

ADMINISTRATION

Directives administratives n° 2,09

PUBLICITÉ

Approuvées le 22 septembre 2007

Entrées en vigueur le 22 septembre 2007

Modifiées le 20 octobre 2011

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 du système ainsi qu'à l'affichage et aux publications promotionnelles d'événements, programmes ou services diffusées par le truchement des médias traditionnels (imprimés et électroniques) et médias Web (incluant les médias sociaux).

MODALITÉS

- Toute campagne doit être approuvée par la direction de l'éducation;
- Toute publicité sera coordonnée par la direction de l'éducation ou sa déléguée ou son délégué;
- Toute publicité au niveau local d'une école, d'un secteur ou d'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;
- Toute publicité au niveau local d'une école ou d'un secteur ou d'un service produite en dehors du cadre proposé (gabarit officiel) doit inclure le logo du Conseil (voir le *Guide des normes graphiques*) ainsi que l'adresse Web du Conseil. De plus, cette publicité doit être approuvée par le Secteur des communications et du marketing afin de s'assurer que l'image ainsi que la réputation de l'école, du secteur ou du service et par conséquent celle du Conseil soit conforme aux attentes et à l'image de marque du Conseil;
- Au niveau local, le choix du média de communication (journal, radio, télévision, Internet) après consultation avec le Secteur des communications et du marketing demeure la responsabilité de l'école ou du service, tout en respectant les allocations budgétaires permises, 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;
- Les fonds découlant de campagnes de financement d'écoles ne peuvent pas être utilisés à des fins de publicité.