CÉGEP DE LANAUDIÈRE

TITRE : **Politique de communication**

Adoption par le conseil d'administration :
Résolution : CARL-041129-04
Date : 29 novembre 2004

Dernière révision :

Résolution : CARL-260408-03
Date : 8 avril 2026

Table des matières

1. PRÉAMBULE 4
2. DÉFINITIONS 4
3. OBJECTIFS 4
4. CHAMP D'APPLICATION 4
5. RÔLES ET RESPONSABILITÉS 5
   - 5.1 Conseil d'administration 5
   - 5.2 Direction générale 5
   - 5.3 Directions des collèges constituants et des services 5
   - 5.4 Membres du personnel 5
   - 5.5 Service des communications 6
6. COMMUNICATION INTERNE 7
   - 6.1 Utilisation des coordonnées et outils institutionnels 7
   - 6.2 Application de collaboration interne 7
   - 6.3 Courriels 7
   - 6.4 Intranet 8
   - 6.5 Babillards 8
   - 6.6 Écrans numériques internes (télés) 8
   - 6.7 Portail Omnivox 8
   - 6.8 MIO 8
7. COMMUNICATION EXTERNE 9
   - 7.1 Relations publiques et relations avec les médias 9
   - 7.2 Promotion et publicité 9
   - 7.3 Représentation et promotion à l'externe 10
   - 7.4 Affichage externe 10
8. IDENTIFICATION VISUELLE, IMAGE ET PRODUCTION INSTITUTIONNELLE 10
   - 8.1 Guide de normes graphiques 10
   - 8.2 Identification visuelle du Cégep (logo) 10
   - 8.3 Bloc signature courriel 11
   - 8.4 Cartes professionnelles 11
   - 8.5 Service de conception graphique 11
   - 8.6 Productions institutionnelles (imprimées et électroniques) 12

8.7 Articles promotionnels 12
8.8 Prise et utilisation de photos 12
8.9 Captations internes, par un partenaire externe ou un média 13
8.10 Documents de présentation 13
9. OUTILS DE COMMUNICATION NUMÉRIQUES 13
9.1 Site Web 13
9.2 Médias sociaux 13
10. ÉVÉNEMENTS 14
10.1 Promotion des événements 14
10.2 Organisation d'événements 15
10.3 Présence de dignitaires et de personnalités publiques 15
10.4 Visite de délégations étrangères, de partenaires académiques internationaux et de partenaires académiques en régions éloignées 15
11. SITUATIONS D'URGENCE OU DE CRISE 16
12. PARTENARIATS ET ENTENTES DE VISIBILITÉ 16
13. EMPLOI ET QUALITÉ DE LA LANGUE FRANÇAISE 16
13.1 Langue française 16
13.2 Rédaction épicène 16
13.3 Échanges respectueux 16
14. ENTRÉE EN VIGUEUR ET RÉVISION 17
ANNEXE 1 – NÉTIQUETTE 18
ANNEXE 2 – GUIDE DE NORMES GRAPHIQUES 19
ANNEXE 3 – GUIDE DE RÉDACTION 20

1. PRÉAMBULE

Les communications sont reconnues comme étant un outil stratégique essentiel au développement d'une organisation. La présente Politique vise à assurer une gestion efficace et cohérente des communications au Cégep de Lanaudière (ci-après le "Cégep"), et ce, autant à l'interne qu'à l'externe. Elle vise également à baliser l'utilisation des outils de communication.

Par ailleurs, elle sert de point d'ancrage, en précisant le rôle et la contribution que chacun et chacune peut y apporter.

2. DÉFINITIONS

Dans la présente Politique, les expressions suivantes signifient :

Cégep

Le Cégep de Lanaudière, qui comprend trois collèges constituants (le Cégep de Lanaudière à Joliette, le Cégep de Lanaudière à L'Assomption et le Cégep de Lanaudière à Terrebonne), un siège social, une formation continue, un centre collégial de transfert de technologie, des centres de recherche, des cliniques-écoles, une ferme-école, un complexe agroalimentaire, un complexe serricole, une fondation liée au Cégep, etc.

Communauté collégiale

L'ensemble des personnes qui participent à la vie du Cégep, incluant les personnes étudiantes, les membres du personnel, les membres de la direction, les instances de gouvernance et, le cas échéant, les partenaires institutionnels.

3. OBJECTIFS

- Déterminer les rôles et responsabilités des intervenants du Cégep afin de coordonner et favoriser les meilleures pratiques en matière de communication;
- Établir les principes directeurs sur lesquels reposent les actions de communication interne et externe;
- Maintenir et accroître la notoriété du Cégep en favorisant l'uniformité de l'image institutionnelle;
- Harmoniser les différentes actions afin d'en assurer l'efficacité, la cohérence et d'en optimiser les retombées;
- Soutenir la réalisation de la mission et du plan stratégique du Cégep.

4. CHAMP D'APPLICATION

La Politique de communication s'applique à tous les membres du personnel du Cégep ainsi qu'aux membres de ses différentes instances de gouvernance, dans le respect de la Charte des droits et libertés de la personne et de la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels.

La présente Politique s'applique tant aux communications internes qu'externes.

5. RÔLES ET RESPONSABILITÉS

La communication est une responsabilité partagée par l'ensemble des membres du personnel du Cégep. Tous sont donc appelés à jouer un rôle particulier dans le climat, la réputation, l'image et le rayonnement du Cégep.

5.1 Conseil d'administration

- Adopter la Politique de communication.

5.2 Direction générale

- Déléguer à la direction adjointe, communications institutionnelles et relations avec les médias, ou à toute autre ressource désignée responsable du Service des communications, la responsabilité de l'application de la Politique de communication et allouer les ressources nécessaires pour ce faire, dans le respect du cadre budgétaire de l'institution;
- Favoriser un environnement propice à la circulation de l'information;
- Représenter le Cégep et agir comme personne porte-parole officielle. Pour une situation donnée, déléguer au besoin cette fonction au Service des communications ou à un autre membre du personnel maîtrisant le sujet.

5.3 Directions des collèges constituants et des services

- Veiller à l'application, faire connaître et faire respecter la Politique de communication à l'intérieur des collèges constituants et des services.
- Favoriser un climat propice à la transmission et au partage de l'information au sein du Cégep, pour les membres du personnel sous leur responsabilité;
- Impliquer le Service des communications en amont des réflexions et des projets susceptibles de le concerner, en l'invitant notamment aux rencontres de démarrage et de suivi;
- Collaborer avec le Service des communications en fournissant l'information pertinente pour la réalisation de plans de communication, de communiqués de presse, d'interventions médiatiques, de productions institutionnelles ou dans le cadre de démarches consultatives;
- Fournir aux médias ou aux parties prenantes ciblées, lorsque requis par la Direction générale ou le Service des communications, les informations relatives à leurs fonctions et à leurs responsabilités;
- Informer le Service des communications de toute demande média ou de tout dossier pouvant susciter un intérêt pour les médias et la communauté;
- Transmettre au Service des communications les informations nécessitant une mise à jour de l'information déjà rendue publique sur le site Web, sur l'intranet ou dans d'autres outils de communication.

5.4 Membres du personnel

- Connaître et appliquer les éléments de la Politique de communication;
- Se tenir informés des activités à l'aide des canaux officiels de communication privilégiés par le Cégep;
- Contribuer à la circulation d'une information de qualité au sein du Cégep et représenter l'établissement avec un souci d'en préserver l'image autant à l'interne qu'à l'externe;

- Utiliser le logo et la signature visuelle du Cégep et de ses organismes apparentés de manière que les paramètres de l'image de marque soient respectés;
- Respecter les normes graphiques établies;
- Faire connaître au Service des communications toute information pouvant être diffusée, générer un impact pour la communauté collégiale ou susciter un intérêt auprès des publics internes et externes;
- Collaborer avec le Service des communications, notamment en fournissant de l'information pertinente dans les délais prescrits et sur un support adéquat qui aide la réalisation de communiqués de presse, d'interventions médiatiques ou de productions promotionnelles et institutionnelles;
- Informer systématiquement le Service des communications de toute demande média ou de tout dossier pouvant susciter un intérêt pour les médias et la communauté.

5.5 Service des communications

- Appliquer, faire connaître et faire respecter la Politique de communication dans tous ses champs d'application;
- Établir le plan de travail annuel du Cégep en matière de communication et de développement des effectifs étudiants, en assurer la mise en œuvre et les suivis;
- Assurer la visibilité et la notoriété du Cégep et projeter une image institutionnelle forte, cohérente et de qualité;
- Conseiller et accompagner la Direction générale, la direction de chacun des collèges constituants, les directions de services, les directions adjointes, les services et les départements en matière de communication interne et externe;
- Assurer la circulation de l'information interne et externe selon le support le plus approprié;
- Assurer le respect des normes organisationnelles en matière d'affichage et de publicités payées;
- Favoriser le rayonnement du Cégep;
- Développer, mettre à jour et décliner les entités visuelles du Cégep;
- Autoriser l'utilisation des différentes entités visuelles du Cégep;
- Coordonner la production des campagnes promotionnelles, des publicités et des diverses publications du Cégep avec le soutien des services, des programmes et/ou des départements;
- Assurer la relation entre le Cégep et les médias, communiquer aux médias les nouvelles concernant le Cégep, puis répondre à leurs demandes ainsi que coordonner la tenue de conférences de presse ou d'événements médiatiques;
- Jouer un rôle-conseil auprès des membres de la communauté collégiale qui organisent un événement. Ce rôle est principalement axé sur la promotion et le rayonnement de ces événements;
- Assurer l'organisation et la coordination des activités de communication en lien avec des situations d'urgence ou d'autres crises en vertu du Plan de mesures d'urgence du Cégep;
- Assurer la veille et la gestion des médias sociaux officiels du Cégep (Facebook, YouTube, Instagram, LinkedIn).

6. COMMUNICATION INTERNE

Le Cégep dispose de différents outils pour gérer efficacement les communications internes au sein de son organisation. Ceux-ci contribuent notamment à informer les membres de la communauté collégiale et à favoriser leur mobilisation.

Le Service des communications offre du soutien pour la diffusion de l'information à l'interne auprès de la communauté collégiale, détermine les moyens de diffusion appropriés et voit à l'édition des contenus ou émet des recommandations, afin qu'ils soient adaptés au média et/ou au public visé.

Cette responsabilité peut également être partagée entre différents services à la suite d'une entente avec le Service des communications.

6.1 Utilisation des coordonnées et outils institutionnels

Dans le cadre de leurs fonctions, les membres du personnel sont tenus d'utiliser exclusivement leurs coordonnées professionnelles et les outils de communication mis à leur disposition par le Cégep.

L'utilisation de coordonnées personnelles (adresse courriel, numéro de téléphone, comptes sur des plateformes externes ou réseaux sociaux) à des fins de communications professionnelles, notamment lors de communications avec les personnes étudiantes, est à éviter.

Cette exigence vise à assurer un cadre de communication professionnel, sécuritaire et conforme aux obligations institutionnelles du Cégep, incluant la protection des renseignements personnels, la traçabilité des échanges et le respect des balises établies par la présente Politique.

6.2 Application de collaboration interne

Teams est l'application de collaboration adoptée par le Cégep pour les échanges internes administratifs ainsi que l'organisation de réunions virtuelles (voir *Annexe 1)*.

6.3 Courriels

Les courriels internes envoyés par Outlook constituent le canal privilégié de communication entre le Cégep et les membres du personnel.

Envoi de courriel à l'ensemble des membres du personnel

Afin de modérer le nombre de courriels transmis à l'ensemble des membres du personnel et d'ainsi favoriser le taux de lecture, l'envoi d'un courriel à tous les employés est limité aux communications de nature administrative ou institutionnelle jugées prioritaires (directives officielles, messages de la Direction générale ou de la direction de chacun des collèges constituants, mesures d'urgence, etc.). Ce type d'envoi doit obligatoirement être transmis à partir des adresses génériques des directions ou services concernés. Il revient aux gestionnaires de limiter le volume de ces envois au strict nécessaire et de s'assurer que leur contenu est pertinent pour l'ensemble du personnel.

L'utilisation des infolettres de chacun des collèges est fortement recommandée pour communiquer tout autre type de message à l'ensemble des membres du personnel (nouvelles internes, événements à venir, initiatives ponctuelles, etc.).

6.4 Intranet

SharePoint est l'application Web utilisée pour la gestion des documents des membres du personnel du Cégep.

Elle est également utilisée à titre d'intranet. L'intranet est une plateforme permettant aux différents services de diffuser de l'information au personnel au sujet des procédures et des outils à leur disposition. Cet espace permanent pour la diffusion à long terme des renseignements est aussi utilisé pour le dépôt de documents internes officiels, de formulaires et de politiques destinés exclusivement aux membres du personnel.

6.5 Babillards

Tout affichage sur les différents babillards doit se faire en conformité avec les règles et pratiques en vigueur de chacun des établissements du Cégep.

6.6 Écrans numériques internes (télés)

Les écrans numériques internes sont utilisés pour diffuser de l'information pertinente à la communauté collégiale, notamment les événements et activités à venir destinés aux étudiantes et étudiants.

Le Service des communications est responsable de déterminer les normes d'affichage sur ces écrans ainsi que des balises visuelles à respecter.

6.7 Portail Omnivox

Le Portail Omnivox est la plateforme à utiliser pour communiquer avec les étudiantes et les étudiants. Il intègre également la messagerie interne Omnivox (MIO), notamment utilisée uniquement que pour des communications officielles du Cégep destinées à la communauté étudiante.

6.8 MIO

L'envoi d'un message MIO à l'ensemble de la communauté étudiante doit être limité afin d'éviter la sursollicitation et de favoriser un haut taux de lecture.

À cette fin, les membres du personnel doivent privilégier des envois groupés, plutôt que la multiplication de messages distincts portant sur des sujets connexes ou complémentaires.

À noter que l'envoi à l'ensemble de la communauté étudiante d'un MIO :

- relatif en lien avec l'organisation et le cheminement scolaires est uniquement réservé au Service de l'organisation et du cheminement scolaires de chacun des collèges constituants;
- relatif aux enjeux de sécurité et d'information technologiques est uniquement réservé à la Direction des technologies de l'information (DTI);
- relatif aux projets de recherche nécessitant la participation de la communauté étudiante est uniquement réservé au Bureau de la recherche, de la statistique et du développement institutionnel;

relatif aux avis urgents est uniquement réservé à la Direction générale du Cégep, la direction de chacun des collèges constituants et au Service des communications.

