CÉGEP TROIS-RIVIÈRES

RÈGLEMENT
✓ ***POLITIQUE***
PROCÉDURE

POLITIQUE DES COMMUNICATIONS

Adoptée par le conseil d'administration le 4 juillet 2007

Dernière modification : 10 novembre 2026

PRÉAMBULE

Les communications jouent un rôle essentiel dans le développement du Cégep de Trois-Rivières. La Politique des communications vise une prise en charge efficace de cette fonction et offre un cadre de référence pour l'ensemble des actions de communication internes et externes.

Elle reconnait les communications comme un outil stratégique qui contribue à la notoriété et au développement de l'institution, ainsi qu'à la mobilisation de la communauté collégiale. Elle repose aussi sur les valeurs du cégep, en cohérence avec la mission, la vision et les orientations du Plan stratégique.

PRINCIPES DIRECTEURS

Les principes directeurs qui sous-tendent la politique sont les suivants :

- Des communications internes et externes fluides et transparentes qui contribuent à la cohérence organisationnelle;
- Le respect de l'image de marque du cégep, de ses composantes et de celle des Diablos, qui favorise le développement de la notoriété et de notre identité;
- Chaque membre de la communauté collégiale est responsable de s'informer par les canaux officiels du cégep et contribue, selon son rôle, à la circulation d'une information fiable, permettant ainsi le maintien d'un bon climat de travail et d'apprentissage favorisant le sentiment d'appartenance.

1. CHAMP D'APPLICATION

La Politique des communications s'applique à l'ensemble des membres de la communauté collégiale, soit les étudiantes et étudiants ainsi que les membres du personnel du secteur régulier, de la formation continue et des centres collégiaux de transfert de technologie (CCTT). Elle n'encadre pas les échanges courants liés à l'exercice des fonctions des membres du personnel au sein des services et des départements.

2. CADRE LÉGAL

La politique s'appuie sur diverses dispositions légales contenues notamment dans la Loi sur les collèges d'enseignement général et professionnel (LRQ, chapitre C-29); la Charte des droits et libertés de la personne (LRQ, chapitre C-12); la Loi sur l'accès aux documents des

organismes publics et la protection des renseignements personnels (LRQ, chapitre A-2.1); la Loi sur le droit d'auteur (C-42); la Charte de la langue française (LRQ. Chapitre C-11 et LQ 2002, c.28).

Elle tient également compte des différentes politiques, règlements et procédures en vigueur au collège.

3. OBJECTIFS

- Assurer une gestion efficace et cohérente des communications internes et externes du cégep;
- Définir clairement les rôles et responsabilités des personnes impliquées dans les communications;
- Harmoniser les actions de communication afin d'en renforcer la qualité, la cohérence et les retombées;
- Veiller à la qualité des communications en respectant l'image de marque ainsi que les standards linguistiques et visuels du collège;
- Soutenir un climat de travail et d'études positif en favorisant une circulation d'information claire et pertinente;
- Encadrer la gestion des communications lors de situations d'urgence ou de crise.

4. RÔLES ET RESPONSABILITÉS

Tous les membres de la communauté collégiale sont appelés à jouer un rôle en matière de communication. Tous ont en effet, par leurs gestes et leurs paroles, le pouvoir d'influencer le climat organisationnel, le recrutement, la réputation et le rayonnement du collège. Cette contribution attendue n'altère en rien la liberté d'expression, ou la liberté académique, reconnue à chacun dans sa discipline ou son champ de compétence.

4.1. Le conseil d'administration

- Le conseil d'administration adopte la politique.

4.2. La Direction générale

- S'assure de l'application de la politique;
- Agit comme porte-parole officiel.

4.3. La Direction des études

- Agit comme porte-parole pour les sujets relevant de ses fonctions et responsabilités, notamment celles reliées aux programmes d'études.

4.4. La Direction des communications et des affaires institutionnelles

La Direction des communications et des affaires institutionnelles (DCAI), par l'entremise du Service des communications, est responsable de la présente politique et de sa mise en œuvre.

