POLITIQUE DE COMMUNICATION ORGANISATIONNELLE

INSTITUT DE TECHNOLOGIE AGROALIMENTAIRE DU QUÉBEC
Campus de La Pocatière
Campus de Saint-Hyacinthe

DIRECTION DES COMMUNICATIONS ET DU SECRÉTARIAT GÉNÉRAL

JUIN 2026

Adoption		Révision	
Date 2 juin 2026	Résolution CA-260602-31e-3	Date	Résolution

Table des matières

Préambule 5
Cadre légal, réglementaire et normatif 5
Champ d'application 6
Objectifs 6
Définitions 6
Article 1 Principes directeurs 7
1.1 Cohérence institutionnelle 7
1.2 Exactitude, clarté et qualité de l'information 8
1.3 Transparence et responsabilité 8
1.4 Primauté de la communication interne 8
1.5 Responsabilité partagée 8
1.6 Protection de l'image et de la réputation 8
1.7 Respect de la langue française 8
1.8 Protection des renseignements personnels et confidentiels 8
1.9 Accessibilité et inclusion 9
1.10 Proportionnalité 9
Article 2 Rôles et responsabilités 9
2.1 Conseil d'administration 9
2.2 Direction générale 9
2.3 Direction des communications et du secrétariat général 10
2.4 Service des communications 10
2.5 Directions et gestionnaires 11
2.6 Direction des ressources humaines et du bien-être 11
2.7 Direction de l'expérience étudiante et de la mobilité 11
2.8 Direction de la formation continue 12
2.9 Direction de la transformation numérique et des technologies 12
2.10 Direction des services d'exploitation 13
2.11 Membres du personnel 13

2.12 Communauté étudiante, associations, syndicats et organismes apparentés 13
Article 3 Règles générales applicables aux communications 14
3.1 Communications institutionnelles 14
3.2 Communications courantes 14
3.3 Communications sensibles 14
3.4 Niveaux d'approbation 14
3.5 Qualité linguistique 15
Article 4 Communications internes 15
4.1 Finalité des communications internes 15
4.2 Responsabilité partagée 15
4.3 Cascade de communication 15
4.4 Canaux internes 15
4.5 Communications étudiantes 16
4.6 Alertes et mesures d'urgence 16
Article 5 Communications externes 16
5.1 Finalité des communications externes 16
5.2 Encadrement des communications externes 16
5.3 Communications promotionnelles et publicitaires 16
5.4 Sites Web et plateformes publiques 17
5.5 Événements institutionnels 17
5.6 Commandites 17
Article 6 Relations avec les médias et prises de parole publiques 17
6.1 Porte-parole officiel 17
6.2 Coordination des relations médias 18
6.3 Communiqués et conférences de presse 18
6.4 Prise de parole individuelle ou professionnelle 18
6.5 Associations, syndicats et regroupements reconnus 18
6.6 Publications de tiers mentionnant l'ITAQ 18
6.7 Recherche, expertise et diffusion scientifique 19

Article 7 Médias sociaux et plateformes numériques 19
7.1 Principes généraux 19
7.2 Comptes officiels 19
7.3 Comptes périphériques 19
7.4 Utilisation personnelle des médias sociaux 19
7.5 Sécurité numérique 19
Article 8 Identité visuelle et image de marque 20
8.1 Principe général 20
8.2 Utilisation du nom, du logo et des éléments graphiques 20
8.3 Gabarits approuvés 20
8.4 Outils institutionnels et outils autonomes 20
8.5 Signatures graphiques particulières 20
8.6 Signature de courriel 20
Article 9 Protection des renseignements personnels, de l'image et des informations confidentielles 20
9.1 Renseignements personnels 21
9.2 Droit à l'image 21
9.3 Informations confidentielles ou sensibles 21
9.4 Incidents ou risques 21
Article 10 Mise en œuvre, suivi et révision 21

PRÉAMBULE

La communication organisationnelle constitue un levier essentiel à la réalisation de la mission de l'Institut de technologie agroalimentaire du Québec, ci-après l'« ITAQ » ou l'« Institut ». Elle contribue à informer, mobiliser, positionner, promouvoir et soutenir les différents publics internes et externes de l'Institut, tout en assurant la cohérence, la crédibilité et la qualité des messages diffusés.

Dans un contexte où l'ITAQ interagit avec une communauté diversifiée, des partenaires institutionnels, gouvernementaux, éducatifs, agroalimentaires et médiatiques, il importe que les communications effectuées en son nom soient exactes, accessibles, cohérentes et conformes à ses orientations stratégiques, à ses valeurs, à son image de marque et à ses obligations légales et institutionnelles.

La présente politique établit les principes, rôles, responsabilités et règles générales applicables aux communications organisationnelles de l'ITAQ. Elle vise à soutenir une culture de communication claire, responsable et collaborative, dans laquelle chaque direction, chaque gestionnaire et chaque membre de la communauté comprend son rôle dans la circulation de l'information et la protection de la réputation institutionnelle.