7. COMMUNICATION EXTERNE

7.1 Relations publiques et relations avec les médias

Activités médiatiques et entrevues

Le Service des communications est responsable de la coordination des relations du Cégep avec les médias. Toute direction, service ou programme du Cégep qui souhaite communiquer avec les médias doit acheminer une demande au Service des communications, qui est la source officielle de diffusion d'information du Cégep.

Cette responsabilité ne couvre pas les relations que des membres de la communauté du Cégep sont susceptibles d'avoir avec les médias, en leur qualité de citoyennes et citoyens. Le cas échéant, ces personnes agissent à titre individuel et ne doivent pas engager le Cégep, d'aucune manière. Toutefois, lorsque ces derniers agissent à titre de spécialistes et que leur lien avec le Cégep est évoqué, les membres du personnel se doivent de respecter les règles décrites dans cette Politique.

Représentante ou représentant des médias au Cégep

Une ou un représentant des médias ne peut pas circuler dans l'un des établissements du Cégep, interroger des personnes, prendre des photos, réaliser des captations vidéo ou audio, sans avoir obtenu l'autorisation préalable du Service des communications.

Si le Service des communications donne son autorisation, l'équipe journalistique doit être accompagnée par une ou un membre du personnel de ce Service. Le cas échéant, le Service des communications est responsable d'aviser dans les meilleurs délais la sécurité de l'établissement.

Porte-parole médiatique

La direction générale agit comme porte-parole officielle du Cégep. Elle peut toutefois déléguer ce rôle au Service des communications ou faire appel à une autre ressource de l'organisation qui maîtrise bien le sujet. Dans ce cas, le Service des communications veille à bien préparer la personne afin qu'elle soit en mesure de transmettre une information complète, exacte et de qualité.

En aucune circonstance une ou un membre du personnel du Cégep ne peut prendre position publiquement au nom de l'institution, sans autorisation préalable du Service des communications.

7.2 Promotion et publicité

Le Service des communications est responsable du contenu et du choix des moyens de diffusion appropriés des publicités institutionnelles et promotionnelles, selon les stratégies et les axes identifiés annuellement. Les publicités concernent notamment le recrutement d'étudiantes et étudiants à la formation régulière et à la formation continue ainsi que celui de nouvelles ressources, les événements de même que les services offerts au grand public. Elles peuvent également avoir des visées de notoriété.

7.3 Représentation et promotion à l'externe

Le Service des communications est responsable de la coordination des activités de représentation et de promotion à l'externe. Ainsi, tout projet de représentation, qu'il s'agisse d'une demande de visite dans une école secondaire ou d'atelier donné par une enseignante ou un enseignant, doit informer l'équipe du Service des communications qui s'assurera d'offrir le soutien adéquat quant à l'organisation et la logistique.

Le Service de l'organisation et du cheminement scolaires (SOCS) de chacun des collèges est responsable de la participation aux activités de représentation dans les écoles secondaires, en lien avec l'admission.

7.4 Affichage externe

À l'extérieur des établissements du Cégep, toutes les demandes d'affichage doivent être autorisées par le Service des communications qui procédera à leur analyse et à leur suivi. Le Service des communications se réserve le droit de retirer ou d'exiger le retrait de tout affichage qui n'a pas préalablement été autorisé.

8. IDENTIFICATION VISUELLE, IMAGE ET PRODUCTION INSTITUTIONNELLE

8.1 Guide de normes graphiques

Afin d'assurer la cohérence, le professionnalisme et la représentativité de l'image du Cégep, un *Guide de normes graphiques* (voir *Annexe 2*) a été élaboré par le Service des communications.

Les recommandations d'utilisation et les caractéristiques des différents éléments graphiques du Cégep y sont énumérées.

8.2 Identification visuelle du Cégep (logo)

Le Cégep est propriétaire de son logo et de tous les éléments de son image de marque. Ainsi, toute utilisation doit être conforme aux règles mentionnées dans le *Guide de normes graphiques* (voir *Annexe 2*). Seul le Service des communications a le pouvoir de modifier le logo institutionnel et ses déclinaisons.

L'identification visuelle (logo) du Cégep doit se retrouver sur toutes les productions institutionnelles du Cégep.

Quiconque souhaite utiliser l'identification visuelle (logo) du Cégep pour tout outil de communication destiné à l'externe et ayant des visées de rayonnement, de promotion et/ou de notoriété, ne peut en aucun cas la modifier. L'utilisation doit respecter les normes indiquées dans le *Guide de normes graphiques* (voir *Annexe 2*) du Cégep et faire l'objet d'une approbation par le Service des communications.

Tout document, activité, publicité, site Web ou article promotionnel à caractère institutionnel et externe produit par le Cégep doit être soumis au Service des communications avant sa publication, réalisation, production ou diffusion.

Identification visuelle distinctive

Tout projet d'élaboration de signature graphique distinctive pour un service, un programme, un département ou un comité de travail doit être approuvé par le Service des communications.

La création de logos pour toute entité liée au Cégep est limitée et strictement réservée au Service des communications, conformément aux balises présentées dans le *Guide de normes graphiques* (voir *Annexe 2*).

8.3 Bloc signature courriel

Un visuel spécifique au bloc signature courriel est conçu par le Service des communications. Le gabarit de signature doit être utilisé, sans aucune modification, par tous les membres du personnel. Le Service des communications est responsable de transmettre la procédure à cet effet ainsi que les indications concernant l'installation et la mise en forme des coordonnées.

Exceptionnellement, afin de mettre en lumière un événement institutionnel majeur, un slogan ou un bandeau peut être autorisé (et créé au besoin) par le Service des communications.

8.4 Cartes professionnelles

Le Cégep tente par tous les moyens possibles d'agir de façon écoresponsable en vertu des principes du développement durable. Pour des raisons d'efficacité et de réduction d'utilisation du papier, la présente Politique encourage l'utilisation des moyens électroniques de communication.

À ce titre, le Service des communications ne produit pas de carte professionnelle. Toutefois, sous certaines conditions, une demande pour un besoin particulier pourra être analysée.

8.5 Service de conception graphique

Selon les orientations du plan stratégique en cours, les priorités annuelles déterminées par les membres de la Direction générale et de la direction de chacun des collèges constituants, les ressources disponibles et son calendrier de travail, le Service des communications peut offrir un service de conception graphique et de développement stratégique aux unités du Cégep (directions, services, programmes).

Il est aussi responsable, lorsque requis, du suivi auprès des imprimeurs ou des différents fournisseurs. Toutefois, compte tenu de l'implication de partenaires externes, le Service des communications ne peut se porter garant des délais. Le Service des communications se réserve par ailleurs le droit de refuser les demandes transmises avec un délai insuffisant de production et de livraison.

8.6 Productions institutionnelles (imprimées et électroniques)

Les productions institutionnelles imprimées et électroniques, qui doivent respecter les normes établies par le Cégep en matière de qualité, de présentation et de cohérence visuelle, correspondent à tout document, événement, publicité, contenu électronique ou matériel visant à informer et à promouvoir les programmes d'études, les services et les activités du Cégep.

En voici quelques exemples :

- Campagne promotionnelle et de notoriété du Cégep;
- Événement Portes ouvertes des collèges;
- Guide des programmes;
- Rapport annuel;
- Vidéo des programmes ou de promotion du Cégep.

À noter que les productions suivantes ne sont pas prises en charge par le Service des communications :

- Affiches et communications départementales destinées à l'interne;
- Banque d'images libres de droits;
- Documents pédagogiques;
- Documents didactiques;
- Outils de travail (calendrier scolaire, formulaires, etc.).

8.7 Articles promotionnels

Le Service des communications accompagne les directions, les services et les programmes dans leur choix d'articles promotionnels, en ayant pour objectif de guider les équipes vers des options de qualité qui reflètent les valeurs et l'image du Cégep, tout en répondant aux besoins spécifiques de chaque projet.

Afin de respecter l'image et la marque du Cégep, ainsi que pour maintenir une cohérence graphique, tous les articles promotionnels doivent être approuvés par le Service des communications dès l'idéation du projet, c'est-à-dire avant les étapes de conception et de production.

Le Service des communications se réserve le droit de demander des correctifs et/ou de refuser la production et l'impression du logo du Cégep et de ses déclinaisons sur les objets promotionnels si ces derniers sont non conformes aux exigences mentionnées précédemment.

8.8 Prise et utilisation de photos

Les images utilisées à des fins promotionnelles doivent être libres de droits. Toute photo représentant des personnes étudiantes ou des membres du personnel ne peut être utilisée à des fins promotionnelles sans le consentement préalable des gens concernés. À cet effet, un formulaire de consentement, élaboré par le Service des communications, est mis à la disposition des membres du personnel pour obtenir et documenter ce consentement, le cas échéant.

8.9 Captations internes, par un partenaire externe ou un média

Tout projet de captation vidéo, audio, télévisuelle ou photographique dans l'un des établissements du Cégep, qui n'est pas réalisé dans un cadre pédagogique, doit se faire en collaboration avec le Service des communications. Les demandes doivent lui être transmises sans délai afin qu'il puisse autoriser le projet et coordonner la préparation, la captation et la diffusion.

8.10 Documents de présentation

Pour certains types de documents de présentation de nature administrative, notamment les présentations PowerPoint, des gabarits créés par le Service des communications sont à la disposition des membres du personnel. Il est recommandé de les utiliser. Le tout doit être fait en conformité avec les normes prévues dans le *Guide de normes graphiques* (voir *Annexe 2*) du Cégep.

9. OUTILS DE COMMUNICATION NUMÉRIQUES

9.1 Site Web

L'adresse cegep-lanaudiere.qc.ca correspond au site Web officiel du Cégep. Destiné à la communauté externe, il a pour principale fonction de recruter les futures personnes étudiantes en les informant notamment sur les programmes et services offerts au Cégep.

Afin d'assurer la cohérence et l'exactitude des informations publiées, le Service des communications est responsable de la gestion et de la mise à jour du site. Il relaie les informations fournies par les différentes directions, services et programmes. Chaque service et département doivent donc soumettre au Service des communications toute demande de mise à jour concernant son secteur et veiller à la précision des renseignements diffusés tout au long de l'année.

9.2 Médias sociaux

Par médias sociaux, on entend toute forme d'application Web permettant l'interaction et le partage de contenu. Les médias sociaux incluent les sites sociaux de réseautage (Facebook, LinkedIn, etc.), les sites de partage de vidéos et de photos (Instagram, YouTube, etc.), les blogues et les forums de discussion, et tout autre site Web permettant l'utilisation d'outils de publication en ligne.

Dans le cadre de ses activités éducatives, institutionnelles et communautaires, le Cégep reconnaît l'importance des réseaux sociaux comme moyen de communication, de rayonnement et de mobilisation. La présente Politique vise à encadrer l'usage des réseaux sociaux par les membres de la communauté collégiale afin d'assurer un climat respectueux, sécuritaire et cohérent avec les valeurs de l'organisation.

Rôles et responsabilités liés aux réseaux sociaux – Membres du personnel

- Tous les membres du personnel, tous corps d'emploi confondus, qui utilisent les médias sociaux dans le cadre de leur vie personnelle ou professionnelle, ont une responsabilité à l'égard de la réputation et de l'image du Cégep. Ils ne doivent en aucun cas publier une information ou un commentaire qui pourrait porter atteinte à l'image et la réputation du Cégep. Ainsi, ils doivent faire preuve de vigilance afin d'éviter que les informations publiées ne soient associées au Cégep. Les membres du personnel se doivent obligatoirement de s'identifier personnellement comme les seules personnes responsables des propos qu'elles tiennent.
- Les membres du personnel en contact avec les étudiantes et étudiants doivent faire preuve de prudence et de discernement lorsqu'ils acceptent de donner accès à des informations personnelles les concernant par l'entremise de leurs comptes (Facebook, Instagram, etc.).

Gestion des comptes officiels du Cégep

Le Cégep possède des comptes Facebook, LinkedIn, Instagram et YouTube. Le Service des communications est responsable d'y faire des publications au nom du Cégep et d'en faire une veille régulière quant aux propos qui y sont échangés.

Toute personne qui souhaite créer un nouveau compte sur les réseaux sociaux impliquant le Cégep en tant qu'institution doit, au préalable, obtenir l'autorisation du Service des communications qui s'assure du respect de la présente Politique, du *Guide de normes graphiques* (voir *Annexe 2*) et de la *Nétiquette* (voir *Annexe 1*) du Cégep (ceci ne concerne toutefois pas la création d'un groupe fermé qui est restreint à un nombre précis de personnes et dont l'objectif est d'avoir une plateforme pour échanger de l'information).

Par ailleurs, tous les départements, programmes, services et autres unités du Cégep qui possèdent déjà un compte sur les réseaux sociaux ont la responsabilité de respecter les principes énumérés dans cette Politique.

Le Service des communications se réserve le droit de demander la fermeture d'un compte relatif aux activités collégiales dans la mesure où le contenu de celui-ci contreviendrait aux principes de la présente Politique et/ou au *Règlement relatif au code de vie et de conduite* (no 7).

10. ÉVÉNEMENTS

10.1 Promotion des événements

Selon les orientations du plan stratégique en cours, les priorités annuelles déterminées par les membres de la Direction générale et la direction de chacun des collèges constituants, les ressources disponibles et le calendrier de travail, le Service des communications peut offrir un soutien et un accompagnement aux directions, services et programmes qui le sollicitent pour annoncer ou faire la promotion d'un événement. Il est nécessaire d'informer le Service des communications dans les meilleurs délais, dès l'idéation du projet.

Le Service des communications s'assure également de la couverture et de la diffusion post-événement, s'il y a lieu.

10.2 Organisation d'événements

Rôle-conseil

Le Service des communications conseille et accompagne les membres de la communauté collégiale qui souhaitent organiser un événement, notamment en matière de planification, de promotion et de gestion des communications.

Responsabilité des organisateurs

Sauf exceptions, la logistique de l'événement (réservation des lieux, coordination technique, commande de repas, etc.) relève des membres du personnel organisateurs.

Organisation par le Service des communications

Le Service des communications prend en charge l'organisation complète, incluant la logistique, pour certaines activités désignées par la Direction générale ou la direction de chacun des collèges constituants. Il s'agit notamment :

- des inaugurations;
- des conférences de presse et autres activités médiatiques;
- des événements institutionnels;
- de l'accueil de dignitaires ou de personnalités publiques;
- de tout autre événement jugé stratégique ou officiel par la Direction générale ou la direction de chacun des collèges constituants.

