

## ADMINISTRATION

### Directives administratives n° 2,09

#### PUBLICITÉ

**Approuvées le 22 septembre 2007**

**Révisées le 20 octobre 2011**

**Révisées le 7 avril 2017**

**Révisées le 25 juin 2021**

**Prochaine révision en 2024-2025**

Page 1 de 1

---

Les présentes directives administratives visent la mise en application d'une ligne de conduite portant sur la publicité et les dépenses publicitaires du Conseil scolaire Viamonde (le Conseil) et des écoles.

#### DÉFINITION

Les dépenses publicitaires se réfèrent aux annonces à l'échelle de tout le Conseil ainsi qu'à l'affichage et aux publications promotionnelles payantes d'événements, programmes ou services diffusés par le truchement des médias traditionnels de masse ou ciblés (télévisuels, radios, imprimés et électroniques) et médias Web (incluant les réseaux sociaux).

#### MODALITÉS

- Toute campagne publicitaire doit être approuvée par la direction de l'éducation.
- Toute campagne publicitaire et toutes les publicités seront coordonnées par la direction du Secteur des communications et du marketing.
- Toute publicité achetée par une école, un secteur ou un service doit respecter le format de gabarit publicitaire préparé par le Secteur des communications et du marketing, sauf en ce qui a trait aux appels d'offres, aux recherches de fournisseurs et aux offres d'emploi qui suivent les règles édictées par leur secteur respectif en tenant compte des normes graphiques du Conseil.
- Toute publicité achetée par une école, un secteur ou un service, produite sans le gabarit publicitaire doit inclure le logo du Conseil (voir le *Guide des normes graphiques*) ainsi que l'adresse du site Web du Conseil. De plus, cette publicité doit être approuvée tant par la surintendance responsable de l'école ou la direction du secteur que par la direction du Secteur des communications et du marketing afin de s'assurer que l'image ainsi que la réputation de l'école ou du secteur ou du service sont conformes aux attentes et à l'image de marque du Conseil.
- Si le Conseil, une école, un secteur ou un service souhaite utiliser une reproduction visuelle ou vocale d'une personne (élève ou parent) dans le cadre d'une campagne publicitaire, cette personne doit avoir donné au préalable son consentement et son autorisation écrite. Dans le cas d'un élève de moins de dix-huit (18) ans, le consentement du parent ou tuteur de l'élève est requis. Dans le cas d'un élève âgé de seize (16) ans ou plus, le consentement de l'élève est également requis en ce qui concerne l'utilisation de ses renseignements personnels (p. ex., reproduction visuelle ou vocale de l'élève).
- Lors d'un achat local de publicité par une école ou un secteur ou un service, le choix du média de communication (journal, radio, télévision, Internet incluant les médias sociaux) doit faire l'objet d'une consultation auprès du Secteur des communications et du marketing. Les coûts demeurent la responsabilité de l'école, du secteur ou du service, tout en respectant les allocations budgétaires permises.
- Les fonds découlant de campagnes de financement d'écoles ne peuvent pas être utilisés à des fins de publicité.