CADRE LÉGAL, RÉGLEMENTAIRE ET NORMATIF

La présente politique s'inscrit notamment dans le respect des lois, règlements, politiques, directives et documents normatifs applicables à l'ITAQ, dont :

- *Charte des droits et libertés de la personne* ;
- *Loi sur l'Institut de technologie agroalimentaire du Québec* (LQ 2021, c. 3) qui est la loi constitutive de l'ITAQ ;
- *Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels* (RLRQ, c. A-2.1) ;
- Politique et directive institutionnelles de valorisation de la langue française ;
- Règlement relatif aux conditions de vie des étudiants ;
- Directive d'utilisation des réseaux sociaux et nétiquette de l'ITAQ.

En cas d'incompatibilité entre la présente politique et une loi, un règlement ou une directive gouvernementale applicable, ces derniers ont préséance. En cas d'incompatibilité entre la présente politique et un autre document normatif interne de l'ITAQ, l'interprétation doit privilégier la cohérence institutionnelle, la protection de l'intérêt public, le respect des obligations légales et la mission de l'Institut.

CHAMP D'APPLICATION

La présente politique s'applique à toute communication réalisée pour l'ITAQ, au nom de l'ITAQ ou susceptible d'être perçue comme une communication institutionnelle de l'ITAQ, qu'elle soit destinée à un public interne ou externe.

La présente politique s'applique aux membres du conseil d'administration, aux membres du personnel, aux gestionnaires, aux personnes étudiantes, aux stagiaires, aux bénévoles, aux consultants, aux mandataires et, lorsque pertinent, aux partenaires ou organismes associés qui utilisent le nom, l'image, les plateformes, les locaux, les outils ou les ressources de l'ITAQ.

Elle ne remplace pas les directives, procédures, guides ou gabarits opérationnels qui précisent les modalités d'application propres à certains canaux, activités ou outils de communication.

OBJECTIFS

La présente politique a pour objectifs de :

- assurer une gestion cohérente, rigoureuse et efficace des communications internes et externes de l'ITAQ;
- clarifier les rôles et responsabilités des instances, directions, services, gestionnaires et membres de la communauté en matière de communication;
- encadrer la prise de parole officielle au nom de l'ITAQ et les relations avec les médias;
- favoriser une circulation fluide, transparente et pertinente de l'information auprès des publics internes et externes;
- soutenir la compréhension des orientations, décisions, projets et enjeux organisationnels;
- protéger l'image, la notoriété, la réputation et l'identité visuelle de l'ITAQ;
- promouvoir une utilisation responsable, professionnelle et sécuritaire des canaux de communication, y compris les plateformes numériques et les médias sociaux;
- favoriser la mobilisation, la collaboration, la concertation et le sentiment d'appartenance au sein de la communauté de l'ITAQ;
- prévenir les risques de confusion, de malentendu, de communication inexacte ou de gestion inadéquate d'enjeux sensibles;
- assurer le respect des obligations applicables en matière de langue française, de protection des renseignements personnels, de confidentialité, de sécurité de l'information et de droit à l'image.

DÉFINITIONS

Aux fins de la présente politique, les termes suivants signifient :

Communauté de l'ITAQ : L'ensemble des personnes qui participent à la vie institutionnelle de l'ITAQ ou interagissent avec celui-ci, notamment les membres du conseil d'administration, les membres du personnel, les gestionnaires, les personnes étudiantes, les associations étudiantes, les syndicats, les personnes diplômées, la Fondation de l'ITAQ, les organismes apparentés, les partenaires internes et les partenaires institutionnels.

Communication externe : Toute communication destinée principalement à des publics situés à l'extérieur de l'organisation, notamment les futurs étudiants et futures étudiantes, les parents, les partenaires externes, les personnes diplômées, les organismes gouvernementaux, les entreprises, les médias, les milieux agroalimentaires, les milieux de l'éducation, les associations, les donateurs, les fournisseurs et le grand public.

Communication interne : Toute communication destinée principalement aux membres du personnel, aux gestionnaires, aux instances internes, aux membres du conseil d'administration, à la communauté étudiante ou aux partenaires internes de l'ITAQ.

Communication organisationnelle : Toute activité de transmission, de diffusion, de promotion, de consultation, de sensibilisation, de mobilisation ou de représentation réalisée dans un contexte institutionnel, interne ou externe, et liée à la mission, aux activités, aux orientations, aux programmes, aux services, aux réalisations ou à l'image de l'ITAQ.

Image de marque : L'ensemble des éléments visuels, verbaux, graphiques, symboliques et réputationnels associés à l'ITAQ, notamment son nom, son logo, ses couleurs, ses signatures graphiques, son ton institutionnel, ses messages clés, ses gabarits, ses visuels, ses publications et ses plateformes.

Porte-parole officiel : La personne autorisée à s'exprimer officiellement au nom de l'ITAQ. Sauf délégation contraire, cette responsabilité relève de la direction générale.