10.3 Présence de dignitaires et de personnalités publiques

Pour toute activité ou tout événement lors duquel la présence de dignitaires est envisagée, la personne responsable de l'organisation de l'événement doit aviser le Service des communications afin qu'il s'assure de la gestion de la dimension protocolaire, notamment en ce qui concerne les invitations, la logistique, l'accueil, la sécurité et le déroulement.

Lorsque la présence d'une personnalité publique est envisagée, la personne responsable de l'événement est invitée à informer le Service des communications en amont afin d'assurer une gestion appropriée des enjeux institutionnels et communicationnels ainsi que la protection de l'image institutionnelle du Cégep.

10.4 Visite de délégations étrangères, de partenaires académiques internationaux et de partenaires académiques en régions éloignées

Toute personne qui organise une activité ou un événement impliquant la visite au Cégep de délégations étrangères, de partenaires académiques internationaux ou de partenaires académiques en régions éloignées doit préalablement aviser le Bureau de l'international ainsi que la direction du collège constituant concerné. Le Bureau de l'international collaborera avec les directions concernées et le Service des communications, conformément aux autres articles mentionnés dans cette Politique.

11. SITUATIONS D'URGENCE OU DE CRISE

La sécurité et le bien-être de la communauté collégiale, ainsi que l'intégrité et la réputation du Cégep sont prioritaires. Toute gestion de crise sera traitée en conformité avec le Plan des mesures d'urgence du Cégep. Le Service des communications sera responsable de la gestion des communications, en collaboration avec la Direction générale, la direction de chacun des collèges constituants et les directions touchées par la situation visée.

Lors d'une situation exceptionnelle (tempête hivernale, grève, etc.), l'outil de communication officiel pour informer la communauté interne du Cégep est l'application Omnivox Mobile.

12. PARTENARIATS ET ENTENTES DE VISIBILITÉ

Toute demande ou initiative impliquant un partenariat ou une entente de visibilité avec un organisme externe, que ce soit en échange de contributions financières ou de services, doit être validée par le Service des communications avant d'être signée. Ce dernier assurera une cohérence avec l'image institutionnelle, les lignes directrices en matière de visibilité et les autres engagements du Cégep.

13. EMPLOI ET QUALITÉ DE LA LANGUE FRANÇAISE

13.1 Langue française

La langue de communication du Cégep est le français.

L'usage du français est exclusif et obligatoire dans la dénomination officielle du Cégep, sur toute affiche ou signalisation placée à l'intérieur ou à l'extérieur des bâtiments, lors de la tenue d'événements ainsi que pour tout outil de communication institutionnelle interne et externe.

13.2 Rédaction épicène

Conformément à la Politique linguistique de l'État mise à jour par le gouvernement du Québec à l'automne 2025, le Cégep adopte la rédaction épicène dans l'ensemble de ses communications institutionnelles, tant internes qu'externes. Les formulations neutres du point de vue du genre sont privilégiées en tout temps afin d'assurer une communication inclusive, respectueuse et conforme aux orientations gouvernementales.

À cet effet, les membres du personnel doivent se conformer aux règles décrites dans le *Guide de rédaction* (voir *Annexe 3*) élaboré par le Service des communications.

13.3 Échanges respectueux

Par ailleurs, la qualité des communications du Cégep repose non seulement sur la rigueur linguistique, mais également sur le respect, la civilité et les valeurs institutionnelles qui guident les échanges et l'ensemble des communications au sein de la communauté collégiale.

À cet effet, toute personne est tenue de respecter le code de vie stipulé dans le *Règlement relatif au code de vie et de conduite* (no.7) dans l'ensemble de ses communications. À cet égard, les dispositions prévues aux points 4.1 et 4.2 s'appliquent notamment en ce qui concerne l'adoption d'un langage et d'un ton appropriés dans les échanges, tant à l'oral qu'à l'écrit.

Sont ainsi proscrits tout comportement ou agissement répréhensible, de même que tout propos verbal ou écrit à caractère diffamatoire, haineux, méprisant, dégradant ou intimidant envers le Cégep ou tout autre membre de la communauté collégiale.

14. ENTRÉE EN VIGUEUR ET RÉVISION

Cette Politique entre en vigueur dès son adoption par le conseil d'administration et est révisée au besoin.

Le conseil d'administration délègue au comité régional de planification et de coordination (CRPC) la modification des annexes à la présente Politique.

ANNEXE 1 – NÉTIQUETTE

La nétiquette pour des échanges clairs, respectueux et efficaces

CÉGEP DE LANAUDIÈRE

Choisir le bon outil, au bon moment

Utiliser Teams...

- Pour clavarder rapidement et de manière informelle;
- Afin de collaborer à plusieurs sur un fichier partagé;
- Pour faciliter la planification d'une rencontre.

Utiliser Outlook...

- Pour communiquer dans un contexte plus formel;
- Afin de communiquer avec une personne de l'externe;
- Pour envoyer un courriel qui ne demande pas de retour immédiat;
- Pour garder facilement une trace.

Des courriels clairs et respectueux

- Formuler clairement l'objet du courriel;
- Aller droit au but tout en conservant les formules de politesse;
- Relire le message avant l'envoi afin de valider le ton et la clarté;
- Regrouper les idées dans un seul courriel lorsque possible;
- Utiliser l'option « Répondre à tous » seulement si mon message est pertinent pour tous les autres;
- Privilégier les liens SharePoint plutôt que de joindre des fichiers en pièce jointe;
- Utiliser les formats de texte (majuscule, gras, soulignement, surlignage, etc.) avec parcimonie;
- Laisser la personne destinataire principale assurer le suivi des courriels où plusieurs personnes sont en copie conforme.

En visioconférence...

- Prendre connaissance des documents à l'avance;
- S'assurer que son micro et sa caméra fonctionnent;
- Se joindre à l'heure ou aviser en cas de retard;
- Fermer son micro si aucune prise de parole n'est nécessaire;
- Lever la main pour parler en utilisant l'icône et respecter les tours de parole;
- Penser à la lisibilité lors du partage d'écran et, au besoin, utiliser le zoom;
- Limiter le multitâches et demeurer pleinement présente ou présent à la rencontre.

Dans Teams, adopter des pratiques efficaces

- Commencer avec un petit « Salut, disponible? » avant d'appeler;
- Indiquer en quelques mots le but du message;
- Préciser le délai souhaité de la réponse;
- Assumer que l'autre fait de son mieux, même s'il ne répond pas dans la minute;
- Respecter le statut affiché et éviter les relances si le mode « Ne pas déranger » est actif;
- Porter attention au ton écrit et éviter les formulations sèches, même si le temps presse;
- Éviter d'interpréter trop rapidement un silence, la personne est peut-être concentrée ou en réunion.

Protéger le temps et le bien-être de tous

- Éviter les envois tard le soir, très tôt le matin ou la fin de semaine et respecter le droit à la déconnexion;
- Ne pas mettre tout le monde en copie conforme (cc) « au cas où »;
- Proposer un appel quand ça devient trop complexe par écrit;
- Relancer avec bienveillance (pas après 10 minutes sur une autre plateforme de communication);
- Se demander « Est-ce que ça mérite vraiment un message? ». Parfois, un commentaire dans un fichier partagé suffit.

ANNEXE 2 – GUIDE DE NORMES GRAPHIQUES

Version 1.3 14 05 2026

CL – manuel de la marque

Introduction

Dans cette nouvelle version du manuel de la marque du Cégep de Lanaudière, nous avons créé des directives pour aider la mise en forme des attributs de la marque avec des règles conviviales. L’identité n’est pas qu’un logotype. C’est un schéma complexe composé d’un certain nombre d’éléments qui se combinent pour créer un langage visuel fort et immédiatement reconnaissable.

Contenu

Éléments d'identité **4**

Logotype 6

Typographie 14

Couleurs 26

Imagerie 32

Iconographie et géométrie 35

Exemples et recherches 38

– éléments d’identité

Logotype

CÉGEP DE LANAUDIÈRE

Accroche

Ici, c'est toi.

Couleurs

Couleurs primaires

Couleurs secondaires, tertiaires et accents

Typographies

Neue Metana Next

Typographie publicitaire

Poppins

Typographie primaire

IBM Plex Serif

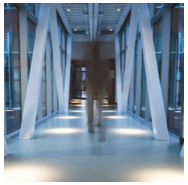
Typographie secondaire

Arial

Typographie basique

Imageries

Lieu



Environnement

Gens

Programme

Action

Filtres

Iconographies

Formes géométriques

Le logotype est l'outil le plus efficace pour la reconnaissance et l'identification de notre organisation. Pour assurer un impact et une notoriété maximals de l'identité du Cégep de Lanaudière, il est important de traiter chacune des utilisations selon ces directives.

– logotype

Contexte

Autres temps, autres mœurs.

Prévoyant l'arrivée de la nouvelle génération qui n'hésite pas à redéfinir l'écosystème dans lequel elle évolue, une réflexion profonde s'imposait au sujet de l'identité visuelle de notre établissement. Cette identité devait correspondre, bien sûr, à nos valeurs, à notre vision et à nos aspirations, mais elle devait illustrer également le nouveau contexte dans lequel le Cégep évolue.

Nouvelle identité visuelle

Dans un désir de simplification, la dénomination a été allégée pour « Cégep de Lanaudière ». Pour tout le volet promotionnel et communicationnel, le mot « régional » est retranché, considérant que le nom de la région apparaît déjà dans la dénomination (à noter toutefois que le nom officiel de l'établissement demeure Cégep régional de Lanaudière).

La base du symbole repose sur la présence du Cégep aux quatre coins de la région. Les cercles représentent ces quatre lieux : un centre administratif (avec un contraste) et trois constituantes (avec trois couleurs locales). Les trois constituantes sont interconnectées graphiquement afin de démonter le partage et l'entraide constants entre elles. L'effet radiant des couleurs s'appuie sur le même concept d'échange dynamique.

Le « C » correspond évidemment à « Cégep ». Le « L », quant à lui, fait référence à « Lanaudière ». Les points de localisation interreliés forment une lettrine. L'incliné de cette dernière est résolument tourné vers l'innovation et l'avenir. Cette lettre ornée évoque un nouveau chapitre dans la vie d'un étudiant. Elle devient le symbole de la transmission des savoirs en enseignement supérieur dans Lanaudière.

Chaque couleur projette une signification. On y perçoit le bleu de la rivière animée pour Terrebonne, le riche jaune des champs pour L'Assomption et le vert de la nature abondante pour Joliette. L'emblème, tout en courbe, nous parle de l'hospitalité chaleureuse de la région. Enfin, une empreinte hétéroclite se dessine, celle qui marque le changement et initie la signature « Ici, c'est toi. », une équation simple qui représente la promesse du Cégep de Lanaudière (proximité + humain).

En résulte un symbole ouvert, dynamique, accueillant et innovant qui incarne toutes les facettes du Cégep de Lanaudière.

Logotype – Variations

Il existe trois échelons au logotype. Ils permettront d'optimiser la présence de la marque dans différents contextes et environnements.

La version primaire du logotype est dépourvue d'attributs de localisation. Elle sera utilisée dans un contexte de représentation régionale.

La version secondaire combine la version primaire à l'énumération des constituantes. Elle sera utilisée lors d'activités communes.

La version tertiaire comporte la version primaire combinée à sa localité. Elle sera utilisée lors d'activités indépendantes aux autres constituantes.

La formation continue étant présente et active dans l'ensemble des constituantes, elle est dotée d'une identité voisine.

Il est important de respecter les règles présentées à la page 10 concernant l'espace minimal et l'espace vital pour chacune de ces variations.

Primaire

CÉGEP DE LANAUDIÈRE

Secondaire

CÉGEP DE LANAUDIÈRE
Joliette L'Assomption Terrebonne

Tertiaire

CÉGEP DE LANAUDIÈRE à L'Assomption

CÉGEP DE LANAUDIÈRE à Joliette

CÉGEP DE LANAUDIÈRE à Terrebonne

Identité voisine

FORMATION CONTINUE
CÉGEP DE LANAUDIÈRE

Logotype – Utilisation et positionnement

Utilisation

Les versions du logo peuvent être appliquées sur différents fonds. La règle principale est que le logo doit toujours avoir un contraste suffisant avec son arrière-plan pour qu'il soit clairement visible. Mais, il y a quelques règles que nous devons toujours suivre :

1. La version au symbole coloré est à privilégier sur fond blanc ou noir. Si le fond est de couleur, il faudra s'assurer que le contraste de la lettre C est convenable.

2. Les versions monochromes noire ou blanche sont à privilégier sur les fonds texturés, les fonds dégradés, les fonds photographiques et lorsque le contraste de la lettre C n'est pas convenable.

Positionnement

Il existe quatre positions à favoriser. L'objectif est de créer un standard visuel. Le logo doit être placé selon les zones libres dans l'image. Veuillez vous assurer qu'un logo correctement dimensionné est utilisé dans chaque cas.

Une bannière noire ou blanche en arrière-plan peut être utilisée pour organiser l'information, simplifier la compréhension ou augmenter la lecture du logotype sur un fond ayant de grands contrastes. Les zones sont représentées par les lignes pointillées.

Nos emplacements primaires sont situés dans l'angle supérieur gauche ou inférieur droit.

Nos emplacements secondaires sont situés dans le coin supérieur droit ou inférieur gauche.

Dans certains cas, un placement centré fournit plus d'impact.

Logotype – Tailles et espace vital

Tailles

Le logo doit toujours être lisible et dimensionné uniformément dans des formats similaires.

Cohérence

Ici, vous pouvez trouver quelques tailles définies pour le logotype.

Un format de document peut vous obliger à vous éloigner de ces tailles à l'occasion. Cependant, il est important d'utiliser le moins possible de tailles uniques du logotype. Appliquez toujours le logo de manière cohérente à travers les différents supports.

	FORMAT	HAUTEUR DU LOGO
LETTRE	279,4 × 215,9 mm	14 mm
LÉGAL	355,6 × 216 mm	17 mm
TABLOÏDE	432 × 279 mm	22 mm
MONARCH	184 x 267 mm	14 mm
A6	105 × 148 mm	8 mm
A4	210 × 297 mm	14 mm
A3	297 × 420 mm	20 mm
A0	841 × 1189 mm	65 mm
AFFICHE	406,4 × 609,6 mm	32 mm
AFFICHE	609,6 × 914,4 mm	40 mm

AFFICHE

LETTRE

A6

Espace vital

L'espace libre minimum est directement proportionnel à la taille de la hauteur des lettres du logotype. Notez qu'il ne s'agit que de l'espace libre essentiel; il y a généralement plus d'espace à notre disposition autour du logo, ce qui nous permet d'atteindre l'espace vital ou même plus.

