

GUIDE DES PROCÉDURES

Conforme à la Politique sur l'utilisation du nom de l'Université
et la réglementation de son caractère visuel et de sa présence numérique ([SG-4](#))

Dernière mise à jour : décembre 2024

Le présent guide des procédures concerne et ne remplace ni n'annule aucunement le contenu de la Politique sur l'utilisation du nom de l'Université et la réglementation de son caractère visuel et de sa présence numérique ([SG-4](#); la « politique »), et reflète les pratiques actuelles quant à l'utilisation du nom de l'Université et à la réglementation de son caractère visuel et de sa présence numérique. Les termes définis dans la politique conservent le même sens, sauf en cas d'exception mentionnée aux présentes.

1. Utilisation du logo par les départements et les services de l'Université	2
2. Utilisation par les clubs, les groupes, les organisations et les associations	2
3. Utilisation du nom de l'Université	3
4. Utilisation d'autres logos ou éléments graphiques sur concordia.ca	3
5. Programme de concession de licence	4
6. Sites Web	5
a) Protocoles de publication Web	5
b) Sites Web non hébergés sur concordia.ca	6
c) Anciens sites Web et serveurs	6
d) Demandes d'exemption de l'utilisation du système de gestion du contenu Web ou du nom de domaine concordia.ca	6
e) Demande de migration vers le système de gestion du contenu Web de l'Université	7
f) Sous-domaines	8
g) Demandes de modifications majeures de concordia.ca et de Carrefour	8
h) Accès au site Web et maintenance	9
7. Applications Web universitaires	9
8. Application mobile de l'Université (application de Concordia)	10
a) Demandes d'ajout de contenu à l'application de Concordia	10
9. Comptes de médias sociaux universitaires	10
a) Création d'un compte de médias sociaux universitaire	10
b) Demandes de promotion dans les médias sociaux	13

GUIDE DES PROCÉDURES

Conforme à la Politique sur l'utilisation du nom de l'Université
et la réglementation de son caractère visuel et de sa présence numérique ([SG-4](#))

Dernière mise à jour : décembre 2024

1. Utilisation du logo par les départements et les services de l'Université

Tout département ou service de l'Université qui souhaite obtenir ou produire des documents publics imprimés doit choisir l'une des options suivantes :

- soumettre sa demande et ses exigences au Service des communications de l'Université afin que celui-ci réalise les documents à l'interne;
- réaliser les documents lui-même et les soumettre au Service des communications de l'Université aux fins de vérification et d'approbation;
- confier la réalisation des documents à une entreprise externe choisie dans une liste de sous-traitants approuvés fournie par le Service des communications de l'Université, qui les vérifie et les approuve. Les frais engagés en pareil cas sont à la charge du département ou du service demandeur.

Communiquez avec la [chef de création du Service des communications de l'Université](#) pour demander le logo officiel de l'Université et toute photographie officielle.

2. Utilisation par les clubs, les groupes, les organisations et les associations

La décision d'accorder, de refuser ou de retirer l'autorisation d'utiliser le nom de l'Université se fonde sur les critères ci-dessous.

- Nature du groupe – il doit s'agir d'un groupe facilement associable au milieu universitaire. Par exemple, un groupe sans but lucratif est généralement préférable à un groupe à but lucratif.
- Composition du groupe – un groupe réservé aux étudiants, professeurs, employés ou diplômés de l'Université est préférable. L'effectif doit être suffisamment élevé pour justifier l'usage du nom de l'Université et assurer une certaine stabilité au groupe.
- Buts et objectifs du groupe – les objectifs du groupe et les activités qu'il propose doivent concourir aux valeurs éducatives, sociales et culturelles de l'Université.
- Structure organisationnelle du groupe – le groupe doit présenter sa charte, ses statuts et règlements ou son code de conduite. Ces documents visent à permettre à ses adhérents de bien connaître leurs droits et leurs obligations.
- Ressources du groupe – les ressources humaines, financières et matérielles dont dispose le groupe doivent démontrer sa capacité à remplir sa mission et à atteindre ses objectifs.