Prise de parole officielle : Toute déclaration, entrevue, communication, publication ou représentation faite au nom de l'ITAQ ou susceptible d'être interprétée comme exprimant la position officielle de l'Institut.

Service des communications : L'équipe relevant de la DCSG et assumant les fonctions professionnelles et techniques liées aux communications internes, externes, numériques, médiatiques, promotionnelles, événementielles et institutionnelles.

ARTICLE 1 PRINCIPES DIRECTEURS

1.1 Cohérence institutionnelle

Les communications de l'ITAQ doivent être cohérentes avec sa mission, sa vision, ses valeurs, ses orientations stratégiques, ses priorités organisationnelles et son image de marque.

1.2 Exactitude, clarté et qualité de l'information

Les informations diffusées doivent être factuelles, exactes, compréhensibles, pertinentes, accessibles et adaptées aux publics visés. Elles doivent être présentées dans un langage clair, professionnel et conforme aux normes linguistiques de l'ITAQ.

1.3 Transparence et responsabilité

L'ITAQ favorise une communication transparente, responsable et diligente, dans le respect de ses obligations légales, de ses devoirs institutionnels et des limites imposées par la confidentialité, la protection des renseignements personnels, la sécurité de l'information, les relations de travail, les processus décisionnels et les enjeux sensibles.

1.4 Primauté de la communication interne

Lorsque le contexte le permet, l'ITAQ privilégie l'information préalable ou concomitante de ses publics internes avant toute communication externe susceptible d'avoir une incidence sur eux. Ce principe vise à soutenir la mobilisation, la compréhension et l'adhésion de la communauté institutionnelle.

1.5 Responsabilité partagée

La communication est une responsabilité partagée. La DCSG assure la gouvernance institutionnelle des communications, mais chaque direction, chaque gestionnaire et chaque membre de la communauté contribue à la qualité, à la circulation et à la cohérence de l'information dans son champ de responsabilité.

1.6 Protection de l'image et de la réputation

Toute communication réalisée au nom de l'ITAQ doit contribuer à préserver la crédibilité, la notoriété, la réputation et l'image institutionnelle de l'Institut.

1.7 Respect de la langue française

Le français est la langue normale et habituelle des communications institutionnelles de l'ITAQ, sous réserve des exceptions prévues par la loi, les politiques applicables ou les exigences propres à certaines activités d'enseignement, de partenariat, de recherche ou de recrutement.

1.8 Protection des renseignements personnels et confidentiels

Les communications doivent respecter les obligations applicables en matière de protection des renseignements personnels, de confidentialité, de droit à l'image, de propriété intellectuelle, de sécurité de l'information et d'utilisation responsable des technologies.

1.9 Accessibilité et inclusion

L'ITAQ favorise des communications accessibles, inclusives et respectueuses de la diversité de ses publics. Les messages doivent tenir compte, lorsque pertinent, des besoins des personnes étudiantes, du personnel, des partenaires et des clientèles desservies.

1.10 Proportionnalité

Le niveau d'encadrement, de validation ou d'accompagnement requis doit être proportionnel à la portée, au risque, à la visibilité et à la sensibilité de la communication concernée. Les communications institutionnelles, sensibles, publiques ou à large diffusion, nécessitent un encadrement plus formel que les communications courantes réalisées à l'aide de gabarits ou de canaux déjà approuvés.

ARTICLE 2 RÔLES ET RESPONSABILITÉS

2.1 Conseil d'administration

Le conseil d'administration :

a) adopte la présente politique et ses modifications substantielles;
b) veille, dans l'exercice de ses fonctions, à la cohérence et à la qualité des communications qui lui sont destinées ou qui émanent de ses travaux;
c) contribue à préserver la réputation, l'intégrité et la crédibilité institutionnelle de l'ITAQ;
d) respecte les règles applicables en matière de confidentialité, de gouvernance, de conflit d'intérêts et de prise de parole publique.

2.2 Direction générale

La direction générale :

a) assume l'autorité institutionnelle ultime en matière de communications organisationnelles;
b) agit, sauf délégation, à titre de porte-parole officiel de l'ITAQ;
c) peut désigner une ou plusieurs personnes autorisées à s'exprimer au nom de l'ITAQ selon le contexte, le sujet ou l'expertise requise;
d) veille à ce que les communications soutiennent la mission, les orientations stratégiques, les valeurs et la réputation de l'Institut;
e) assure, avec l'appui de la DCSG, la cohérence des messages touchant les orientations institutionnelles, les décisions stratégiques, les enjeux sensibles et les situations de crise;
f) favorise une culture de communication transparente, collaborative et responsable au sein de l'organisation.

