

ADMINISTRATION -SERVICES ET CONTRATS**PUBLICITÉ****Approuvées le 22 septembre 2007****Révisées le 25 avril 2025****Prochaine révision en 2028-2029****Page 1 de 1**

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

DÉFINITION

Les investissements 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). Les publicités réalisées par les élèves ou les conseils d'écoles à des fins de promotion interne (i.e : levées de fonds, événements et sorties scolaires, etc.) ne sont pas encadrées par la politique 2,202 et ses directives administratives, en autant qu'elles ne comprennent pas d'éléments de l'image de marque du Conseil.

MODALITÉS

- Toute campagne publicitaire doit être approuvée par la direction de l'éducation ou sa personne déléguée.
- Toute campagne publicitaire et toutes les publicités sont coordonnées par la direction exécutive du Secteur des communications, du recrutement et des partenariats.
- Toute création publicitaire pour le compte du Conseil ou des écoles doit être commandée auprès du Secteur des communications, du recrutement et des partenariats ou validée par celui-ci afin de s'assurer que l'image et 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 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 de la personne détenant l'autorité parentale sur l'élève est requis.
- Lors d'un achat local de publicité par une école, 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, du recrutement et des partenariats. Les coûts demeurent la responsabilité de l'école, du secteur ou du service, tout en respectant les allocations budgétaires permises, sauf si d'autres modalités ont été négociées au préalable.
- Les fonds découlant de campagnes de financement d'écoles ne peuvent pas être utilisés à des fins de publicité.
- Les fonds alloués à la publicité dans le budget de fonctionnement des écoles ne peuvent pas être utilisés à d'autres fins.