GUIDE DES PROCÉDURES

Conforme à la Politique sur l'utilisation du nom de l'Université
et la réglementation de son caractère visuel et de sa présence numérique ([SG-4](#))

Dernière mise à jour : décembre 2024

- Historique du groupe – un groupe qui a démontré son intégrité et qui compte diverses réalisations à son actif est préférable.
- Soutien interne et externe accordé au groupe – un groupe qui bénéficie du soutien d'autres groupes internes ou externes reconnus dans sa demande d'autorisation est préférable.
- Qualité intrinsèque de la demande – un groupe qui soumet une demande bien structurée, documentée et justifiée est préférable.

3. Utilisation du nom de l'Université

Conformément aux principes décrits dans la Politique sur l'utilisation du nom de l'Université et la réglementation de son caractère visuel et de sa présence numérique ([SG-4](#)), l'autorisation d'utiliser le nom de l'Université peut être refusée ou retirée lorsque le demandeur ou l'utilisateur du nom de l'Université pratique toute activité pouvant :

- entraîner toute forme de discrimination ou de harcèlement, y compris de harcèlement sexuel;
- s'avérer menaçante ou violente, ou poser une menace pour les biens en vertu du Code des droits et des obligations ([BD-3](#));
- constituer une forme de discrimination interdite par la *Charte des droits et libertés de la personne du Québec, RLRQ, chapitre C-12*;
- être contraire à la législation en vigueur ou aux politiques de l'Université;
- nuire à la réputation de l'Université;
- être incompatible avec les valeurs, la réputation et les orientations (actuelles et futures) de l'Université.

Les restrictions ci-dessus doivent être lues et interprétées de la manière la plus exhaustive possible pour assurer la conformité aux valeurs, à l'éthique et aux orientations (actuelles et futures) de l'Université, et protéger sa réputation.

4. Utilisation d'autres logos ou éléments graphiques sur concordia.ca

Aucune présence Web créée dans le cadre du domaine concordia.ca ne peut afficher sur ses pages ses propres logos ou éléments graphiques uniques.

GUIDE DES PROCÉDURES

Conforme à la Politique sur l'utilisation du nom de l'Université
et la réglementation de son caractère visuel et de sa présence numérique ([SG-4](#))

Dernière mise à jour : décembre 2024

Les exceptions comprennent : les centres et les laboratoires de recherche dont les ententes de financement stipulent qu'un élément graphique doit figurer dans toute présence Web; les anciens centres et unités affichant déjà un élément approuvé sur leurs pages Web.

5. Programme de concession de licence

Les demandes d'utilisation du nom de l'Université à des fins commerciales ou de personnalisation exceptionnelle sont d'abord adressées, pour approbation conditionnelle, à la [chef de création du Service des communications de l'Université](#).

Sur approbation conditionnelle de la demande d'utilisation, la personne licenciée potentielle soumet des dessins contenant le nom de l'Université ainsi que des échantillons de produits, pour approbation initiale par le Service des communications de l'Université et approbation finale par la secrétaire générale, conformément à la Politique sur l'utilisation du nom de l'Université et la réglementation de son caractère visuel et de sa présence numérique ([SG-4](#)).

Sur approbation de la demande, un contrat de licence non exclusif et révocable est conclu avec la personne licenciée. Ce contrat s'applique pour une période déterminée et prévoit, lorsqu'il est conclu à des fins commerciales, le versement de redevances à l'Université sur la base du prix de gros du produit. Ces redevances sont intégralement affectées au financement de bourses et de prix.

Advenant qu'une demande d'utilisation du nom de l'Université se rapporte à un projet de financement ou une activité caritative, la secrétaire générale peut décider de ne pas imposer de redevances.

La librairie Book Stop de l'Université, le Bureau de l'avancement et des relations avec les diplômés et le Service des loisirs et des sports sont exclus du programme de concession de licence obligatoire.

GUIDE DES PROCÉDURES

Conforme à la Politique sur l'utilisation du nom de l'Université
et la réglementation de son caractère visuel et de sa présence numérique ([SG-4](#))

Dernière mise à jour : décembre 2024

6. Sites Web

a) Protocoles de publication Web

Il existe quatre « niveaux » de protocoles de publication de contenu Web à l'Université.