2.3 Direction des communications et du secrétariat général

La DCSG :

a) est responsable de la gouvernance institutionnelle des communications de l'ITAQ;
b) veille à l'application de la présente politique et des directives, procédures, guides et gabarits qui en découlent;
c) conseille la direction générale, le comité de direction et les directions en matière de communications stratégiques, institutionnelles, internes, externes, numériques, médiatiques et événementielles;
d) assure la cohérence des messages institutionnels et des prises de parole officielles;
e) encadre les relations médias et les communications liées aux enjeux sensibles;
f) établit les normes relatives à l'image de marque, à l'identité visuelle, aux gabarits et aux outils institutionnels;
g) coordonne, lorsque requis, les plans de communication liés aux priorités organisationnelles, aux projets institutionnels, aux campagnes de notoriété, aux événements institutionnels et aux situations particulières;
h) détermine, en collaboration avec les directions concernées, les niveaux d'approbation requis selon la portée, le risque et la sensibilité des communications;
i) assure une vigie des pratiques de communication et propose les améliorations nécessaires.

2.4 Service des communications

Le Service des communications :

a) conçoit, rédige, révise, produit, diffuse ou coordonne les communications institutionnelles relevant de son mandat;
b) soutient les directions dans l'élaboration de stratégies, de plans, d'outils et de messages de communication;
c) coordonne les relations avec les médias, les communiqués de presse, les conférences de presse et les demandes médiatiques;
d) gère ou coordonne les plateformes Web, les médias sociaux officiels, les infolettres institutionnelles, les outils promotionnels, les campagnes publicitaires et les communications institutionnelles numériques;
e) développe et met à jour les gabarits, guides, outils, messages clés et normes graphiques institutionnels;
f) accompagne les directions dans la promotion d'événements, de projets, de programmes ou de réalisations, selon les priorités institutionnelles et la capacité organisationnelle;
g) assure la cohérence rédactionnelle, graphique et institutionnelle des communications qui lui sont soumises;
h) effectue une veille médiatique et communicationnelle lorsque requis.

2.5 Directions et gestionnaires

Les directions et gestionnaires :

a) appliquent la présente politique dans leur champ de responsabilité;
b) jouent un rôle actif de communication de gestion auprès de leurs équipes;
c) assurent la circulation de l'information pertinente auprès de leur personnel et, lorsque requis, auprès des autres directions concernées;
d) contribuent à la compréhension des orientations, décisions, projets et enjeux organisationnels;
e) déterminent, en collaboration avec la DCSG, les besoins de communication liés à leurs projets, activités, programmes, services ou enjeux;
f) utilisent les gabarits, canaux, normes et outils approuvés par l'ITAQ;
g) transmettent à la DCSG les demandes de communication institutionnelle, médiatique, publique, sensible ou à large diffusion;
h) relaient les rétroactions pertinentes de leur personnel ou de leurs publics vers les instances appropriées;
i) veillent à ce que les communications relevant de leur direction soient exactes, à jour, cohérentes et conformes aux règles applicables.

2.6 Direction des ressources humaines et du bien-être

La Direction des ressources humaines et du bien-être, ci-après la « DRHBE » :

a) collabore avec la DCSG pour les communications touchant l'expérience employé, la mobilisation, la reconnaissance, la valorisation du personnel, la marque employeur, le climat organisationnel, la gestion du changement et les communications liées aux ressources humaines;
b) contribue à l'élaboration des messages, stratégies et outils qui concernent les conditions de travail, les relations de travail, le développement organisationnel, la santé, la sécurité, le mieux-être et les changements organisationnels ayant une incidence sur le personnel;
c) assure, dans son champ de responsabilité, l'exactitude des contenus liés aux ressources humaines;
d) participe à la planification et à la réalisation de certaines activités de reconnaissance, de mobilisation ou de consultation du personnel, en collaboration avec la DCSG et les directions concernées.

2.7 Direction de l'expérience étudiante et de la mobilité

La Direction de l'expérience étudiante et de la mobilité, ci-après la « DEEM » :

a) assure la gestion opérationnelle des communications courantes destinées à la communauté étudiante par les canaux qui lui sont confiés, notamment les plateformes étudiantes, les messages internes aux personnes étudiantes et certains outils d'affichage étudiant;
b) veille à la pertinence, à l'exactitude et à l'accessibilité des informations transmises aux personnes étudiantes;
c) collabore avec la DCSG pour les communications institutionnelles, publiques, sensibles, événementielles ou à large diffusion destinées à la communauté étudiante;
d) s'assure que les communications étudiantes respectent les normes institutionnelles, l'image de marque, les règles de confidentialité et les directives applicables;
e) coordonne, avec la DCSG lorsque requis, les messages relatifs aux services aux étudiants, à la vie étudiante, aux activités institutionnelles, aux événements, aux échéances importantes ou aux enjeux ayant une portée organisationnelle.

2.8 Direction de la formation continue

La Direction de la formation continue, ci-après la « DFC » :

a) peut produire et diffuser certaines communications promotionnelles liées à ses formations, services, activités, clientèles et partenariats, dans le respect des normes institutionnelles et des gabarits ou lignes directrices approuvés;
b) assure l'exactitude, la conformité et la mise à jour des contenus propres à son offre de formation, à ses services et à ses obligations particulières;
c) collabore avec la DCSG pour les campagnes institutionnelles, les messages sensibles, les communications à forte visibilité, les relations médias, les communications touchant l'image de marque de l'ITAQ et les obligations de communication découlant de conventions d'aide financière ou de partenariats structurants;
d) soumet à la DCSG, selon les modalités établies, les outils ou communications nécessitant une validation institutionnelle.