L'espace libre minimal est défini par la ligne rose autour de l'identité. Cet espace est égal à la hauteur de la lettre E. L'espace vital, quant à lui, est défini par la ligne bleue autour de l'identité. Cet espace est égal à la hauteur de la lettre E.

Logotype – Erreurs à éviter

Voici quelques exemples typiques d'utilisation du logo :

1. N'utilisez jamais le logo couleur sur des fonds aux couleurs fortes ou franches.
2. Les exceptions peuvent être autorisées si le logo apparaît dans des contextes où nous ne pouvons pas contrôler la couleur d'arrière-plan ou le type d'impression.
3. N'ajoutez jamais d'effets au logo tels que des ombres.
4. N'utilisez jamais le logo sous forme d'une ligne-contour pour faire du style.
5. Essayez toujours d'utiliser les versions qui offrent les conditions optimales de visibilité et de contraste de chacun des éléments constituant le logotype.
6. Ne jamais incliner le logo.
7. N'ajustez jamais le logo en le compressant ou en le prolongeant.
8. N'ajoutez jamais d'autres éléments graphiques au logotype (même à Noël!)

Logotype – Variations

Voici d'autres variations qui permettront de simplifier l'intégration de l'identité lors de contextes particuliers.

Il est important de respecter les règles présentées à la page 10 concernant l'espace minimal et l'espace vital pour chacune de ces variations.

CÉGEP DE LANAUDIÈRE

CÉGEP DE LANAUDIÈRE à L'Assomption

CÉGEP DE LANAUDIÈRE à Joliette

CÉGEP DE LANAUDIÈRE à Terrebonne

CÉGEP DE LANAUDIÈRE à L'Assomption

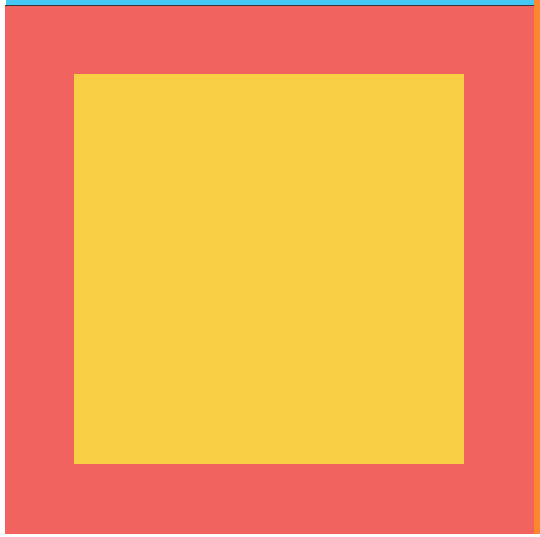
CÉGEP DE LANAUDIÈRE à Joliette

CÉGEP DE LANAUDIÈRE à Terrebonne

FORMATION CONTINUE CÉGEP DE LANAUDIÈRE

Logotype – Variations

Voici d'autres exemples qui permettront de varier la représentation de l'identité.



La typographie fait partie intégrante de l'identité. Lorsqu'elle est utilisée correctement, elle aide à créer une apparence constante, un discours juste et un sentiment de cohérence.

La police de caractères est omniprésente dans presque tout ce que nous faisons. C'est un attribut important qui donne précision et subtilité au discours de la marque.

– typographie

Les polices Neue Metana Next, Poppins, IBM Plex Serif et Arial ont été spécialement sélectionnées pour agir comme marqueurs de distinction. Elles possèdent des avantages singuliers qui soutiendront autant nos défis communicationnels qu'organisationnels et publicitaires.

La police Neue Metana Next sera utilisée pour le discours publicitaire.

Poppins est identifiée comme la police de caractères principale du CL pour toutes les applications.

La police IBM Plex Serif sera surtout utilisée en accompagnement pour les longs textes.

Arial servira de typographie intérimaire pour les besoins numériques.

Neue Metana Next est une police de caractères au design minimaliste moderne avec un type géométrique et d'autres caractères alternatifs. il y a quelques ligatures. Elle s'inspire du battage médiatique et du design urbain. Elle est une police adaptée au style de vie avec un design audacieux.

Neue metana Next Black
Neue metana Next Bold
Neue metana Next Medium
Neue metana Next regular

Titre

NEUE METANA NEXT BLACK
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU-
VWXYZÅÄÖ
0123456789!?&@%#€+.,:-

Sous-titre

NEUE METANA NEXT BOLD
ABCDEFGHIJKLMNOPQ
RSTUVWXYZÅÄÖ
0123456789!?&@%#€+.,:-

NEW METANA NEXT BOLD
ITALIC
ABCDEFGHIJKLMNOPQ
RSTUVWXYZÅÄÖ
0123456789!?&@%#€+.,:-

Poppins est disponible en plusieurs graisses: Black, Extrabold, Bold, Semibold, Regular, Light et Thin. Chacune a une tâche spécifique dans la hiérarchie typographique.

POPPINS EXTRABOLD

Poppins Bold
Poppins Italic
Poppins Medium
Poppins Medium Italic

Poppins Regular
Poppins Regular Italic
Poppins Light
Poppins Light Italic

Typographie – Famille Poppins

Poppins est une police de caractères géométrique sans empattement. Elle propose une vision internationaliste du sans genre géométrique. Elle prend en charge les langues latines et est disponible en neuf graisses avec des italiques correspondants.

TITRE

POPPINS EXTRABOLD
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
0123456789!?&@%#€+.,:-

Sous-titre

Poppins Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQ
RSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuv
wxyzåäö
0123456789!?&@%#€+.,:-

Proxima Nova Bold Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQ
RSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuv
wxyzåäö
0123456789!?&@%#€+.,:-

Corps du texte et texte d'information

Poppins Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQ
RSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuv
wxyzåäö
0123456789!?&@%#€+.,:-

Poppins Regular Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQ
RSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuv
wxyzåäö
0123456789!?&@%#€+.,:-

Titre

Poppins Extrabold
55 pt / 52 pt

SED EIUSMOD DOS TEMPOR INCIDUNT.

INTERLIGNAGE
Le format minimal de l'entête est de 15 pt. L'interlignage suivera une proportion à 95% de la taille de la police = 14.5 pt.

SED EIUSMOD DOS TEMPOR INCIDUNT.

CRÉNAGE
Un ajustement optique du crénage est à favoriser pour les titres, dans la mesure du possible.

SED EIUSMOD DOS TEMPOR INCIDUNT.

ALIGNEMENT
Nous utilisons principalement une typographie alignée à gauche sans justification à droite (en drapeau ou irrégulier à droite). C'est l'alignement le plus lisible. Il fournit à l'œil un point de départ commun pour chaque ligne. Assurez-vous que les lignes ne sont pas trop longues. Essayez de viser 7 à 10 mots ou 45 à 65 caractères.

SED EIUSMOD DOS TEMPOR INCIDUNT.

Sous-titre

Poppins Bold
20 pt / 22 pt

Lorem ipsum dolor sit amet, consect adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et magna aliqua.

Poppins Bold
12 pt / 13 pt

Lorem ipsum dolor sit amet, consect adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et magna aliqua.

INTERLIGNAGE
Pour assurer une lisibilité élevée, un interligne minimal d'environ 110 % de la taille de la police est recommandé. À noter que les tailles de police plus grandes nécessitent un interligne plus petit et que les tailles de police plus petites nécessitent un interligne plus grand.

Lorem ipsum dolor sit amet, consect adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et magna aliqua.

CRÉNAGE
Nous utilisons le crénage auto ou métrique pour les sous-titres.

Lorem ipsum dolor sit amet, consect adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et magna aliqua.

ALIGNEMENT
Nous utilisons principalement une typographie alignée à gauche sans justification à droite (en drapeau ou irrégulier à droite). C'est l'alignement le plus lisible. Il fournit à l'œil un point de départ commun pour chaque ligne. Assurez-vous que les lignes ne sont pas trop longues. Essayez de viser 7 à 10 mots ou 45 à 65 caractères par ligne.

Lorem ipsum dolor sit amet, consect adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et magna aliqua.

Typographie – Famille Poppins

Texte de corps

Poppins Regular
10 pt / 13 pt

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Varius duis at consectetur lorem donec massa sapien faucibus et. Sit amet nulla facilisi morbi tempus. Nulla facilisi etiam dignissim diam quis. Id leo in vitae turpis massa sed elementum tempus egestas. Orci porta non pulvinar neque laoreet suspendisse interdum consectetur. Orci dapibus ultrices in iaculis. Est sit amet facilisis magna etiam tempor orci eu lobortis. Massa ultricies mi quis hendrerit dolor magna eget. Dui nunc mattis enim ut tellus elementum sagittis. Nisl nisi scelerisque eu ultrices vitae auctor eu augue ut. In tellus integer feugiat scelerisque varius morbi enim nunc faucibus. Sed velit dignissim sodales ut eu sem integer vitae justo. Mauris augue neque gravida in fermentum. Dui faucibus in ornare quam viverra orci sagittis. Non sodales neque sodales ut etiam.

INTERLIGNAGE

Pour assurer une lisibilité élevée, un interligne minimal d'environ 110 % de la taille de la police est recommandé. À noter que les tailles de police plus grandes nécessitent un interligne plus petit et que les tailles de police plus petites nécessitent un interligne plus grand.

Lorem ipsum dolor sit amet, consect
adipiscing elit, sed do eiusmod tempor
incididunt ut labore et magna aliqua.

CRÉNAGE

Nous utilisons le crénage auto ou métrique pour les sous-titres.

Lorem ipsum dolor sit amet, consect
adipiscing elit, sed do eiusmod tempor
incididunt ut labore et magna aliqua.

ALIGNEMENT

Nous utilisons principalement une typographie alignée à gauche sans justification à droite (en drapeau ou irrégulier à droite). C'est l'alignement le plus lisible. Il fournit à l'œil un point de départ commun pour chaque ligne. Assurez-vous que les lignes ne sont pas trop longues. Essayez de viser 7 à 10 mots ou 45 à 65 caractères par ligne.

Lorem ipsum dolor sit amet, consect
adipiscing elit, sed do eiusmod tempor
incididunt ut labore et magna aliqua.

Graisses

Les graisses typographiques sont des atouts puissants pour construire des hiérarchies performantes. Utilisées correctement, elles aideront à renforcer nos mots et notre discours, ainsi qu'à établir une reconnaissance visuelle distincte de la marque.

Extrabold

DUI FAUCIBUS IN ORNARE VERRA.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Varius duis at consectetur lorem donec massa sapien faucibus et. Sit amet nulla facilisi morbi tempus. Nulla facilisi etiam dignissim diam quis. Id leo in vitae turpis massa sed elementum tempus egestas. Orci porta non pulvinar neque laoreet suspendisse interdum consectetur. Orci dapibus ultrices in iaculis. Est sit amet facilisis magna etiam tempor orci eu lobortis. Massa ultricies mi quis hendrerit dolor magna eget. Dui nunc mattis enim ut tellus elementum sagittis. Nisl nisi scelerisque eu ultrices vitae auctor eu augue ut. In tellus integer feugiat scelerisque varius

L'Extrabold est principalement utilisé pour les gros titres en majuscules.

Bold

Gravida rutrum quisque non tellus orci ac auctor ultrices tincidunt arcu non sodales neque sodales ut etiam.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Varius duis at consectetur lorem donec massa sapien faucibus et. Sit amet nulla facilisi morbi tempus. Nulla sit amet facilisis magna etiafacilisi etiam dignissim massa sed elementum tempus egestas. Orci porta non pulvinar neque laoreet suspendisse.

Interdum consectetur
Orci dapibus ultrices in iaculis. Est sit amet facilisis magna etiam ultricies mi quis hendrerit dolor magna eget.

Dui nunc mattis enim
Ut tellus elementum sagittis. Nisl nisi scelerisque eu ultrices vitae auctor eu augue ut. In tellus integer feugiat scelerisque varius morbi enim nunc.

Le Bold est utilisé en première ligne. Il personnalise les sous-titres et les petits titres pour catégoriser les textes.

Regular

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Varius duis at consectetur lorem donec massa sapien faucibus et. Sit amet nulla facilisi morbi tempus. Nulla facilisi etiam dignissim diam quis. Id leo in vitae turpis massa sed elementum tempus egestas. Orci porta non pulvinar neque laoreet suspendisse interdum consectetur. Orci dapibus orci eu lobortis. Massa ultricies mi quis hendrerit dolor magna eget. Dui nunc mattis enim ut tellus elementum sagittis.

Nisl nisi scelerisque eu ultrices vitae auctor eu augue ut. In tellus integer feugiat scelerisque varius morbi enim nunc faucibus. Sed velit dignissim sodales ut eu sem integer vitae justo. Mauris augue neque gravida in fermentum. Dui faucibus in ornare quam viverra orci sagittis. Non sodales neque sodales ut etiam.

«Libero id faucibus nisl tincidunt eget nullam. Dui sapien eget mi proin sed libero.»

Le Regular est principalement utilisé pour le corps du texte et les exergues.

Light

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Varius duis at consectetur lorem donec massa sapien faucibus et. Sit amet nulla facilisi morbi tempus. Nulla facilisi etiam dignissim diam quis. Id leo in vitae turpis massa sed elementum tempus egestas. Orci porta non pulvinar neque laoreet suspendisse dapibus ultrices in iaculis. Est sit amet facilisis magna etiam tempor orci eu lobortis. Massa ultricies mi quis hendrerit dolor magna eget. Dui nunc mattis enim ut tellus elementum sagittis. Nisl nisi scelerisque eu ultrices vitae auctor eu augue ut. In tellus integer feugiat scelerisque varius morbi enim nunc faucibus. Sed velit dignissim sodales ut eu sem integer vitae justo.

«Mauris augue neque gravida in fermentum.»

Mollis aliquam ut porttitor leo a. Maecenas sed enim ut sem viverra. Porttitor massa id neque aliquam vestibulum morbi blandit cursus. Leo a diam sollicitudin tempor id eu nisl. Sit amet venenatis urna cursus. Montes nascetur ridiculus mus mauris vitae ultricies. Semper viverra nam libero justo. Magna ac placerat vestibulum lectus. Fermentum iaculis eu non diam phasellus vestibulum.

Mollis aliquam ut porttitor leo a. Maecenas sed enim ut sem viverra.