1. Contenu Web représentant une fonctionnalité ou un service essentiels de l'Université.
 - a. P. ex., département, unité, programme, service ou centre de recherche.
2. Contenu Web créé en partenariat avec l'Université
 - a. P. ex., programmes, subventions ou réseaux de recherche ou initiatives en partenariat.
3. Contenu Web appuyant l'initiative individuelle d'un membre du corps professoral
 - a. P. ex., site Web personnel d'un membre du corps professoral ou site appuyant un cours en particulier.
4. Contenu Web appuyant le laboratoire ou le groupe de recherche d'un ou de plusieurs membres du corps professoral

Niveau 1 : Responsabilité de l'équipe des communications Web. Tout contenu doit obligatoirement être publié dans le système de gestion du contenu Web choisi par l'Université, Adobe Experience Manager (AEM).

Niveau 2 : Responsabilité de l'équipe des communications Web. La publication du site Web dans le système de gestion du contenu Web est à la discrétion de l'équipe des communications Web; chaque demande est évaluée au cas par cas. Lorsqu'une exception est permise (voir section 5d) et que le site Web est publié à l'extérieur de concordia.ca, la présence Web exigée dans le système de gestion du contenu Web se limite à une page résumant la présence Web externe.

Niveaux 3 et 4 : Le Service des communications de l'Université ne participe pas à la création des sites Web relevant de ces catégories. Tout site de cette nature actuellement publié dans le système de gestion du contenu Web bénéficie d'une clause de droits acquis, mais ne subira à l'avenir aucun remaniement substantiel.

GUIDE DES PROCÉDURES

Conforme à la Politique sur l'utilisation du nom de l'Université
et la réglementation de son caractère visuel et de sa présence numérique ([SG-4](#))

Dernière mise à jour : décembre 2024

b) Sites Web non hébergés sur concordia.ca

Les sites Web des unités suivantes ne sont pas hébergés sur concordia.ca :

- garderies affiliées à l'Université;
- groupes, associations et clubs étudiants;
- syndicats et autres associations similaires.

c) Anciens sites Web et serveurs

Les sites Web hébergés sur des serveurs secondaires affiliés à l'Université avant le 1^{er} janvier 2015 continueront d'être accommodés dans la mesure du possible compte tenu des paramètres établis par le Service des technologies de l'information et de l'enseignement (IITS) pour la facilité d'utilisation, la sécurité et la maintenance des serveurs secondaires.

Toute unité figurant dans la liste d'exceptions ci-dessus qui prévoit lancer un site Web après le 1^{er} janvier 2015 et l'héberger sur concordia.ca doit tenir compte des paramètres établis par IITS pour la facilité d'utilisation, la sécurité et la maintenance des serveurs secondaires. La demande est également examinée par le Service des communications de l'Université, car si le nouveau site constitue une présence Web de niveau 1 ou 2 (section 5a), il doit être publié dans le système de gestion du contenu Web de l'Université.

d) Demandes d'exemption de l'utilisation du système de gestion du contenu Web ou du nom de domaine concordia.ca

Les sites Web des unités suivantes peuvent être exemptés du système de gestion du contenu Web de l'Université et hébergés sur un serveur autre que ceux de l'Université, sans le nom de domaine concordia.ca :

- consortiums de centres de recherche rassemblant des partenaires externes;
- centres ou unités de recherche pour lesquels l'aspect visuel du site est considéré comme faisant partie intégrante de la recherche-crédation même.

Pour se prévaloir de cette exemption, une unité doit soumettre une demande écrite aux [Communications Web du Service des communications de l'Université](#).

GUIDE DES PROCÉDURES

Conforme à la Politique sur l'utilisation du nom de l'Université
et la réglementation de son caractère visuel et de sa présence numérique ([SG-4](#))

Dernière mise à jour : décembre 2024

Si la demande est acceptée, l'unité doit :

- collaborer avec le Service des communications de l'Université pour créer une page d'accueil au sein du site Web concordia.ca;
- faire en sorte que l'apparence et la convivialité générales du site Web externe soient conformes à celles favorisées par l'Université;
 - le design du site Web doit être approuvé par le Service des communications de l'Université;
 - le nom de domaine doit être approuvé par le Service des communications de l'Université;
 - le site Web doit afficher le logo de l'Université bien en vue.