2.9 Direction de la transformation numérique et des technologies

La Direction de la transformation numérique et des technologies, ci-après la « DTNT » :

a) assure la gestion des accès, de la sécurité et du soutien technologique liés aux plateformes numériques institutionnelles, dans son champ de responsabilité;
b) collabore avec la DCSG pour l'utilisation sécuritaire, cohérente et efficace des outils numériques de communication;
c) encadre, avec les directions concernées, les aspects technologiques liés aux mots de passe, aux accès, à l'authentification, à la cybersécurité, à la conservation des données et aux plateformes collaboratives;

d) contribue à la résolution des enjeux technologiques susceptibles d'avoir une incidence sur les communications internes ou externes.

2.10 Direction des services d'exploitation

La Direction des services d'exploitation, ci-après la « DSE » :

a) est responsable, dans son champ de responsabilité, des communications opérationnelles liées à la sécurité des personnes, aux mesures d'urgence, aux bâtiments, aux infrastructures et aux situations nécessitant une alerte immédiate;
b) collabore avec la DCSG pour les communications publiques ou institutionnelles découlant d'une situation d'urgence, d'un incident ou d'un enjeu opérationnel sensible;
c) veille à ce que les messages d'urgence ou de sécurité soient diffusés par les canaux appropriés, dans les délais requis et selon les protocoles applicables.

2.11 Membres du personnel

Les membres du personnel :

a) respectent la présente politique et les directives, procédures, guides et normes qui en découlent;
b) utilisent les canaux, gabarits et outils approuvés pour les communications réalisées dans le cadre de leurs fonctions;
c) s'assurent de l'exactitude, de la pertinence et de la confidentialité des informations qu'ils transmettent;
d) ne s'expriment pas au nom de l'ITAQ sans autorisation;
e) transmettent à la DCSG toute demande provenant des médias ou toute situation pouvant entraîner une prise de parole publique au nom de l'Institut;
f) respectent les règles relatives à l'image de marque, à la langue française, aux renseignements personnels, au droit à l'image, à la confidentialité et à la sécurité de l'information;
g) contribuent, dans leur rôle respectif, à une communication respectueuse, professionnelle et constructive.

2.12 Communauté étudiante, associations, syndicats et organismes apparentés

La communauté étudiante, les associations étudiantes, les syndicats, la Fondation de l'ITAQ, le Réseau des diplômés et retraités de l'ITAQ et les autres organismes apparentés doivent respecter les règles applicables lorsqu'ils utilisent le nom, l'image, les plateformes, les lieux, les services ou les ressources de l'ITAQ.

Les associations étudiantes, les syndicats et les autres groupes reconnus peuvent s'exprimer au nom de leurs membres, dans le respect des lois, de leurs propres règles de gouvernance et des

politiques applicables. Ils ne peuvent toutefois pas s'exprimer au nom de l'ITAQ ni laisser croire qu'ils représentent la position officielle de l'Institut, sauf autorisation expresse.

ARTICLE 3 RÈGLES GÉNÉRALES APPLICABLES AUX COMMUNICATIONS

3.1 Communications institutionnelles

Toute communication institutionnelle doit être cohérente avec les orientations, la mission, les valeurs et l'image de l'ITAQ. Les communications touchant les orientations stratégiques, les décisions institutionnelles, les enjeux sensibles, la réputation, les relations médias, les campagnes de notoriété ou les partenariats structurants doivent être planifiées ou vérifiées avec la DCSG.

3.2 Communications courantes

Les communications courantes réalisées par les directions dans le cadre de leurs activités régulières peuvent être effectuées directement par celles-ci, dans la mesure où elles respectent les gabarits, normes, canaux, règles de confidentialité et balises institutionnelles applicables.

3.3 Communications sensibles

Une communication est considérée sensible lorsqu'elle est susceptible d'avoir un impact sur la réputation de l'ITAQ, les relations de travail, les droits des personnes, la confidentialité, la sécurité, les obligations gouvernementales, les relations avec les partenaires, les médias ou la confiance du public.

Toute communication sensible doit être portée à l'attention de la direction concernée et de la DCSG. Selon la nature de l'enjeu, la direction générale, la DRHBE, la DEEM, la DFC, la DTNT, la DSE, le secrétariat général ou toute autre direction concernée peut être associée à la préparation ou à l'approbation du message.