Le Light peut être utilisé dans le texte d'accompagnement, les légendes et les exergues.

Tailles

Pour créer une hiérarchie typographique claire, il est important que les différences entre les tailles soient évidentes selon l'utilisation et le type d'information présenté.

Titre 1
Par exemple, si vous voulez que le corps du texte soit de 10 pt, utilisez un titre avec au moins 400 % de différence de taille. Par conséquent, la taille du titre 1 sera de 40 pt.

Titre 2
Par exemple, si vous voulez que la copie du corps soit de 10 pt, utilisez un titre avec au moins 150 % de différence de taille. Par conséquent, la taille du titre 2 sera de 15 pt.

Sous-titre
Par exemple, si vous voulez que la copie du corps soit de 10 pt, utilisez un sous-titre avec 100 % de la taille. Par conséquent, la taille du sous-titre sera de 10 pt.

Les tailles dans les exemples ci-dessus doivent être considérées comme des recommandations générales. Les formats et les contextes nécessitent des tailles différentes.

40 pt — **TITRE 1**

15 pt — **Titre 2**

10 pt — Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit seddol do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua varius duis at consectetur lorem donec massa sapien faucibus.

10 pt — **Sous-titre**
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit seddol do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua varius duis at consectetur lorem donec massa sa-

La police Plex a été conçue pour capturer l'esprit conservateur et l'histoire d'IBM. Une police sans empattement grotesque avec un design inspiré de Franklin Gothic. Elle convient parfaitement à la narration éditoriale.

IBM Plex Serif Bold et *Bold Italic*
IBM Plex Serif Regular et *Regular Italic*

Titre

IBM Plex Serif bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQ
RSTUVWXYZÅÄÖ
0123456789!?&@%#€+.,:-

IBM Plex Serif bold italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQ
RSTUVWXYZÅÄÖ
0123456789!?&@%#€+.,:-

SOUS-TITRE

IBM PLEX SERIF BOLD
ABCDEFGHIJKLMNOPQ
RSTUVWXYZÅÄÖ
ABCDEFGHIJKLMNOPQ
RSTUVWXYZÅÄÖ
0123456789!?&@%#€+.,:-

IBM PLEX SERIF BOLD ITALIC
ABCDEFGHIJKLMNOPQ
RSTUVWXYZÅÄÖ
ABCDEFGHIJKLMNOPQ
RSTUVWXYZÅÄÖ
0123456789!?&@%#€+.,:-

Corps du texte et texte d'information

IBM Plex Serif Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQ
RSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuv
wxyzåäö
0123456789!?&@%#€+.,:-

IBM Plex Serif Regular Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQ
RSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuv
wxyzåäö
0123456789!?&@%#€+.,:-

Nous utilisons Arial comme police de remplacement. Cette police système est accessible sur tous les ordinateurs et autres supports informatiques. Lors de l'envoi de documents, tels que Word, PowerPoint ou des courriels, utilisez toujours Arial comme typographie intérimaire.

Arial Bold et *Bold Italic*
Arial Regular et *Regular Italic*

TITRE

ARIAL BOLD
ABCDEFGHIJKLMNOPQ
RSTUVWXYZÅÄÖ
0123456789!?&@%#€+.,:-

ARIAL BOLD ITALIC
ABCDEFGHIJKLMNOPQ
RSTUVWXYZÅÄÖ
0123456789!?&@%#€+.,:-

Sous-titre

Arial Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQ
RSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopq
rstuvwxyzåäö
0123456789!?&@%#€+.,:-

Arial Bold Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQ
RSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopq
rstuvwxyzåäö
0123456789!?&@%#€+.,:-

Corps du texte et texte d'information

Arial Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQ
RSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuv
wxyzåäö
0123456789!?&@%#€+.,:-

Arial Regular Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQ
RSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuv
wxyzåäö
0123456789!?&@%#€+.,:-

La couleur est un outil puissant d’expression visuelle. Mais, il ne s’agit pas d’utiliser uniquement les nuances composant la palette de la marque qui contribuera à sa richesse et à son look singulier. C’est l’ensemble du spectre chromatique qui sera exploité pour mieux représenter la diversité de notre communauté. C’est donc une occasion pour communiquer notre identité avec vigueur.

– couleurs

La couleur est un identifiant universel qui transcende les barrières linguistiques. Les couleurs sont réunies pour se segmenter et se soutenir de différentes manières et ne devraient jamais être modifiées.

Couleurs – Spécifications

Couleurs primaires

L'ASSOMPTION

CMYK	0, 33, 95, 0
RGB	252, 179, 37
HEX	FCB325
PMS	1375

JOLIETTE

CMYK	80, 0, 75, 0
RGB	0, 178, 116
HEX	00B274
PMS	354

TERREBONNE

CMYK	70, 10, 0, 0
RGB	20, 177, 231
HEX	14B1E7
PMS	2995

FORMATION CONTINUE

CMYK	38, 28, 14, 0
RGB	161, 169, 192
HEX	A0A9BF
PMS	5425

RÉGIONAL

CMYK	0, 0, 0, 93
RGB	57, 56, 57
HEX	393839
PMS	433

Couleurs secondaires

L'ASSOMPTION

CMYK	10, 60, 95, 0
RGB	224, 126, 46
HEX	E07E2E

JOLIETTE

CMYK	98, 16, 75, 4
RGB	49, 138, 102
HEX	318966

TERREBONNE

CMYK	82, 40, 20, 0
RGB	41, 130, 170
HEX	2982AA

FORMATION CONTINUE

CMYK	66, 52, 38, 12
RGB	96, 107, 125
HEX	606B7D

RÉGIONAL

CMYK	0, 0, 0, 50
RGB	147, 149, 152
HEX	939598
PMS	430

L'ASSOMPTION

CMYK	22, 80, 100, 12
RGB	178, 78, 38
HEX	B24D26

JOLIETTE

CMYK	95, 28, 75, 38
RGB	39, 89, 68
HEX	275944

TERREBONNE

CMYK	95, 66, 44, 32
RGB	12, 68, 90
HEX	0C445A

FORMATION CONTINUE

CMYK	82, 66, 45, 32
RGB	53, 71, 90
HEX	35475A

RÉGIONAL

CMYK	0, 0, 0, 25
RGB	199, 200, 202
HEX	C7C8CA
PMS	428

Couleurs – Spécifications

Couleurs accents

L'ASSOMPTION

CMYK	7, 0, 70, 0
RGB	248, 253, 107
HEX	F8FD6B

JOLIETTE

CMYK	30, 0, 75, 0
RGB	193, 217, 109
HEX	C0D86C

TERREBONNE

CMYK	40, 0, 24, 0
RGB	141, 234,213
HEX	8DEAD5

FORMATION CONTINUE

CMYK	38, 38, 0, 0
RGB	159, 156, 244
HEX	9F9CF4

RÉGIONAL

CMYK	10, 90, 65, 15
RGB	190, 55, 70
HEX	BE3746

Couleurs – Utilisations

La palette de couleurs sélectionnée devrait presque toujours être présente dans les applications. Il suffit parfois d'avoir une touche sur un fond et le tour est joué.

Doser les couleurs

Nous pouvons facilement passer à de grandes zones colorées à très peu de surfaces ou d'éléments de couleur, et ce, en travaillant avec l'arrière-plan et en colorant notre typographie.

Titre : Neue Metana Next Black

Titre : Poppins Bold

Couleur et texte

La couleur de la typographie dépend de la couleur d'arrière-plan sur laquelle elle est placée. La fonction la plus importante du texte est d'être lisible. Assurez-vous que la couleur du texte contraste fortement avec son arrière-plan.

L’imagerie a le pouvoir de communiquer notre monde et notre environnement avec une précision que les mots ne peuvent offrir. Elle apporte une grande charge émotive et une valorisation de la marque à plusieurs égards.

– imagerie

Le ton général des images est calme et élégant. Les compositions combinent des ingrédients essentiels à la marque tels que des scènes sur les campus, des étudiants et professeurs en action, des employés à l'oeuvre, des scènes en classe, de l'équipement scolaire et de l'outillage. Ces scènes créent des situations simples et dignes du quotidien de la grande communauté du CL.

Les couleurs non saturées donnent une expression sophistiquée et réfléchie. Nous abaissons le point de couleur noire sur chaque cliché pour uniformiser l'ensemble des photographies qui ont leur origine de tout type d'appareil.

Nous créons des compositions rigoureuses, mais intéressantes en mélangeant des solutions non conventionnelles avec des angles inattendus et en usant d'assemblage asymétrique.

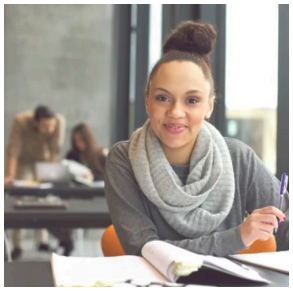
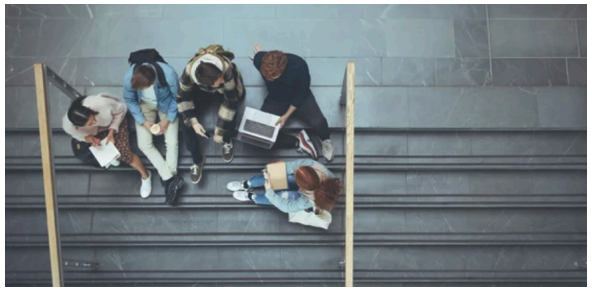
Les compositions ont des lignes claires et des points focaux marquants. Les objets centraux ne sont en aucun cas menacés par des éléments concurrents secondaires.

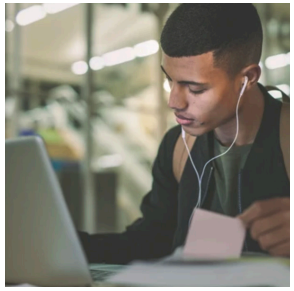
Imagerie – « Look & feel »

La lumière de nos images est naturelle et douce. Elle crée des ombres souples ou soutenues.

Les activités mises en scène représentent un renforcement à l'expression de l'authenticité.

Les photos doivent respecter les balises suivantes :
- Éclairage naturel
- Approche moderne
- Couleurs légèrements désaturées
- Style décontracté
- Émotions authentiques et spontanées



Les pictogrammes et les formes géométriques sont un excellent moyen de transmettre visuellement des informations de manière rapide et universelle.

– iconographie et géométrie

Chaque jour, nous ajoutons de nouvelles pièces à notre ensemble d'icônes, de formes et de textures.

Ces pièces permettent de représenter des programmes, des services, des installations, des attraits et des particularités reliées aux localités.

Elles offrent des synthèses et des concepts simplifiés. Elles servent de lien universel entre l'identité et la promesse du Cégep de Lanaudière.

Formes géométriques

Textures et compositions de formes géométriques

Textures et formes géométriques monochromes

Programmes, services et attraits

– exemples et recherches

Exemples

CÉGEP DE LANAUDIÈRE
CÉGEP DE LANAUDIÈRE

CÉGEP DE LANAUDIÈRE
Ici, c'est toi.

Exemples

CÉGEP DE LANAUDIÈRE
CÉGEP DE LANAUDIÈRE

CÉGEP DE
LANAUDIÈRE
à Joliette

Exemples

PRENDS TA PLACE
Ici, c'est toi.
1 LOREM IPSUM DOLOR
sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh
euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci
2 LOREM IPSUM DOLOR
sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh
euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci
3 LOREM IPSUM DOLOR
sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh
euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci
Ici, c'est toi.
CÉGEP DE LANAUDIÈRE à Joliette
PRENDS TA PLACE
PRENDS TA PLACE
PRENDS TA PLACE

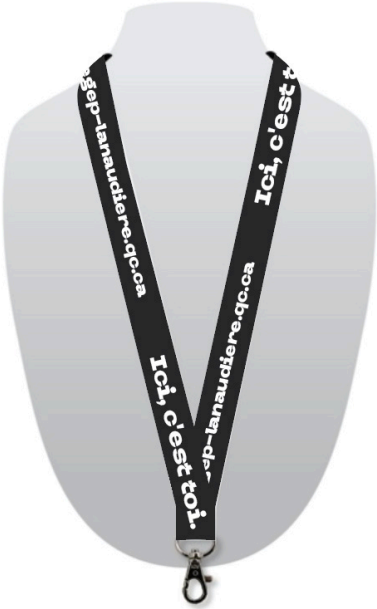
PRENDS TA PLACE
Guide des programmes
2023-2024
CÉGEP DE LANAUDIÈRE

Sciences de la nature

Exemples

CÉGEP
LANAU
Ici,
c'est
toi.
CÉGEP DE
LANAUDIÈRE

L'Assomption
Joliette
CÉGEP
LANAUDIÈRE


Ici, c'est toi.
Ici, c'est toi.

Exemples

Jouer la vidéo
Visites virtuelles
En savoir plus
CÉGEP DE LANAUDIÈRE à Joliette
Ici, c'est toi.
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.
Profil
Type de programme
Trouvez mon programme
Ce qui distingue le Cégep de Joliette
LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET CONSECTETUR
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do
Quoi de neuf?
21 janvier 2023
Titre de l'article lorem ipsum dolor sit met connecteur adipiscing
Voir toutes les actualitésités
Coordonnées
781, rue Notre-Dame
Repentigny (Québec) J5Y 1B4
450 470-0911
CÉGEP DE LANAUDIÈRE à L'Assomption
CÉGEP DE LANAUDIÈRE à Joliette

Exemples

ICI, C'EST TON CÉGEP. VIENS FORMER DES AMITIÉS POUR LA VIE ET ACQUÉRIR DES COMPÉTENCES PRÉCIEUSES POUR TON AVENIR.
CEGEP-LANAUDIÈRE.QC.CA
CÉGEP DE LANAUDIÈRE · À JOLIETTE ·

Portes ouvertes
17 novembre

Journée de la gentilesse

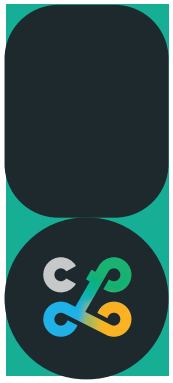
Recherches

Ici,
c'est
toi.

Ici,
c'est
toi.
CÉGEP DE
LANAUDIÈRE
à L'Assomption

CÉGEP DE
LANAUDIÈRE

Ici,
c'est
toi.
CÉGEP DE
LANAUDIÈRE



Recherches

PRENDS
TA PLACE
Ici,
c'est
toi.
CÉGEP DE
LANAUDIÈRE

PRENDS
TA PLACE
Ici,
c'est
toi.
CÉGEP DE
LANAUDIÈRE

Recherches

Ici,
c'est
toi.