e) Demande de migration vers le système de gestion du contenu Web de l'Université

Pour demander la migration vers le système de gestion du contenu Web d'un site précédemment hébergé sur un serveur secondaire de l'Université ou un serveur externe, les renseignements suivants doivent être fournis par écrit aux [Communications Web du Service des communications de l'Université](#) :

- une justification de la doyenne ou du doyen, du vice-recteur à la recherche et aux études supérieures, ou de la vice-rectrice adjointe ou du vice-recteur adjoint à la recherche, aux fins de l'évaluation des mérites du projet. Cette justification doit notamment répondre aux questions suivantes :
 - Qui est responsable de la gestion du site Web?
 - Quel est le public cible du site Web (p. ex., membres actuels ou potentiels de l'effectif étudiant, ou membres actuels ou potentiels du corps professoral)?
 - Le site Web actuel recourt-il à une application tierce?

Évaluation : Le Service des communications de l'Université et/ou le comité assurant la liaison entre le Service des communications de l'Université et IITS examinent la demande écrite et communiquent avec l'unité en question pour discuter de la meilleure manière de publier le site dans le système de gestion du contenu Web de l'Université.

Échéancier : Si la demande est acceptée, un échéancier potentiel pour la migration du site Web de l'unité est établi conformément aux discussions menées avec le Service des communications de l'Université.

GUIDE DES PROCÉDURES

Conforme à la Politique sur l'utilisation du nom de l'Université
et la réglementation de son caractère visuel et de sa présence numérique ([SG-4](#))

Dernière mise à jour : décembre 2024

f) Sous-domaines

Lorsque l'Université a lancé sa présence Web unifiée à l'aide de son système de gestion du contenu Web, Adobe Experience Manager, elle est passée de présences Web dans un environnement de sous-domaines à un environnement de sous-fichiers. En vertu de la section 5c, plusieurs sites Web informatifs anciens continuent d'exister, mais aucune nouvelle présence Web ne peut être créée dans un sous-domaine de concordia.ca. Les exceptions à cette règle sont faites au cas par cas pour les applications Web universitaires (voir la section 6) appuyant une fonction ou une initiative essentielles de l'Université, et pour les initiatives menées conjointement avec des organisations partenaires. Les demandes d'approbation de sous-domaine doivent être envoyées aux [Communications Web du Service des communications de l'Université](#) ou par l'intermédiaire du système actuel de suivi des demandes d'IITS.

g) Demandes de modifications majeures de concordia.ca et de Carrefour

Il est possible de soumettre une demande de modifications majeures du site Web public concordia.ca et de l'intranet (Carrefour), concernant par exemple un remaniement de l'architecture d'information (navigation ou structure des pages), une refonte visuelle ou l'élaboration de nouvelles caractéristiques et fonctionnalités.

Toute modification majeure doit obligatoirement faire l'objet d'une discussion préalable avec [la conseillère ou le conseiller en communications](#) de l'unité, à qui il revient de créer une demande officielle au besoin. Les unités qui ne disposent pas d'une personne-conseil en communications sont priées d'écrire aux [Communications Web du Service des communications de l'Université](#).

Évaluation : Les Communications Web du Service des communications de l'Université examinent la demande et communiquent avec la conseillère ou le conseiller en communications ou l'unité en question.

Échéancier : Si la demande est acceptée, un échéancier potentiel est établi à la suite de discussions avec le Service des communications de l'Université.

GUIDE DES PROCÉDURES

Conforme à la Politique sur l'utilisation du nom de l'Université
et la réglementation de son caractère visuel et de sa présence numérique ([SG-4](#))

Dernière mise à jour : décembre 2024

h) Accès au site Web et maintenance

Certains membres de la communauté de l'Université peuvent demander l'accès à des sections ou pages précises du site Web concordia.ca; les personnes superviseuses doivent en faire la demande pour leurs employés après avoir confirmé que ces derniers satisfont aux [critères d'admissibilité](#). Une fois qu'une personne utilisatrice a reçu la formation de même que l'autorisation d'accéder aux pages Web de son unité, le Service des communications de l'Université (relativement aux pages de cette unité) passe d'un rôle de mise à jour du contenu à un rôle de soutien de la personne utilisatrice. À moins qu'il ne faille accomplir des tâches [autres que celles dont sont chargées les personnes utilisatrices](#), la personne utilisatrice ayant reçu la formation est censée mettre à jour les pages Web et maintenir la présence Web de son unité.