3.4 Niveaux d'approbation

Les communications sont soumises à des niveaux d'approbation proportionnels à leur portée et à leur risque. De façon générale :

a) les communications courantes internes peuvent être approuvées par la direction responsable;
b) les communications utilisant des gabarits approuvés peuvent être produites par les directions selon les balises établies;
c) les communications institutionnelles, externes, publiques, médiatiques, sensibles ou à large diffusion doivent être validées par la DCSG;
d) les communications comportant un enjeu stratégique, juridique, politique, gouvernemental, réputationnel ou de crise doivent être portées à l'attention de la direction générale.

3.5 Qualité linguistique

Toute communication institutionnelle doit respecter les exigences de qualité de la langue française et les normes rédactionnelles applicables. La DCSG peut établir des gabarits, guides ou lignes directrices afin d'assurer l'uniformité rédactionnelle des communications.

ARTICLE 4 COMMUNICATIONS INTERNES

4.1 Finalité des communications internes

Les communications internes visent à informer, mobiliser, consulter et soutenir les membres du personnel, les gestionnaires, la communauté étudiante et les instances internes de l'ITAQ. Elles contribuent à la compréhension des orientations, à l'adhésion aux décisions, à la coordination des activités, à la reconnaissance, au sentiment d'appartenance et à la réussite des projets organisationnels.

4.2 Responsabilité partagée

La DCSG assure la cohérence et l'encadrement des communications internes institutionnelles. Les directions et gestionnaires ont la responsabilité de relayer l'information pertinente à leurs équipes et de contextualiser les décisions, projets ou changements qui les concernent.

Lorsque les communications internes portent sur la mobilisation, la reconnaissance, le climat organisationnel, la marque employeur, la gestion du changement ou les ressources humaines, la DCSG et la DRHBE travaillent en collaboration.

4.3 Cascade de communication

Lorsque le contexte le permet, les informations importantes ou susceptibles d'avoir une incidence sur la communauté interne sont communiquées d'abord aux publics internes concernés, ou simultanément à la communication externe. La cascade de communication doit permettre aux gestionnaires et aux équipes de comprendre les messages clés, les impacts attendus et les réponses à fournir aux questions prévisibles.

4.4 Canaux internes

Les canaux internes de communication peuvent notamment comprendre :

a) les communications de la direction générale;
b) les notes de service et communiqués internes;
c) les infolettres institutionnelles;
d) l'intranet;
e) les plateformes étudiantes;
f) les plateformes collaboratives;

g) les rencontres d'équipe, assemblées, séances d'information et événements internes;
h) les outils d'affichage institutionnels;
i) tout autre canal reconnu ou approuvé par l'ITAQ.

L'utilisation de ces canaux doit respecter les règles établies par la DCSG, les directions responsables et les directives applicables.

4.5 Communications étudiantes

Les communications destinées à la communauté étudiante sont coordonnées par les directions responsables selon leur champ d'activité. La DEEM assure la gestion opérationnelle des canaux étudiants qui lui sont confiés, en collaboration avec les autres directions lorsque les contenus relèvent de celles-ci.

Les communications institutionnelles, sensibles, publiques ou à large diffusion destinées aux personnes étudiantes doivent être harmonisées avec la DCSG.

4.6 Alertes et mesures d'urgence

Les alertes liées à la sécurité des personnes, aux mesures d'urgence ou aux situations opérationnelles critiques sont diffusées selon les protocoles établis par la DSE, en collaboration avec les directions concernées. Lorsque la situation comporte une dimension publique, médiatique ou réputationnelle, la DCSG et la direction générale sont associées à la préparation des communications appropriées.

ARTICLE 5 COMMUNICATIONS EXTERNES

5.1 Finalité des communications externes

Les communications externes visent à faire connaître l'ITAQ, à promouvoir ses programmes et services, à valoriser ses réalisations, à soutenir son rayonnement, à renforcer sa notoriété et à entretenir des relations de qualité avec ses publics externes.

5.2 Encadrement des communications externes

Les communications externes institutionnelles relèvent de la DCSG. Les directions peuvent réaliser certaines communications externes propres à leurs activités, dans la mesure où elles respectent les gabarits, normes, règles et niveaux d'approbation applicables.

Les communications externes susceptibles d'engager l'image, la réputation, les orientations, les positions institutionnelles, les obligations gouvernementales ou les relations avec les médias doivent être validées par la DCSG.

5.3 Communications promotionnelles et publicitaires

Les campagnes promotionnelles ou publicitaires institutionnelles sont élaborées, coordonnées ou validées par la DCSG. Elles doivent respecter l'identité visuelle, les messages clés, les normes graphiques, les obligations linguistiques et les priorités institutionnelles de l'ITAQ.

Les directions qui disposent d'activités promotionnelles propres, notamment la DFC, peuvent produire certains outils ou contenus selon les gabarits et balises approuvés. Les campagnes d'envergure, les messages institutionnels et les communications à forte visibilité doivent être harmonisés avec la DCSG.

5.4 Sites Web et plateformes publiques

Les sites Web et plateformes publiques de l'ITAQ constituent des vitrines institutionnelles. La DCSG encadre leur contenu, leur présentation, leur cohérence graphique et leur évolution, en collaboration avec les directions responsables des contenus spécialisés.