- Conseille les directions, les services et le personnel dans l'élaboration et la réalisation des activités de communication et met en œuvre les plans de communication requis;

- Offre un rôle-conseil et accompagne la communauté étudiante pour les projets nécessitant de la diffusion d'information;
- Protège et assure la cohérence de la réputation, de l'image et de la marque du cégep et de ses composantes (Diablos, Formation continue et services aux entreprises, etc.);
- Assure une circulation d'information juste, claire et pertinente et coordonne la diffusion des communications internes et externes sur les canaux officiels du collège;
- Coordonne les activités et évènements médiatiques du cégep, accueille et traite les demandes des médias;
- Élabore et coordonne les campagnes promotionnelles visant le rayonnement de l'institution et le recrutement étudiant et de personnel, en collaboration avec les directions concernées;
- Veille à la conformité de la signalétique sur le campus en collaboration avec la Direction des services administratifs;
- Assume la responsabilité des communications en situation d'urgence ou de crise, conformément au Plan de mesures d'urgence du cégep.

4.5. La Direction des ressources informationnelles (DRI)

- S'assure de la sécurité et de la conformité des canaux de communication utilisés au cégep;
- Collabore au développement et au maintien des outils technologiques liés aux communications.

4.6. Les directions de la Formation continue et service aux entreprises et des Centres collégiaux de transfert de technologie

- Définissent leurs stratégies marketing et la gestion de leurs marques (ex. Zone, ICTE-Alinov, Innofibre), dans le respect de l'image de marque du cégep;
- Agissent comme porte-parole pour les sujets relevant de leurs fonctions et responsabilité.

4.7. Les gestionnaires

- Collaborent avec le Service des communications dès le début des réflexions, projets et activités afin de définir leurs besoins de communication;
- Font connaitre la présente politique et s'assurent de son application auprès du personnel de leur service;
- Assurent la circulation et le partage de l'information au sein de leurs équipes.

4.8. Les coordinations

- Collaborent avec le Service des communications pour le rayonnement, la promotion et l'information relative aux programmes d'études et départements;
- Favorisent la circulation et le partage de l'information au sein de leur programme ou département et auprès de leur direction adjointe.

4.9. Le personnel

- Connait et respecte la Politique des communications;
- Prend connaissance des informations diffusées sur les canaux officiels du cégep, notamment l'infolettre À-Propos, l'intranet et les courriels;
- Transmet au Service des communications les informations nécessitant une communication auprès des publics internes ou externes;
- Transfère au Service des communications toute demande provenant des médias. Cette obligation ne s'applique pas lorsqu'une personne est sollicitée pour s'exprimer en tant que citoyen ou spécialiste disciplinaire. Le cas échéant, ces personnes agissent à titre individuel et n'engagent pas le cégep;
- Respecte les règles de confidentialité, la vie privée et la réputation des personnes dans la diffusion de messages ou de renseignements.

4.10. La communauté étudiante

- Respecte la Politique des communications;
- Prend connaissance des informations diffusées sur les canaux officiels du cégep, notamment le MIO hebdomadaire et Omnivox.

5. IMAGE DE MARQUE ET IDENTIFICATION VISUELLE

5.1 Identification visuelle du cégep

L'identité visuelle du Cégep de Trois-Rivières est encadrée par des normes graphiques qui assurent la cohérence et la reconnaissance de son image de marque. L'utilisation du logo, de ses déclinaisons et de tout élément visuel associé au cégep doit se faire conformément à ces normes. Seul le Service des communications est autorisé à modifier le logo ou ses déclinaisons.

5.2 Articles promotionnels

Tout article ou matériel promotionnel destiné à représenter le cégep ou ses composantes (programmes d'études, Diablos, services, etc.) doit être approuvé par le Service des communications. Une identification visuelle distinctive peut être autorisée dans certains contextes internes, lorsqu'elle a été préalablement approuvée et qu'elle intègre le logo officiel du cégep.

5.3 Application de l'image de marque par la FCSE

La Formation continue et des services aux entreprises (FCSE) utilise des déclinaisons spécifiques de l'image de marque du cégep pour ses activités et ses campagnes promotionnelles. Ces déclinaisons sont encadrées par les normes graphiques et doivent être approuvées par le Service des communications.

5.4 Image de marque des CCTT

Les centres collégiaux de transfert de technologie (CCTT) disposent d'identités visuelles propres, cohérentes avec celle du Cégep de Trois-Rivières. Chaque CCTT est responsable de son guide de normes graphiques et de son application. Leurs communications mettent en valeur, lorsque le contexte s'y prête, leur affiliation avec le cégep, dans le respect des normes en vigueur.