7. Applications Web universitaires

Les unités d'enseignement, de recherche et administratives peuvent héberger des applications Web universitaires en dehors du système de gestion du contenu Web en utilisant soit le nom de domaine concordia.ca, soit un autre nom de domaine si le système ne répond pas aux besoins de l'unité en question. Toute demande soumise aux fins de considération doit appuyer une fonction ou une initiative essentielles de l'Université.

Exemples de telles applications :

- système de gestion pédagogique de l'Université;
- systèmes du Service des ressources humaines et des Services financiers (Unity);
- système de gestion des relations avec la clientèle étudiante;
- Selligent;
- Moodle;
- système de gestion des programmes d'études de Concordia (Concordia Curriculum Management System, ou CCMS);
- Embrace the City.

Avant le lancement de toute application universitaire, les responsables doivent en faire approuver l'interface utilisateur et le design par le Service des communications de l'Université, qui assure l'harmonisation générale de l'expérience utilisateur et la valorisation uniforme des applications universitaires de l'Université.

GUIDE DES PROCÉDURES

Conforme à la Politique sur l'utilisation du nom de l'Université
et la réglementation de son caractère visuel et de sa présence numérique ([SG-4](#))

Dernière mise à jour : décembre 2024

8. Application mobile de l'Université (application de Concordia)

a) Demandes d'ajout de contenu à l'application de Concordia

Processus de soumission d'une demande : Les personnes souhaitant soumettre une demande de développement de contenu aux fins d'ajout à l'application de Concordia doivent discuter de leur demande avec [la conseillère ou le conseiller en communications](#) de leur unité. Les unités qui ne disposent pas d'une personne-conseil en communications sont priées d'écrire directement aux [Communications Web du Service des communications de l'Université](#).

Évaluation : Des représentants du Service des communications de l'Université et parfois d'IITS se rencontrent pour évaluer et approuver ces demandes. Veuillez noter qu'afin de bien évaluer une demande et d'en comprendre les exigences, le Service des communications de l'Université et IITS peuvent demander la présentation d'une proposition et d'un exposé au sujet des ajouts suggérés à l'application.

Échéancier : Un échéancier provisoire est établi à la suite de discussions avec les représentants du Service des communications de l'Université et d'IITS.

9. Comptes de médias sociaux universitaires

a) Création d'un compte de médias sociaux universitaire

Si une unité d'enseignement, de recherche ou administrative souhaite créer et gérer un compte de médias sociaux de l'Université, elle doit contacter sa conseillère ou son conseiller en communications, ou encore [l'équipe des médias sociaux du Service des communications de l'Université](#), qui examine la demande écrite et communique avec l'unité en question pour discuter des solutions optimales. Une fois le compte de médias sociaux approuvé, un avatar de l'Université est créé par l'équipe de création du Service des communications de l'Université.

La création d'un compte sans connaissance approfondie des meilleures pratiques dans le domaine des médias sociaux ou compréhension des exigences en matière de temps, de ressources et de contenu est déconseillée, en particulier compte tenu du fait qu'il est possible

GUIDE DES PROCÉDURES

Conforme à la Politique sur l'utilisation du nom de l'Université
et la réglementation de son caractère visuel et de sa présence numérique ([SG-4](#))

Dernière mise à jour : décembre 2024

de promouvoir du contenu sur des comptes existants qui possèdent déjà un grand nombre d'abonnés. Par exemple :

- compte Facebook de l'Université – plus de 132 000 abonnés;
- compte X de l'Université – plus de 80 000 abonnés;
- compte Instagram de l'Université – plus de 53 000 abonnés;
- page LinkedIn de l'Université – plus de 315 000 abonnés;
- canal YouTube de l'Université – plus de 19 700 abonnés.

La gestion d'un compte de médias sociaux est exigeante en main-d'œuvre et nécessite un plan qui comprend des réponses aux questions ci-dessous.

