Montréal (Octobre 2003)
- Politique et plan d'action pour la promotion du Cégep de Sorel-Tracy (3 mars 1998)