Ici,
c'est
toi.

Sit
Lorem ipsum dolore amet.
Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo. Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt. Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non
CÉGEP DE LANAUDIÈRE

– merci !

CÉGEP DE LANAUDIÈRE – SERVICES DES COMMUNICATIONS

ANNEXE 3 – GUIDE DE RÉDACTION

CÉGEP DE LANAUDIÈRE

Guide de rédaction

Ce guide a été rédigé par
le Service des communications

Dernière mise à jour : 9 septembre 2026

RÉDACTION ÉPICÈNE 3
DÉSIGNATIONS 5
Le cégep, ses collèges et sa fondation 5
Les directions, les services et les départements 6
Les programmes et les cours 7
Les instances 8
Les associations et syndicats 9
Les activités et les titres 9
Les lieux 10
Les autres cas 10
DESCRIPTIONS OFFICIELLES DES COLLÈGES ET ENTITÉS 11
Cégep de Lanaudière 11
Cégep de Lanaudière à Joliette 12
Cégep de Lanaudière à L'Assomption 13
Cégep de Lanaudière à Terrebonne 14
Formation continue du Cégep de Lanaudière 15
Fondation du Cégep de Lanaudière 16
Les Triades de Lanaudière 17
Bio.Enviro.In 18
CERESO 19
INEDI 20
Clinique-école d'*Optique et lunetterie* du Cégep à L'Assomption 21
Clinique d'hygiène dentaire du Cégep à Terrebonne 22
LEXIQUE DU COLLÉGIAL 23
Orthographe rectifiée 23
Vocabulaire 23
Tutoiement/vouvoiement 23
Acronymes, abréviations et sigles 24
RÈGLES TYPOGRAPHIQUES 27
Ponctuation 27
Écriture d'une adresse 28
Écriture des numéros de téléphone 29
Écriture des chiffres et des nombres 29
Notation des heures et durées 30

RÉDACTION ÉPICÈNE[1]

Définition de l'Office québécois de la langue française

Pratique d'écriture qui, par des procédés favorisant des textes plus inclusifs, permet de représenter les femmes et les hommes de façon équilibrée et de désigner les personnes indépendamment de leur genre.

Quelques procédés de rédaction épicène

1- Désignations neutres

À noter que les désignations neutres sont particulièrement utiles dans les textes à visée générale (les infolettres, les documents administratifs, etc.).

La **communauté étudiante** s'est rassemblée…
Le **corps enseignan**t était en accord avec la proposition…
Le **personnel** était présent en grand nombre…

Liste de termes épicènes ou neutres.

2- Phrases ou tournures inclusives

Phrase initiale : De nombreux étudiants ont voté pour leur film préféré.

Un sondage pour dénicher le film préféré de la communauté collégiale a été conduit hier soir.

Hier soir, plusieurs ont voté pour leur film préféré.

À la suite d'un vote, la communauté collégiale a décrété que son film préféré était…

3- Doublets

Les **doublets longs**, c'est-à-dire l'utilisation des formes masculine et féminine pour un même mot, sont recommandés dans un texte où l'**espace n'est pas restreint**.

Puisque les adjectifs suivant les doublets doivent être accordés au masculin, il est de bon usage de mettre le mot féminin avant le masculin.

Les étudiantes et étudiants intéressés peuvent s'informer auprès de…

[1] En septembre 2025, le Gouvernement du Québec a mis à jour sa Politique linguistique de l'État. Il est donc attendu que « l'Administration tien[ne] compte des avis de recommandation de l'Office québécois de la langue française en se référant au site Web de ce dernier ainsi qu'à la Vitrine linguistique ». Ce tableau résume ces recommandations, lesquelles doivent être respectées dans toutes les communications institutionnelles du Cégep de Lanaudière.

Les **doublets abrégés**, qui sont composés d'un mot masculin et de la finale de la variante féminine correspondante, sont permis **uniquement dans les contextes où l'espace est restreint.** À cet effet, les (parenthèses) et les [crochets] sont les deux formes acceptées.	Nom du [de la] directeur[trice] Nom de l'employé(e)
À proscrire	
Utilisation des termes émergents	
Les néologismes non officiels liés à la neutralité ou à la pluralité des genres, c'est-à-dire ceux qui désignent tant le masculin que le féminin, ou ni un ni l'autre, sont proscrits.	**Termes à proscrire :** Iel, ille, toustes, celleux, mix, froeur, collaborateurice, etc.
Rédaction intégrale au masculin	
La rédaction intégrale au masculin est proscrite. Les communications institutionnelles doivent être épicènes, c'est-à-dire représenter à parts égales les genres masculin et féminin.	**Formulation à proscrire :** les phrases mentionnant l'utilisation du masculin neutre pour raccourcir le texte sont fortement déconseillées.
Ressources utiles	OQLF/BDL, Stratégies pour des phrases inclusives OQLF/BDL, Qu'est-ce qu'une désignation neutre?

Gouvernement du Québec, Politique linguistique de l'État (version de septembre 2025)

DÉSIGNATIONS

Le cégep, ses collèges et sa fondation

Majuscule

La majuscule est de mise lorsque le générique est utilisé pour désigner le nom officiel d'un établissement.

Lors de la dernière refonte visuelle du Cégep, le mot *régional* a été retiré de l'appellation, dans un souci de simplification. Toutefois, le nom officiel de l'établissement demeure *Cégep régional de Lanaudière*.

Le **C**égep de Lanaudière
Le **C**égep de Lanaudière à Joliette
Le **C**égep de Lanaudière à L'Assomption
Le **C**égep de Lanaudière à Terrebonne
Le **C**égep à Joliette
Le **C**égep à L'Assomption
Le **C**égep à Terrebonne
La **F**ondation du Cégep de Lanaudière

Formes à éviter :
Le Cégep **de** Joliette
Le Cégep **de** L'Assomption
Le Cégep **de** Terrebonne

Nous recommandons la majuscule au générique employé seul lorsqu'il réfère au titre complet et à l'entité. Le générique est dans ce cas précédé d'un article défini (le, la, du).

Le **C**égep félicite sa communauté étudiante.
Les programmes du **C**égep sont présentés dans le guide des programmes.
La Fondation a remis plusieurs bourses.

Minuscule

Nous recommandons la minuscule au générique lorsque le nom :

- Est au pluriel;

Les **c**égeps ont tous participé.
Les **c**égeps de Lanaudière et de Saint-Jérôme sont des établissements d'enseignement supérieur.

- Est précédé d'un adjectif démonstratif, possessif ou d'un article indéfini;

Ces **c**égeps sont situés ailleurs au Québec.
Notre **c**égep est le plus grand de la région.
Hubert fréquente un **c**égep.

J'ai étudié au **c**égep pendant deux ans.

- Désigne le niveau d'études.

Termium, Écoles, collèges, universités, etc. (maisons d'enseignement)

Les directions, les services et les départements

Majuscule	
La dénomination des directions et services ayant leur place dans l'organigramme, et celle des départements prennent la majuscule initiale. Dans le cas des départements, le générique s'écrit avec la majuscule et le spécifique avec la minuscule.	La **D**irection générale était présente. Le **S**ervice des communications présente un nouveau site Internet. Le **D**épartement de **m**usique aussi.
Lorsque l'espace est restreint, il est possible de juxtaposer avec un tiret précédé et suivi d'une espace, le nom de l'unité administrative et son activité spécifique, en omettant la préposition. Dans ce cas uniquement, le spécifique prendra lui aussi la majuscule.	Direction adjointe – Affaires étudiantes (remplaçant La Direction adjointe aux affaires étudiantes) **D**irection adjointe – **D**éveloppement et partenariats interordres (remplaçant La Direction adjointe au développement et aux partenariats interordres) Conseillère pédagogique à la **F**ormation continue et aux services aux entreprises Les activités de la **V**ie étudiante sont ouvertes à tous et à toutes.
Minuscule	
La majuscule elliptique ne s'applique pas aux unités administratives.	La Direction des ressources matérielles présente une nouvelle procédure. La **d**irection espère que celle-ci sera appréciée.
La minuscule est de mise lorsque l'unité administrative est considérée comme un nom commun représentant plusieurs unités semblables.	Tous les **s**ervices participeront. Les **s**ervices des approvisionnements et des finances y veilleront.

OQLF/BDL, Majuscule aux noms d'unités administratives

Les programmes et les cours

Noms des cours	
Les noms des cours s'écrivent en italique et commencent par une majuscule.	Charlotte a choisi le cours ***Espagnol 1.***
Noms des programmes	
Les noms des programmes s'écrivent en italique et commencent par une majuscule. Les génériques *programme* et *option* s'écrivent en minuscule, sans italique. Lorsqu'un programme comporte une option, on sépare les deux éléments par une virgule. Le générique *option* sera en minuscules et le spécifique prendra la majuscule initiale. Il est possible, pour des considérations graphiques, d'omettre les italiques (sur les réseaux sociaux, par exemple).	J'ai été admise dans le programme ***Optique et lunetterie***. J'étudie en ***Archives médicales***. Nous offrons le programme ***Technologie du génie électrique – Réseaux et télécommunications***. Louis est finissant du programme ***Arts, lettres et communication, option Langues***.
OQLF/BDL, Emploi de l'italique pour les noms de cours et de programmes d'études	

Les instances

Minuscule	
Lorsqu'ils désignent un groupe de personnes formé à l'intérieur d'une organisation pour participer à sa gestion et à ses activités, comme c'est le cas pour toutes les instances du Cégep, les mots *conseil*, *commission* et *comité* prennent la minuscule initiale.	La rencontre de la **c**ommission des études aura lieu lundi. Le **c**onseil d'administration a entériné la proposition. Le **c**omité régional de planification et de coordination a adopté cette règle. Les membres du **c**omité vert sont mobilisés.

Majuscule	
Lorsqu'ils désignent, par son nom officiel, un organisme public à caractère unique dans un État, les mots *conseil*, *commission* et *comité* prennent la majuscule initiale.	Le **C**onseil des ministres La **C**ommission des droits de la personne Le **C**omité international olympique

OQLF/BDL, Emploi de la majuscule pour comité, commission, conseil et groupe de travail

Les associations et syndicats

Majuscule	
Les noms d'associations et de syndicats prennent la majuscule initiale	Le **S**yndicat des enseignantes et enseignants du Cégep de Lanaudière à Terrebonne Le **R**egroupement des étudiantes et étudiants du Cégep de Lanaudière à Joliette L'**A**ssociation étudiante du Cégep de Lanaudière à L'Assomption
Minuscule	
La majuscule elliptique ne s'applique pas aux syndicats, regroupements et associations.	Le Regroupement des étudiantes et étudiants du Cégep de Lanaudière à Joliette abonde dans le même sens. Le **r**egroupement invitera ses membres à se réunir.
La minuscule est de mise lorsque les mots *syndicat*, *regroupement* et *association* sont considérés comme des noms communs représentant plusieurs unités semblables.	Tous les **s**yndicats appuient la demande. Les **a**ssociations étudiantes des trois collèges étaient présentes.

OQLF/BDL, Majuscule aux noms d'associations, Emploi de la majuscule elliptique

Les activités et les titres

Noms des événements	
Le premier mot et, s'il y a lieu, l'adjectif qui le précède prennent une majuscule. Les noms propres faisant partie du nom de l'événement prennent également une majuscule.	Le **G**ala reconnaissance a lieu ce soir. La **C**érémonie de fin d'études avait lieu samedi. Je participe au **D**éfi entrepreneurial Mallette.
Titres	
Les titres de publications, d'ouvrages, d'expositions, d'œuvre d'art, etc. s'écrivent en italique avec une majuscule initiale.	La prochaine édition du ***Recto verso*** paraîtra mardi. Les étudiantes et les étudiants ont lu ***Nous étions le sel et la mer***. Simon participe à l'exposition ***Mixologie***.

OQLF/BDL, Majuscule aux noms des manifestations commerciales, culturelles et sportives
Termium, Noms propres (italique aux noms propres)

Les lieux

Nom des espaces ayant un nom spécifique	
Le mot unique ou le premier mot de l'expression prennent la majuscule. Le générique est en minuscule.	La **s**alle **C**alimarose ou le **C**alimarose La **C**linique-école d'*Optique et lunetterie* La Clinique d'hygiène dentaire
Si un nom propre se glisse dans le nom, il prendra également la majuscule.	La **S**alle **D**esjardins

Nom des espaces sans nom spécifique	
Ces noms ne prennent pas de majuscule.	La **c**afétéria et le **c**afé étudiant sont fermés pour l'été. Le **s**alon étudiant est un lieu accueillant. La **b**ibliothèque du Cégep à Joliette est ouverte. Ces activités se tiendront au **g**ymnase et à la **s**alle de musculation.

Désignation des locaux	
De manière générale, les locaux sont désignés par une lettre et un numéro, reliés par un trait d'union.	Rendez-vous au local A-220 La bibliothèque du Cégep à L'Assomption est située au local F-210

Les autres cas

Nous avons regroupé ici des désignations ne figurant pas dans les rubriques précédentes.

Majuscule
Le **C**arrefour d'aide à la réussite Le **C**entre d'aide en philosophie Le **S**tudent **T**utor **E**nglish **P**rogram La **COOP** étudiante — *Attention* : COOP s'écrit en majuscules.

Minuscule
Le **r**egistrariat Le service d'aide psychosociale — *Attention* : psychosociale s'accorde avec aide.

Gouvernement du Canada, 4 différences entre les règles d'écriture de l'anglais et du français

DESCRIPTIONS OFFICIELLES DES COLLÈGES ET ENTITÉS

Attention : pour éviter la confusion et alimenter le sentiment d'appartenance, nous recommandons l'utilisation du nom complet de chacun des trois collèges (p. ex. : Cégep de Lanaudière à L'Assomption) en début de texte. Il en va de même dans la rédaction d'articles, communiqués et autres textes destinés au grand public.