Objectifs

- Quels sont les objectifs du compte de médias sociaux proposé?
- Quel est le public cible? Est-il présent dans les médias sociaux? Si oui, sur quelles plateformes?
- Quel contenu partagerez-vous sur ces plateformes? La nature du contenu correspond-elle à celle du contenu généralement publié sur les plateformes visées?
- Le contenu est-il attrayant pour le public cible?
- Comment cette présence cadrerait-elle avec d'autres voies de communication utilisées par l'Université (site Web, autres services de médias sociaux)?
- Une présence similaire dans les médias sociaux existe-t-elle déjà? Le cas échéant, serait-il plus logique de collaborer avec cette présence pour toucher le public cible?

Niveau d'engagement

- Quelle charge de travail exige la gestion du compte proposé?
- Les ressources nécessaires sont-elles disponibles?
- Comment la communauté sera-t-elle sollicitée et quelles sont les implications de sa participation?
- À quelle fréquence devra-t-on produire du contenu pour que le compte demeure actualisé et pertinent?
- Comment la marque de l'Université peut-elle être protégée? Une modération supplémentaire est-elle nécessaire?
- Combien de temps la présence proposée existera-t-elle?

GUIDE DES PROCÉDURES

Conforme à la Politique sur l'utilisation du nom de l'Université
et la réglementation de son caractère visuel et de sa présence numérique ([SG-4](#))

Dernière mise à jour : décembre 2024

Considérations stratégiques

- Comment la réussite sera-t-elle mesurée en termes qualitatifs et quantitatifs?
- Quelle est la stratégie de sortie proposée?
- De manière générale, l'investissement de temps et les coûts valent-ils les avantages que comporte la présence dans les médias sociaux?

Processus de soumission de demande : Une unité peut contacter sa conseillère ou son conseiller en communications, qui collabore avec elle et avec l'équipe des médias sociaux du Service des communications de l'Université pour aider l'unité dans les tâches ci-dessous.

- Définition des besoins de l'unité – prise de rendez-vous avec un membre de l'équipe des médias sociaux pour discuter des meilleures options permettant d'atteindre les objectifs de l'unité.
- Détermination et recommandation d'un nom ou d'un pseudonyme et d'un mot-clic appropriés.
- Ouverture du compte.
- Fourniture de documents graphiques pour le compte (c.-à-d. avatar et suggestions d'images de couverture).
- Fourniture de directives concernant la biographie, la section « À propos », etc., pour que l'unité respecte l'image de marque et les politiques de l'Université.
- Fourniture de directives générales et d'une aide relativement aux normes des médias sociaux concernant l'identification, les réponses, l'utilisation de mots-clics, les raccourcisseurs de liens, etc.
- Suggestion de modes de promotion du contenu et des activités de l'unité conjointement avec l'équipe des médias sociaux, par l'intermédiaire de la revue hebdomadaire des médias sociaux, en plus d'une collaboration potentielle avec d'autres unités de l'Université possédant une présence dans les médias sociaux.
- Suggestion de modes d'interaction avec le public de l'unité dans les médias sociaux et de réponse aux commentaires négatifs.

Les unités qui ne disposent pas d'une personne-conseil en communications sont priées d'écrire à socialmedia@concordia.ca.

GUIDE DES PROCÉDURES

Conforme à la Politique sur l'utilisation du nom de l'Université
et la réglementation de son caractère visuel et de sa présence numérique ([SG-4](#))

Dernière mise à jour : décembre 2024

b) Demandes de promotion dans les médias sociaux

Une unité qui souhaite demander la promotion d'une initiative ou d'une activité, ou qui mène une campagne promotionnelle dans les médias sociaux, doit contacter sa conseillère ou son conseiller en communications, ou encore l'[équipe des médias sociaux du Service des communications de l'Université](#), pour obtenir du soutien **au moins quatre semaines avant le début de l'activité ou de l'initiative ou toute échéance**, et ce, afin d'allouer suffisamment de temps pour cerner les objectifs de la campagne et déterminer les plateformes appropriées, le contenu, les mots-clics, les partenaires (le cas échéant), l'échéancier de déploiement ainsi que d'autres aspects liés à sa planification.