Les directions sont responsables de fournir à la DCSG des informations exactes, complètes et à jour concernant leurs programmes, services, activités, événements, réalisations ou obligations particulières.

5.5 Événements institutionnels

Les communications liées aux événements institutionnels doivent respecter l'image de marque, les règles de protocole, les normes graphiques, les obligations linguistiques et les niveaux d'approbation applicables.

La DCSG peut être responsable de la planification, de la coordination, de la promotion ou de l'accompagnement de certains événements institutionnels. Dans d'autres cas, elle agit en rôle-conseil auprès des directions, services ou comités responsables de l'événement.

5.6 Commandites

Les demandes, offres ou activités de commandite sont régies par les documents normatifs applicables de l'ITAQ. La présente politique ne remplace pas ces règles. Les communications liées aux commandites doivent toutefois respecter l'image de marque, les normes graphiques, les obligations de visibilité, les règles d'approbation et les principes de cohérence institutionnelle établis par l'ITAQ.

ARTICLE 6 RELATIONS AVEC LES MÉDIAS ET PRISES DE PAROLE PUBLIQUES

6.1 Porte-parole officiel

La direction générale est, sauf délégation, la porte-parole officielle de l'ITAQ. Elle peut désigner une autre personne pour s'exprimer au nom de l'Institut selon la nature du sujet, le contexte, l'expertise requise ou les besoins de la situation.

6.2 Coordination des relations médias

La DCSG coordonne les relations de l'ITAQ avec les médias. Toute demande provenant d'un média doit être transmise sans délai à la DCSG. Aucun membre de la communauté ne peut inviter un média, répondre à une demande médiatique au nom de l'ITAQ, transmettre une position institutionnelle ou organiser une activité médiatique sans autorisation préalable.

6.3 Communiqués et conférences de presse

Les communiqués de presse, conférences de presse, invitations médias, déclarations publiques et messages officiels destinés aux médias sont préparés, coordonnés ou validés par la DCSG, en collaboration avec la direction générale et les directions concernées.

6.4 Prise de parole individuelle ou professionnelle

La présente politique reconnaît que les membres du personnel peuvent s'exprimer à titre personnel, citoyen, professionnel ou d'expert dans leur domaine de compétence. Lorsqu'une personne s'exprime à titre individuel, ses propos n'engagent pas l'ITAQ.

Toutefois, lorsqu'une personne utilise son titre, son affiliation à l'ITAQ ou des informations liées à ses fonctions, elle doit :

a) éviter de laisser croire qu'elle s'exprime au nom de l'Institut, sauf autorisation;
b) respecter ses obligations de confidentialité, de loyauté, de réserve et de protection des renseignements personnels;
c) s'assurer de l'exactitude des informations diffusées;
d) respecter les principes généraux de la présente politique;
e) éviter de porter atteinte à la réputation, à l'image ou aux intérêts légitimes de l'ITAQ.

6.5 Associations, syndicats et regroupements reconnus

Les associations étudiantes, syndicats et regroupements reconnus peuvent communiquer avec les médias ou le public au nom de leurs membres. Ils ne peuvent toutefois pas s'exprimer au nom de l'ITAQ ni utiliser l'identité institutionnelle de façon à créer une confusion quant à la position officielle de l'Institut.

6.6 Publications de tiers mentionnant l'ITAQ

Toute mention de l'ITAQ dans un communiqué, une publication, une campagne ou un outil de communication d'un tiers doit être soumise à la DCSG lorsque cette mention est susceptible

d'engager l'Institut, d'utiliser son identité visuelle, de présenter un partenariat, de diffuser une position institutionnelle ou d'avoir une portée publique importante.

6.7 Recherche, expertise et diffusion scientifique

La diffusion de résultats de recherche, de contenus scientifiques ou de communications spécialisées doit respecter les règles applicables en matière de recherche, d'éthique, de propriété intellectuelle, de confidentialité, de partenariats, de financement et de communication institutionnelle. La DCSG collabore, au besoin, avec les instances responsables de la recherche ou les directions concernées.

ARTICLE 7 MÉDIAS SOCIAUX ET PLATEFORMES NUMÉRIQUES

7.1 Principes généraux

Les médias sociaux et plateformes numériques constituent des outils importants de rayonnement, de recrutement, d'information, de mobilisation et d'interaction avec les publics de l'ITAQ. Leur utilisation doit être professionnelle, respectueuse, cohérente, sécuritaire et conforme aux règles applicables.

7.2 Comptes officiels

Les comptes officiels de l'ITAQ sur les médias sociaux relèvent de la DCSG. Celle-ci établit les orientations, messages, règles éditoriales, niveaux d'accès et modalités de gestion applicables.

7.3 Comptes périphériques

La création, l'utilisation ou le maintien de comptes périphériques liés à des directions, services, programmes, comités, équipes, projets ou activités associées à l'ITAQ doivent être réalisés en collaboration avec la DCSG et respecter la Directive d'utilisation des médias sociaux et la nétiquette, les normes graphiques, les règles de confidentialité et les orientations institutionnelles.

