

PRÉAMBULE

Toutes les étapes de la vie de notre établissement 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.

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

- de mise en valeur et de développement des programmes d'études préuniversitaires et techniques, de la formation continue, de la formation sur mesure en entreprise et de la reconnaissance des acquis et des compétences (RAC);
- de recherche appliquée, d'aide technique à l'entreprise et d'innovation technologique;
- de programme de coopération dans divers domaines;
- de ressources humaines par ses stages d'étudiants et d'enseignants;
- de développement de partenariats et d'alliances stratégiques.

Par la présente politique, le Collège détermine les différents paramètres des actions à conduire au plan de la communication organisationnelle et des relations publiques pour assurer l'efficacité des interventions tant à l'interne qu'à l'externe.

Avertissement : Dans le but d'alléger le texte, le genre masculin est utilisé à titre épique.

RÉFÉRENCES

- Charte des droits et des responsabilités des étudiants du Collège
- Charte des droits et libertés de la personne
- Guide des normes graphiques du Collège Shawinigan
- Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels
- Politique numéro 16 relative à la qualité de la langue et à son emploi
- Politique numéro 20 a) sur le droit d'auteur, volet informatique
- Politique numéro 20 b) sur le droit d'auteur, volet imprimé
- Politique numéro 22 sur la visibilité accordée aux collaborateurs
- Politique numéro 24 sur l'utilisation des équipements et réseaux informatiques

ARTICLE 1

OBJECTIFS

- 1.1 Énoncer les principes qui sous-tendent les objectifs et les actions de communication du Collège.
- 1.2 Définir ce que sont les communications au Collège, à quels publics elles s'adressent, qui sont les communicateurs et quels sont leurs rôles et responsabilités à ce titre.
- 1.3 Tracer une ligne directrice d'actions en matière de communication visant à articuler les activités de communication, à optimiser les retombées des efforts en cette matière et à clarifier les visées institutionnelles en relation avec les publics cibles.
- 1.4 Favoriser un climat de confiance et de sécurité lequel incite les intervenants à adhérer et à participer plus activement à la réalisation de la mission de l'établissement, 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.

ARTICLE 2

PRINCIPES DIRECTEURS

La politique des communications repose sur les deux principes suivants :

2.1 Le Collège encourage la libre circulation de l'information et favorise les échanges d'information auprès de ses publics internes et externes, et ce, dans le respect des règles et politiques suivantes:

- a) les prescriptions de la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels;
- b) la garantie des droits et libertés de la Charte des droits et libertés de la personne;
- c) le Guide des normes graphiques du Collège;
- d) la Politique relative à la qualité de la langue et à son emploi;
- e) la Politique numéro 20 a) sur le droit d'auteur, volet informatique;
- f) la Politique numéro 20 b) sur le droit d'auteur, volet imprimé;
- g) la Politique numéro 24 sur l'utilisation des équipements et réseaux informatiques;
- h) les propos (verbaux, écrits, web) sont respectueux de la personne, ils ne constituent ni une attaque personnelle, ni un harcèlement à l'endroit d'un individu ou d'un groupe. Ils ne sont ni racistes, ni sexistes, ni vulgaires, ni violents;
- i) chaque membre du personnel a une obligation légale de loyauté envers le Collège qui l'emploie. Cette obligation interdit, entre autres, de publier une information ou un commentaire pouvant porter atteinte à l'image et à la réputation du Collège;
- j) les communicateurs acceptent la responsabilité de leurs propos et, conséquemment, acceptent de s'identifier quand ils s'expriment publiquement tout en demeurant conscients qu'ils le font en étant identifiés au Collège.

2.2 Le Collège considère les communications comme un outil essentiel à la création de son milieu de vie, à la formation, à la gestion, à la mise en valeur et au développement assurant ainsi:

2.2.1 Création du milieu de vie

Le Collège développe des communications internes qui favorisent la qualité de vie des membres de la communauté collégiale. Ainsi, il invite tous les membres à rechercher la plus grande qualité de communication entre eux et avec leurs partenaires.

2.2.2 Moyen privilégié de formation

Le Collège considère les communications comme un outil privilégié de formation dans le processus enseignement-apprentissage. Il invite les enseignants et le personnel qui interviennent directement auprès des étudiants à rechercher la plus grande qualité de communication avec eux et entre eux.

2.2.3 Outil de gestion

Le Collège considère les communications comme un outil essentiel de gestion et de soutien nécessaire à la qualité des décisions à tous les niveaux. Il invite ainsi tous ses membres à rechercher et à fournir la plus grande qualité d'information.

2.2.4 Mise en valeur et développement du Collège

Le Collège reconnaît le rôle important joué par ses clientèles dans la propagation de l'information sur l'établissement.

ARTICLE 3

PUBLICS CIBLES

3.1 À l'interne

Les publics internes sont définis ainsi :

- la clientèle: individus, entreprises et organismes;
- le personnel;
- les bénévoles;
- les instances officielles du Collège;
- les organismes internes: syndicats, associations de parents et d'étudiants, association des cadres, comités de travail, centre collégial de transfert de technologie (CCTT : le CNETE);
- les organismes présents dans le Collège.

3.2 À l'externe

Les publics 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, professeurs en information scolaire, enseignants, parents;
- les autres établissements d'enseignement;
- les fournisseurs;
- les employeurs;
- les anciens étudiants et les retraités;
- les organismes et entreprises de la région;
- les organismes internationaux du domaine de l'éducation;
- les ministères;
- la Fédération des cégeps;
- les centrales syndicales;
- les autorités civiles et religieuses;
- les médias d'information;
- la population en général.

ARTICLE 4

RÔLES ET RESPONSABILITÉS

4.1 Le directeur des affaires étudiantes et communication

Le directeur des affaires étudiantes et communication s'assure de la conformité de la politique à la mission et aux orientations du Collège. Il est responsable de l'enrichissement et de la modification portant sur les différents aspects de la politique. Il s'assure de sa mise en œuvre et de son évaluation ainsi que du soutien nécessaire à son application. De plus, par l'élaboration d'un Plan de communication, il voit, en outre, à mettre en place les procédures de communication et procède à son évaluation.

4.2 Le conseiller en communication

Le conseiller en communication est responsable de l'application de la politique dans les actions de communication menées et soutenues par le Service des communications. Il en répond au directeur des affaires étudiantes et communication.

4.3 Les cadres et responsables d'unités administratives

Chaque cadre et chaque responsable d'unités administratives a la responsabilité de l'application de la politique dans son secteur et il en répond à son supérieur immédiat.

4.4 Les coordonnateurs de départements

Le coordonnateur de département assure le lien avec le conseiller en communication et agit comme porte-parole du département pour ce qui est des actions de communication à réaliser.

4.5 Le personnel

Chaque membre de la communauté collégiale respecte la politique et le guide des normes graphiques dans ses communications avec les publics internes et externes et en répond à son supérieur immédiat.

ARTICLE 5

QUALITÉ DE LA LANGUE

Le conseiller en communication s'assure de la qualité du français dans ses actions de communications fonctionnelles, de relations publiques et de publicité, et ce, en conformité avec la politique de la langue du Collège.

ARTICLE 6

PLAN DE COMMUNICATION

Il appartient à la Direction des affaires étudiantes et communication du Collège d'établir les procédures découlant de la présente politique, et ce, à travers son Plan de communication.

DATE D'ENTRÉE EN VIGUEUR

ARTICLE 7

La présente politique annule et remplace toute politique antérieure sur le même sujet. Elle a été adoptée par la résolution CA/2016-473.8.1 le 26 septembre 2016 et est en vigueur depuis cette date.