Cégep de Lanaudière

Description longue	Le Cégep de Lanaudière est un établissement d'enseignement supérieur à échelle humaine avec des milieux de vie stimulants, des services à la vie étudiante diversifiés et accessibles, une équipe enseignante passionnée ainsi que du personnel dédié à la réussite des étudiantes et étudiants. Regroupant trois collèges situés à Joliette, à L'Assomption et à Terrebonne, ainsi qu'un service de formation continue et un siège social situés à Repentigny, il propose, depuis 1998, un modèle de gouvernance unique au Québec. Il offre plus de 40 programmes et profils de formation, des possibilités de perfectionnement et des services aux entreprises. Il compte aujourd'hui près de 7600 personnes étudiantes en formation préuniversitaire ou technique, plus de 1500 personnes étudiantes en formation continue et près de 1000 membres du personnel. Par le biais de ses activités de recherche, de ses partenariats avec des entreprises lanaudoises et des activités sportives et culturelles qu'il accueille, le Cégep de Lanaudière est un acteur socio-économique d'importance et un incontournable au chapitre de la formation de la main-d'œuvre pour sa région. Ici, c'est toi. Prends ta place!
Description courte	Établissement d'enseignement supérieur à échelle humaine, le Cégep de Lanaudière regroupe trois collèges (Joliette, L'Assomption et Terrebonne) ainsi qu'un service de formation continue et un siège social (Repentigny). Il offre plus de 40 programmes et profils de formation, des possibilités de perfectionnement, des services aux entreprises, des milieux de vie stimulants ainsi que des services à la vie étudiante diversifiés et accessibles. Il compte sur une équipe passionnée, dédiée à la réussite de plus de 9000 étudiantes et étudiants. Le Cégep de Lanaudière est un acteur socio-économique d'importance et un incontournable au chapitre de la formation de la main-d'œuvre pour sa région. Ici, c'est toi. Prends ta place!

Cégep de Lanaudière à Joliette

Description longue	Établissement d'enseignement supérieur à échelle humaine, le Cégep de Lanaudière regroupe trois collèges (Joliette, L'Assomption et Terrebonne) ainsi qu'un service de formation continue et un siège social (Repentigny). Situé à une heure de Trois-Rivières et de Montréal, dans une ville riche d'une vie de quartier colorée et sympathique, le Cégep à Joliette est entouré de restaurants branchés, de boutiques et de jolis cafés. Avoisinant le Musée d'arts de Joliette et abritant le Centre culturel Desjardins, il fait partie intégrante de la communauté, à titre de référence artistique et de générateur de projets collectifs. Le Cégep à Joliette, ce sont quelque 2700 étudiantes et étudiants, 21 programmes et 1 cheminement particulier, dont certains comportant un volet international, quelque 450 diplômes remis par année et 120 personnes étudiantes-athlètes. Il regroupe une unité-hôpital avec chambre de simulation, des laboratoires à la fine pointe dédiés aux programmes de science, d'informatique et de génie, un studio d'enregistrement, des salles de spectacle, des complexes serricole et agroalimentaire, ainsi qu'une ferme-école. On y trouve une vie étudiante sportive, culturelle et sociocommunautaire stimulante, une bibliothèque moderne, une salle de musculation et des espaces de vie accueillants. Ici, c'est toi. Prends ta place!
Description courte	Situé au cœur de sa région, le Cégep à Joliette fait partie du Cégep de Lanaudière, qui regroupe également les cégeps à L'Assomption et à Terrebonne, ainsi qu'un service de formation continue et un siège social à Repentigny. On y retrouve une unité-hôpital avec chambre de simulation, des laboratoires à la fine pointe, un studio d'enregistrement, des salles de spectacle, des complexes serricole et agroalimentaire, ainsi qu'une ferme-école. Il propose à quelque 2700 étudiantes et étudiants 21 programmes et 1 cheminement particulier, une vie étudiante sportive, culturelle et sociocommunautaire stimulante, une bibliothèque moderne, de même que des espaces de vie accueillants. Ici, c'est toi. Prends ta place!

Cégep de Lanaudière à L'Assomption

Description longue	Établissement d'enseignement supérieur à échelle humaine, le Cégep de Lanaudière regroupe trois collèges (Joliette, L'Assomption et Terrebonne) ainsi qu'un service de formation continue et un siège social (Repentigny). Boutiques, adresses festives et restaurants côtoient le Cégep à L'Assomption qui est situé en plein cœur du centre-ville. Entièrement rénové et pourvu d'espaces à couper le souffle, il offre des lieux où il est facile et agréable d'étudier. À 30 minutes de Montréal, le Cégep à L'Assomption est accessible… sans le trafic! Le Cégep à L'Assomption, ce sont quelque 2575 étudiantes et étudiants, 12 programmes et 1 cheminement particulier, dont certains comportant un volet international, plus de 500 diplômes remis chaque année et 120 personnes étudiantes-athlètes. Il regroupe la Clinique-école d'*Optique et lunetterie*, des locaux d'observation en centre de la petite enfance, un studio de captation et de l'équipement multimédia spécialisés, une salle de spectacle et un laboratoire de simulation en inhalothérapie. On y trouve une vie étudiante sportive et socioculturelle stimulante, une bibliothèque moderne, une salle de musculation et des espaces de vie accueillants. Ici, c'est toi. Prends ta place!
Description courte	Situé au cœur de sa région, le Cégep à L'Assomption fait partie du Cégep de Lanaudière, qui regroupe également les cégeps à Joliette et à Terrebonne, ainsi qu'un service de formation continue et un siège social à Repentigny. On y trouve la Clinique-école d'*Optique et lunetterie*, des locaux d'observation en centre de la petite enfance, un studio de captation et de l'équipement multimédia spécialisés, une salle de spectacle et un laboratoire de simulation en inhalothérapie. Il offre à quelque 2575 étudiantes et étudiants 12 programmes et 1 cheminement particulier, une vie étudiante sportive et socioculturelle stimulante, une bibliothèque moderne et bien garnie, une salle de musculation et des espaces de vie accueillants. Ici, c'est toi. Prends ta place!

Cégep de Lanaudière à Terrebonne

Description longue	Établissement d'enseignement supérieur à échelle humaine, le Cégep de Lanaudière regroupe trois collèges (Joliette, L'Assomption et Terrebonne) ainsi qu'un service de formation continue et un siège social (Repentigny). Depuis 1998, le Cégep de Lanaudière à Terrebonne se positionne comme un acteur d'importance dans la MRC Les Moulins. Situé près des grands axes routiers et à 15 minutes du Vieux-Terrebonne, il abrite un théâtre, le site patrimonial et champêtre de l'Île des Moulins, de sympathiques restaurants, des espaces festifs et de jolis cafés. Il se trouve à proximité d'une piste de course, d'une piscine et d'un centre de soccer intérieurs. Le Cégep à Terrebonne, ce sont quelque 2300 étudiantes et étudiants, 8 programmes, dont certains comportant un volet international, 1 chemin particulier, plus de 400 diplômes remis par année et 115 personnes étudiantes-athlètes. Il regroupe une clinique d'hygiène dentaire, un centre d'expertise et de recherche en design industriel (INEDI) et des laboratoires proposant des équipements de pointe. On y trouve une vie étudiante sportive et socioculturelle stimulante, une bibliothèque moderne, une salle de musculation et des espaces de vie accueillants. Ici, c'est toi. Prends ta place!
Description courte	Situé au cœur de sa région, le Cégep à Terrebonne fait partie du Cégep de Lanaudière, qui regroupe également les cégeps à Joliette et à L'Assomption, ainsi qu'un service de formation continue et un siège social à Repentigny. On y trouve une clinique d'hygiène dentaire, un centre d'expertise et de recherche en design industriel (INEDI) et des laboratoires proposant des équipements de pointe. Il propose à quelque 2300 étudiantes et étudiants 8 programmes et 1 cheminement particulier, une vie étudiante sportive et socioculturelle stimulante, une bibliothèque moderne, une salle de musculation et des espaces de vie accueillants. Ici, c'est toi. Prends ta place!

Formation continue du Cégep de Lanaudière

Description longue	Établissement d'enseignement supérieur à échelle humaine, le Cégep de Lanaudière regroupe trois collèges (Joliette, L'Assomption et Terrebonne) ainsi qu'un service de formation continue et un siège social (Repentigny). La Formation continue du Cégep de Lanaudière, ce sont 1500 étudiantes et étudiants, près de 150 membres du personnel et 74 formations accessibles à distance, dans l'un ou l'autre des quatre établissements du Cégep ou en mode hybride. On y offre également des services aux entreprises, des cours subventionnés à un tarif avantageux ainsi que des options de perfectionnement en ligne. Que ce soit pour se perfectionner, profiter d'une formation sur mesure pour son entreprise, réintégrer le marché du travail, réorienter sa carrière ou encore pour transformer son expérience en diplôme reconnu, la Formation continue propose une vaste sélection de formations conçues spécifiquement pour répondre aux besoins des adultes et aux exigences du marché de l'emploi lanaudois. Ici, la formation continue.
Description courte	La Formation continue du Cégep de Lanaudière, ce sont 74 formations accessibles à distance, dans l'un ou l'autre des quatre établissements du Cégep (Joliette, L'Assomption, Repentigny et Terrebonne) ou en mode hybride. Que ce soit pour se perfectionner, profiter d'une formation sur mesure pour son entreprise, réintégrer le marché du travail, réorienter sa carrière ou encore pour transformer son expérience en diplôme reconnu, la Formation continue offre une vaste sélection de formations conçues spécifiquement pour répondre aux besoins des adultes et aux exigences du marché de l'emploi lanaudois. Ici, la formation continue.

Fondation du Cégep de Lanaudière

Description longue	La Fondation du Cégep de Lanaudière a pour principal objectif de promouvoir la réussite académique de la communauté étudiante en attribuant des bourses de persévérance, d'engagement et d'excellence. Elle soutient également des initiatives de développement visant à considérablement améliorer la qualité de l'enseignement au Cégep de Lanaudière à Joliette, à L'Assomption et à Terrebonne. Pour atteindre cet objectif, elle apporte également un soutien financier à des projets pédagogiques novateurs en collaboration avec la communauté collégiale et les acteurs des secteurs économique, social et culturel de la région de Lanaudière. Pour soutenir la Fondation du Cégep de Lanaudière, visitez le cegep-lanaudiere.qc.ca/fondation/. Ici, c'est nous! Aidons-les à prendre leur place!
Description courte	La Fondation du Cégep de Lanaudière a pour principal objectif de promouvoir la réussite académique de la communauté étudiante en attribuant des bourses de persévérance, d'engagement et d'excellence. Elle soutient également des initiatives de développement visant à considérablement améliorer la qualité de l'enseignement au Cégep de Lanaudière à Joliette, à L'Assomption et à Terrebonne. Pour soutenir la Fondation du Cégep de Lanaudière, visitez le https://cegep-lanaudiere.qc.ca/fondation/. Ici, c'est nous! Aidons-les à prendre leur place!

Les Triades de Lanaudière

Description longue	Les Triades de Lanaudière sont, depuis 2006, une équipe de football collégial Réseau du sport étudiant du Québec (RSEQ) division 3 et, depuis l'automne 2025, également une équipe de hockey collégial RSEQ division 2. Elles regroupent des étudiants-athlètes du Cégep de Lanaudière à Joliette, à L'Assomption et à Terrebonne qui représentent fièrement leur région au niveau provincial. Ensemble, ils sont *Unis pour être uniques*. Le Cégep de Lanaudière offre un programme Sport-études Triades permettant à chaque athlète des équipes de football et de hockey de concilier les études et le sport. Ce programme propose un encadrement personnalisé visant à soutenir la réussite des joueurs. En plus d'obtenir un statut d'étudiant-athlète reconnu par le Cégep, ceux-ci bénéficient notamment d'un horaire scolaire adapté, de la possibilité de suivre des cours à distance, d'un suivi personnalisé de leur cheminement scolaire et d'une mention d'engagement au bulletin. Ici, c'est toi. Prends ta place!
Description courte	Les Triades de Lanaudière regroupent une équipe de football collégial Réseau du sport étudiant du Québec (RSEQ) division 3, active depuis 2006, et également de hockey collégial RSEQ division 2, active depuis l'automne 2025. Ces deux formations rassemblent des étudiants-athlètes du Cégep de Lanaudière à Joliette, à L'Assomption et à Terrebonne qui représentent fièrement leur région au niveau provincial. Ensemble, ils sont *Unis pour être uniques*. Ici, c'est toi. Prends ta place!

Bio.Enviro.In

Description longue	Affilié au Cégep de Lanaudière à Joliette, Bio.Enviro.In est un centre d'innovation bioalimentaire dont la mission est de favoriser l'essor des entreprises bioalimentaires régionales par l'innovation dans une perspective globale de développement durable. Bio.Enviro.In regroupe une équipe de chercheuses et chercheurs spécialisés en horticulture, en agriculture et en transformation des aliments qui conjuguent leurs efforts pour agir en synergie dans différents projets de recherche appliquée et de transfert technologique. Pour en savoir plus, visitez www.bioenviro.in.
Description courte	Affilié au Cégep de Lanaudière à Joliette, Bio.Enviro.In est un centre d'innovation bioalimentaire dont la mission est de favoriser l'essor des entreprises bioalimentaires régionales par l'innovation dans une perspective globale de développement durable. Pour en savoir plus, visitez www.bioenviro.in.

CERESO

Description longue	Le CERESO, centre collégial d'expertise en innovation sociale, est un appui à la communauté mis en place par le Cégep de Lanaudière à L'Assomption. Il propose des services de recherche appliquée et de mesure d'impacts, de développement de solutions socialement innovantes et de transfert de connaissances. Grâce à sa capacité à mobiliser une diversité d'acteurs autour d'une problématique, d'une aspiration ou d'une solution novatrice, le CERESO agit à titre de facilitateur pour le développement des communautés. Pour réaliser sa mission de contribuer au déploiement d'initiatives collectives porteuses pour les communautés, le CERESO travaille avec des municipalités, des institutions et des organismes à but non lucratif en valorisant à la fois l'expérience des acteurs du terrain et les connaissances issues de la recherche. Le CERESO accompagne les organisations à toutes les étapes de leurs projets innovants. Pour en savoir plus, visitez cereso.cegep-lanaudiere.qc.ca.
Description courte	Le CERESO, centre collégial d'expertise en innovation sociale, est un appui à la communauté mis en place par le Cégep de Lanaudière à L'Assomption. Il propose des services de recherche appliquée et de mesure d'impacts, de développement de solutions socialement innovantes et de transfert de connaissances. Grâce à sa capacité à mobiliser une diversité d'acteurs autour d'une problématique, d'une aspiration ou d'une solution novatrice, le CERESO agit à titre de facilitateur pour le développement des communautés. Pour en savoir plus, visitez cereso.cegep-lanaudiere.qc.ca.