7.4 Utilisation personnelle des médias sociaux

Les membres de la communauté qui utilisent les médias sociaux à titre personnel doivent éviter de créer une confusion entre leur opinion personnelle et la position officielle de l'ITAQ. Les obligations de confidentialité, de respect, de protection des renseignements personnels, de loyauté et d'utilisation responsable des informations institutionnelles demeurent applicables.

7.5 Sécurité numérique

La DTNT encadre, selon son champ de responsabilité, les accès, mots de passe, plateformes, droits d'utilisation et aspects technologiques liés à la sécurité numérique. Toute utilisation des plateformes de communication doit respecter les règles de sécurité de l'information applicables.

ARTICLE 8 IDENTITÉ VISUELLE ET IMAGE DE MARQUE

8.1 Principe général

L'identité visuelle de l'ITAQ doit être utilisée de façon cohérente, professionnelle et conforme aux normes graphiques approuvées. Elle contribue à la reconnaissance, à la crédibilité et au rayonnement de l'Institut.

8.2 Utilisation du nom, du logo et des éléments graphiques

Le nom, le logo, les couleurs, les signatures graphiques, les armoiries, les marques, les slogans, les visuels et les autres éléments de l'image de marque de l'ITAQ ne peuvent être utilisés, modifiés, adaptés, reproduits ou diffusés qu'en conformité avec les normes établies par la DCSG.

8.3 Gabarits approuvés

Les directions, services, programmes ou équipes peuvent produire certains outils à partir de gabarits approuvés par la DCSG. L'utilisation de ces gabarits ne requiert pas nécessairement une validation individuelle de chaque document, sauf lorsque la communication est externe, institutionnelle, sensible, médiatique, à forte visibilité ou comporte un enjeu particulier.

8.4 Outils institutionnels et outils autonomes

Les outils institutionnels, promotionnels ou publics à forte visibilité, doivent être produits ou validés par la DCSG. Les outils de travail, documents pédagogiques, documents didactiques ou outils internes spécialisés peuvent être produits par les directions responsables, dans la mesure où ils respectent les normes minimales applicables et ne créent pas de confusion quant à l'image de marque.

8.5 Signatures graphiques particulières

Toute création de signes graphiques, identité secondaire, signature visuelle, visuel de programme, équipe, événement, service ou organisme associé doit être approuvée par la DCSG avant utilisation. Des adaptations particulières peuvent être autorisées lorsque justifiées par le contexte, le public visé ou un partenariat, sous réserve du respect de l'image institutionnelle.

8.6 Signature de courriel

La signature de courriel institutionnelle doit respecter les normes établies par l'ITAQ. Les membres du personnel doivent utiliser les gabarits de signature approuvés et éviter l'ajout d'éléments visuels, slogans, images ou messages non autorisés susceptibles de nuire à la cohérence institutionnelle.

ARTICLE 9 PROTECTION DES RENSEIGNEMENTS PERSONNELS, DE L'IMAGE ET DES INFORMATIONS CONFIDENTIELLES

9.1 Renseignements personnels

Toute communication contenant des renseignements personnels doit respecter les règles applicables en matière d'accès à l'information, de protection des renseignements personnels, de collecte, d'utilisation, de conservation, de diffusion et de destruction de l'information.

9.2 Droit à l'image

La captation, l'utilisation ou la diffusion de photographies, vidéos, enregistrements sonores ou images permettant d'identifier une personne doivent respecter les règles applicables en matière de consentement, de droit à l'image, de protection des renseignements personnels et d'utilisation des contenus.

9.3 Informations confidentielles ou sensibles

Les informations confidentielles, stratégiques, financières, contractuelles, juridiques, disciplinaires, médicales, personnelles, syndicales, gouvernementales, technologiques ou liées à un processus décisionnel ne peuvent être diffusées sans autorisation. Les personnes ayant accès à de telles informations doivent faire preuve de prudence et respecter les obligations applicables.

9.4 Incidents ou risques

Toute diffusion non autorisée, erreur de communication, atteinte potentielle à la confidentialité, publication inappropriée ou situation susceptible de causer un préjudice à l'ITAQ ou à une personne doit être signalée rapidement à la direction concernée et selon le cas, à la DCSG, à la personne responsable de la protection des renseignements personnels, à la DTNT, à la DRHBE ou à la direction générale.

ARTICLE 10 MISE EN ŒUVRE, SUIVI ET RÉVISION

La DCSG est responsable de la mise en œuvre, du suivi et de la révision de la présente politique, en collaboration avec les directions concernées.

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

Elle remplace toute version antérieure portant sur le même objet.

Le conseil d'administration peut, par résolution, modifier, abroger ou remplacer la présente politique.

La présente politique est révisée au minimum tous les cinq (5) ans, ou plus tôt si des modifications légales, organisationnelles, technologiques ou institutionnelles le justifient.