6. LES CHAMPS D'INTERVENTION

6.1 Les communications internes

Les communications internes visent à informer au moyen de messages simples, clairs et pertinents, au moment opportun et sur les canaux appropriés. Elles favorisent aussi la mobilisation et l'engagement de la communauté collégiale et contribuent à renforcer la fierté et le sentiment d'appartenance.

Elles s'appuient sur la transparence et sur une circulation bidirectionnelle de l'information, offrant à la communauté collégiale des occasions de s'exprimer, de contribuer et de participer activement à la vie institutionnelle.

6.2 Les communications externes

Les communications externes contribuent à la notoriété du cégep et soutiennent son rayonnement, sa réputation et son positionnement. Elles visent à établir la crédibilité et la confiance envers l'institution en mettant en valeur son expertise, ses réalisations, son rôle et son engagement au sein de la communauté.

Elles soutiennent aussi l'attraction et le recrutement des étudiants et étudiantes, du personnel, des partenaires et des entreprises.

6.3 Les canaux de communication

Les canaux de communication permettent de s'adresser aux différents publics. Les outils de communications ou promotionnels dédiés aux futurs étudiantes et étudiants ne sont pas recensés.

6.3.1 Infolettre À-Propos

Canal officiel de communication qui présente les informations essentielles pour le personnel. L'infolettre est diffusée par courriel de façon hebdomadaire.

6.3.2 Intranet

Site intranet réservé au personnel du cégep, rassemble toutes les informations et les outils utiles.

6.3.3 Courriel

6.3.3.1 Courriel à tous

Le courriel à tous est destiné aux messages exceptionnels ou urgents qui doivent être portés à l'attention de l'ensemble du personnel.

6.3.3.2 Courriel ciblé

Canal permettant de communiquer auprès de groupes ciblés.

6.3.4 Alertes

Le message d'alerte s'affiche automatiquement sur les ordinateurs du cégep et sur les appareils mobiles ayant téléchargé l'application. Les alertes sont diffusées uniquement en situation de mesures d'urgence.

6.3.5 MIO

6.3.5.1 Infolettre À savoir

Canal officiel de communication qui présente les informations essentielles pour les étudiantes et les étudiants. L'infolettre est diffusée via la messagerie interne d'Omnivox (MIO) de façon hebdomadaire.

6.3.5.2 MIO ciblé

Canal permettant de communiquer avec les étudiantes et les étudiants, individuellement ou auprès de groupes ciblés.

6.3.6 Omnivox

Diffusion aux étudiants et étudiantes selon les besoins de communication : actualité, événement, sondage, communauté, communiqué et message ciblé.

6.3.7 Affichage interne

L'affichage interne se fait exclusivement dans les espaces autorisés, conformément à la Procédure d'affichage (PR-501).

6.3.8 Sites Internet

6.3.8.1 Site web du cégep

Le site internet du cégep diffuse l'information destinée aux publics externes et rassemble les ressources et informations utiles aux étudiantes et étudiants.

6.3.8.2 Autres sites web

Quelques sites web existent pour soutenir des mandats spécifiques, notamment en Formation continue et services aux entreprises et dans les centres collégiaux de transfert de technologie. La création de nouveaux sites web n'est plus autorisée.

6.3.9 Les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux permettent au cégep de communiquer avec ses publics et de faire rayonner ses activités et ses réalisations.

6.3.9.1 Les comptes officiels

Les comptes officiels du cégep et des Diablos représentent l'institution dans son ensemble. Ils sont les seuls à utiliser les sigles des logos (le « T » et le « D ») sans mention additionnelle et à porter exclusivement le nom du cégep ou des Diablos.

6.3.9.2 Les autres comptes

Les programmes et les départements peuvent créer leurs propres comptes, à condition de respecter les normes de communication et l'identité visuelle approuvées par le Service des communications. Les équipes sportives qui gèrent des comptes spécifiques doivent le faire en cohérence avec le compte officiel Diablos. Le Service des communications peut accompagner les personnes administratrices et intervenir au besoin si l'image du cégep n'est pas respectée ou si un compte demeure inactif trop longtemps.

7. RÉVISION DE LA POLITIQUE

La Politique des communications est révisée minimalement aux cinq ans, sous la responsabilité de la Direction des communications et des affaires institutionnelles.

8. ENTRÉE EN VIGUEUR

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