INEDI

Description longue	Affilié au Cégep de Lanaudière à Terrebonne, INÉDI est un centre collégial de transfert de technologie (CCTT) en design industriel. Ses principaux champs d'intervention sont le design durable, inclusif et évolutif, ainsi que l'adaptation et l'utilisation de la technologie en design. Son approche vise à mettre en valeur les qualités de son équipe multidisciplinaire d'expertes et d'experts, soit la créativité, l'esprit scientifique et la maîtrise technique, pour proposer les solutions les mieux adaptées aux besoins des personnes utilisatrices tout en s'assurant d'avoir une vision globale des problématiques. Pour réaliser sa mission, INÉDI utilise des outils technologiques variés et met à profit différentes expertises, comme les réalités virtuelles, augmentée et mixte, des équipements de mesures biométriques et le prototypage rapide. Des outils de recherche et de collecte de données qualitatives complètent son infrastructure basée sur la cocréation et la recherche participative. Pour en savoir plus, visitez inedi.cepep-lanaudiere.qc.ca.
Description courte	Affilié au Cégep de Lanaudière à Terrebonne, INÉDI est un centre collégial de transfert de technologie (CCTT) en design industriel. Ses principaux champs d'intervention sont le design durable, inclusif et évolutif, ainsi que l'adaptation et l'utilisation de la technologie en design. Son approche est basée sur la cocréation et la recherche participative. Pour en savoir plus, visitez inedi.cepep-lanaudiere.qc.ca.

À la demande d'INÉDI, toujours ajouter cette adresse pour information dans les communiqués de presse : info@inedi.ca.

Clinique-école d'*Optique et lunetterie* du Cégep à L'Assomption

Description longue	La Clinique-école d'*Optique et lunetterie* du Cégep de Lanaudière à L'Assomption permet aux étudiantes et aux étudiants du programme *Optique et lunetterie* de bénéficier d'une expérience professionnelle concrète, dans un environnement à la fine pointe de la technologie. Située dans les locaux du Cégep, elle offre au grand public des services d'examen visuel complet par une personne optométriste diplômée, de vente, ainsi que d'ajustement et réparation de lunettes et lentilles cornéennes à des prix avantageux. Acceptant les prescriptions de l'extérieur, elle propose un choix de plus de 900 montures et de 200 lunettes de soleil. Pour en savoir plus et prendre rendez-vous, visitez cegep-lanaudiere.qc.ca/lassomption/espace-de-vie/clinique-ortheses-visuelles/.
Description courte	La Clinique-école d'*Optique et lunetterie* du Cégep de Lanaudière à L'Assomption permet aux étudiantes et aux étudiants du programme *Optique et lunetterie* de bénéficier d'une expérience professionnelle concrète, dans un environnement à la fine pointe de la technologie. Elle offre au grand public des services d'examen visuel complet par une personne optométriste diplômée, de vente, ainsi que d'ajustement et réparation de lunettes et lentilles cornéennes à des prix avantageux. Pour en savoir plus et prendre rendez-vous, visitez cegep-lanaudiere.qc.ca/lassomption/espace-de-vie/clinique-ortheses-visuelles/.

Clinique d'hygiène dentaire du Cégep à Terrebonne

Description longue	La Clinique d'hygiène dentaire du Cégep de Lanaudière à Terrebonne permet aux étudiantes et aux étudiants du programme *Techniques d'hygiène dentaire* de bénéficier d'une expérience professionnelle concrète, dans un environnement à la fine pointe de la technologie. Située dans les locaux du Cégep, elle offre au grand public une vaste gamme de services à des prix avantageux, incluant notamment l'évaluation complète de la condition buccodentaire d'une personne, les radiographies dentaires, le détartrage et le polissage, le blanchiment dentaire, les obturations et la fabrication de protecteurs buccaux sur mesure. Pour en savoir plus et prendre rendez-vous, visitez cegep-lanaudiere.qc.ca/terrebonne/espace-de-vie/clinique-hygiene-dentaire/.
Description courte	La Clinique d'hygiène dentaire du Cégep de Lanaudière à Terrebonne permet aux étudiantes et aux étudiants du programme *Techniques d'hygiène dentaire* de bénéficier d'une expérience professionnelle concrète, dans un environnement à la fine pointe de la technologie. Elle offre au grand public une vaste gamme de services à des prix avantageux, incluant notamment l'évaluation complète de la condition buccodentaire d'une personne, les radiographies dentaires, le détartrage et le polissage. Pour en savoir plus et prendre rendez-vous, visitez cegep-lanaudiere.qc.ca/terrebonne/espace-de-vie/clinique-hygiene-dentaire/.

LEXIQUE DU COLLÉGIAL

Orthographe rectifiée

Le Cégep de Lanaudière n'utilise pas l'orthographe rectifiée dans ses communications écrites. Les règles traditionnelles sont donc à privilégier pour tout document institutionnel produit par l'administration du Cégep afin d'assurer une cohérence rédactionnelle.

Vocabulaire

Collège, constituante ou campus	**Collège** ou **collège constituant**. *Le terme campus* est à proscrire.
Élève, étudiant(e) ou cégépien(ne)?	**Étudiant(e)** ou **cégépien(ne)** Le terme *élève* est à proscrire.
Professeur(e) ou enseignant(e)?	**Enseignant(e)** Le terme *professeur(e)* est à proscrire. Enseignant(e) **de** français Forme à éviter : Enseignant(e) **en** français
Web ou web, Internet ou internet, Intranet ou intranet	Sur le **W**eb, sur l'**I**nternet et sur l'**i**ntranet

OQLF/BDL, Différence entre écolier, élève et étudiant, Enseignant, enseignante, Internet, intranet et extranet : déterminant, majuscule et nombre

Tutoiement/vouvoiement

Lorsque l'on s'adresse aux étudiant(e)s de la **formation régulière.**	Le tutoiement qui doit être utilisé, et ce, pour toutes nos communications et sur toutes nos plates-formes.
Lorsque l'on s'adresse aux étudiant(e)s de la **formation continue**.	Le vouvoiement est à privilégier pour toutes les communications.
Lorsque l'on s'adresse aux membres du personnel.	Le vouvoiement est à privilégier dans les communications formelles. Le tutoiement peut toutefois convenir dans certains contextes plus informels.
Lorsque l'on s'adresse aux futurs membres du personnel **(affichages de postes)**.	Le vouvoiement est à privilégier dans les communications formelles.

Acronymes, abréviations et sigles

AEC	Attestation d'études collégiales
AG	Assemblée générale
AMT	Apprentissage en milieu de travail
API	Aide pédagogique individuelle
APM	Activités pédagogiques multiples
AQPC	Association québécoise de pédagogie collégiale
ATE	Alternance travail-études
CA	Conseil d'administration
CAE	Commission des affaires étudiantes
CAF	Centre d'aide en français
CAP	Commission des affaires pédagogiques
CAR	Carrefour d'aide à la réussite
CÉ	Conseil d'établissement
CISEP	Conseiller(ère) en information scolaire et professionnelle
CISSS	Centre intégré de santé et de services sociaux
CL	Cégep de Lanaudière
CLA	Cégep de Lanaudière à L'Assomption
CLJ	Cégep de Lanaudière à Joliette
CLT	Cégep de Lanaudière à Terrebonne
CO	Conseiller(ère) d'orientation
COMÉ	Commission des études
CP	Conseiller(ère) pédagogique
CRPC	Comité régional de planification et de coordination
CRT	Comité des relations de travail
CSS	Centre de services scolaire
CSSDA	Centre de services scolaire des Affluents
CSSS	Centre de services scolaire des Samares

DA	Direction adjointe
DCC	Direction du collège constituant
DG	Direction générale
DRH	Direction des ressources humaines
EULE	Épreuve uniforme de langue d'enseignement (auparavant EUF pour Épreuve uniforme de français)
FC	Formation continue
FG	Formation générale
JAP	Journée d'activité pédagogique
ME	Ministère de l'Éducation
MES	Ministère de l'Enseignement supérieur
PIEA	Politique institutionnelle d'évaluation des apprentissages
PIEP	Politique institutionnelle d'évaluation des programmes
PVAL	Politique de valorisation et d'amélioration de la langue
RCD	Responsable de la coordination de département
RCP	Responsable de la coordination de programme
RM	Ressources matérielles
SAIDE	Service d'aide à l'intégration des étudiant(e)s
SOCS	Service de l'organisation et du cheminement scolaires
SPDP	Service des programmes et du développement pédagogique
SRAM	Service régional d'admission du Montréal métropolitain
TI	Technologies de l'information
TTP	Technicien(ne) en travaux pratiques
VACS	Violences à caractère sexuel

ATTENTION : les acronymes CRL, CRLJ, CRLL et CRLT, où la lettre *R* désigne le mot *régional* sont à proscrire.

Programmes	
ALC	*Arts, lettres et communication*
AM	*Archives médicales*
GTEA	*Gestion et technologies d'entreprise agricole*
OL	*Optique et lunetterie*
TAG	*Techniques d'administration et de gestion*
TDI	*Techniques de design industriel*
TEE	*Techniques d'éducation à l'enfance*
TES	*Techniques d'éducation spécialisée*
TGC	*Technologie du génie civil*
TGÉ	*Technologie du génie électrique*
THD	*Techniques d'hygiène dentaire*
TIM	*Techniques d'intégration multimédia*
TPHA	*Technologie de la production horticole agroenvironnementale*
TPQA	*Technologie des procédés et de la qualité des aliments*
TSFA	*Techniques de services financiers et d'assurances*
TTS	*Techniques de travail social*

RÈGLES TYPOGRAPHIQUES

Ponctuation

Nom du signe	Signe	Avant	Après	Exemples
Deux-points	:	Une espace insécable	Une espace	Lieu : local B-201
	Quelques généralités sur les deux-points : Lorsqu'ils introduisent une **citation**, ils sont suivis d'une majuscule. La citation est quant à elle placée entre guillemets. Lorsqu'ils introduisent une **énumération verticale**, si les éléments de l'énumération dépendent du segment qui les introduit, chacun d'eux débute par une minuscule. S'ils ne dépendent pas du segment introducteur, ils prendront plutôt la majuscule. Les éléments de l'énumération sont séparés par une virgule ou un point-virgule. Dans certains cas, en rédaction Web, par exemple, il est possible d'omettre la ponctuation après chaque élément.			
Deux-points dans les heures numériques	:	Pas d'espace	Pas d'espace	10:30
Point d'exclamation	!	Pas d'espace	Pas d'espace	Félicitations! Vous avez obtenu votre diplôme!
Point d'interrogation	?	Pas d'espace	Pas d'espace	Surpris? Nous le sommes également.
Pourcentage	%	Une espace insécable	Une espace	Elles ont obtenu 67 % et 88 %.
Unité monétaire	$	Une espace insécable	Une espace	24,56 $ CA
Virgule dans les textes	,	Pas d'espace	Une espace	J'irai, car c'est mon devoir.
Virgule dans les nombres	,	Pas d'espace	Pas d'espace	3,2 millions 20,50 $ 12 345,67 $

OQLF/BLD, Espacement avant et après les signes de ponctuation et les symboles, Deux-points pour introduire une explication, Deux-points pour introduire une citation, Énumération verticale.

Écriture d’une adresse

Adresse de l’expéditeur	
On sépare le numéro d'immeuble et l’odonyme par une virgule. Celui-ci s’écrit en minuscule. Le nom de la rue prend la majuscule initiale.	Cégep de Lanaudière 781, rue Notre-Dame Repentigny (Québec) J5Y 1B4
Le code postal se divise en deux groupes de trois caractères séparés par une espace insécable. Les lettres doivent être en majuscule. Il est séparé du nom de la province, que l’on écrit entre parenthèses et en toutes lettres, par un espacement équivalent à deux caractères.	
Si un point cardinal complète le nom de la voie, il prend la majuscule initiale	12, boulevard Saint-Laurent Ouest
Adresse dans un texte continu	
Dans un texte continu, on sépare le nom de la province et le code postal par un espacement équivalent à seul caractère.	Cégep de Lanaudière, 781, rue Notre-Dame, Repentigny (Québec) H5Y 1B4

OQLF/BLD, Éléments de l’adresse

Écriture des numéros de téléphone

Numérique	
Il s'écrit sans parenthèses, avec une espace insécable entre les trois premiers chiffres et les trois suivants et un trait d'union entre ceux-ci et les quatre derniers.	450 759-1661 450 759-1661, poste 2 1 800 555-5555 Formes à éviter : (450) 759-1661 450 759 1661 450.759.1661 450 759-1661 #2
Alphanumérique	
Le mot s'écrit à la fin du numéro de téléphone, en majuscules, et il est séparé des chiffres par un trait d'union, sauf s'il contient sept lettres.	1 866 **APPELLE** (277-3553) 1 866 **APPELLE** (1 866 277-3553) 1 800 **361-DÉFI** (1 800 361-3334) 514 **6-CANCER** (514 622-6237)
À trois chiffres	
Ils s'écrivent sans trait d'union. Exceptionnellement, le numéro à composer pour signaler une situation d'urgence (911) peut s'écrire avec ou sans trait d'union.	211 311 811 911 ou 9-1-1

OQLF/BLD, Écriture et lecture des numéros de téléphone courants, Écriture et lecture des numéros de téléphone à trois chiffres

Écriture des chiffres et des nombres

Nombres inférieurs à 10	
Les nombres peuvent s'écrire en chiffres ou en lettres. Toutefois, dans les textes courants, les nombres inférieurs à 10 ou qui se trouvent en début de phrase doivent s'écrire en lettres.	Le comité a sélectionné **neuf** finalistes.

OQLF/BLD, Principe d'écriture des nombres en lettres

Notation des heures et durées

Notation des heures	
Dans un texte continu, on note l'heure de manière alphanumérique, en utilisant l'abréviation du mot *heure* (*h*). On ne fait pas suivre de deux zéros les heures justes. La notation se fait sur une base de vingt-quatre heures, minuit étant l'heure 0. Les minutes ne sont pas accompagnées de l'abréviation *min*. Tous les éléments sont séparés par une espace insécable.	Au local B-201, de **8 h** à **11 h 30**.
Notation des durées	
Les nombres exprimant des durées qui ne sont ni très précises, ni complexes, ni comparées et qui ne font pas partie d'une énumération s'écrivent en lettres, avec les noms des unités de temps.	Une session dure **quinze semaines**. Le programme dure **deux ans**. La formation d'**une heure et quart**.
Dans le cas contraire, on les écrit en chiffres.	Il a couru le marathon en **4 heures 32 minutes** (ou **4 h 32 min**)

OQLF/BLD, Écriture des heures, Écriture des nombres exprimant une durée