

COMMUNICATIONS

Approuvées le 30 mai 2009
Entrées en vigueur le 30 mai 2009
Révisées le 12 octobre 2018
Prochaine révision en 2021-2022

Page 1 de 4

1. PRÉAMBULE

La qualité des communications au sein d'une organisation dépend de la volonté de l'organisme à mettre en place et à respecter les mécanismes encadrant cette communication.

2. OBJECTIF

Mettre en place des balises claires et transparentes facilitant la mise en application de la politique des communications du Conseil.

3. PUBLICS CIBLES

Les directives administratives s'appliquent à toutes les communications du Conseil à l'intention aussi bien de ses instances à l'interne que les groupes externes.

3.1 Instances à l'interne :

- les élèves;
- les membres du personnel;
- les membres du Conseil;
- les parents d'élèves;
- les syndicats et associations professionnelles;
- les bénévoles;
- les conseils d'école.

3.2 Groupes externes :

- les élèves diplômés;
- les futurs élèves et les familles;
- les familles d'ayants droit non inscrites dans une école Viamonde;
- les futurs membres du personnel;
- les garderies;
- la communauté francophone vivant sur le territoire du Conseil;
- les partenaires du réseau de l'éducation;
- le ministère de l'Éducation;
- les entreprises et les employeurs en général;
- les médias;
- le grand public.

4. SPHÈRES D'ACTIVITÉS**4.1 Communication interne**

Le Conseil a besoin de s'adresser régulièrement aux instances internes sur plusieurs sujets afin de les consulter, de les informer ou de diffuser les succès et les réalisations des élèves et du personnel à l'ensemble de sa communauté.

COMMUNICATIONS

De plus, le Conseil reçoit régulièrement de l'information de groupes externes qu'il juge pertinent de rendre accessible aux instances à l'interne.

En conséquence, le Conseil favorise une communication bidirectionnelle avec les instances à l'interne afin de les tenir informées et de se tenir au fait de leurs opinions et réactions sur les sujets qui les intéressent.

Afin de maximiser l'impact de ses communications internes, le Conseil respecte une structure de diffusion de l'information afin de présenter un message unifié. Cette communication sera diffusée à partir d'un point central :

- la présidence du Conseil pour les questions à caractère politique;
- la direction de l'éducation pour les questions à caractère administratif et pédagogique.

4.2 Communication externe

Le Conseil exercera une communication régulière, accessible, pertinente, et ce, en fonction des ressources disponibles. Cette communication vise principalement à :

- diffuser la mission et la vision du Conseil ainsi que ses valeurs;
- souligner et publier les succès des élèves et du personnel du Conseil;
- faire la promotion de la qualité et du caractère avant-gardiste des programmes et services offerts par le Conseil;
- faire la promotion de l'importance et de la raison d'être de l'éducation laïque de langue française offerte par le Conseil auprès du public tant francophone qu'anglophone;
- augmenter la notoriété du Conseil en diffusant une image de marque forte;
- recruter des élèves et favoriser leur fidélisation;
- recruter du personnel et favoriser leur fidélisation.

Afin de maximiser l'impact de ses communications externes le Conseil respecte une structure de diffusion de l'information afin de présenter un message unifié représentant la vision et les valeurs du Conseil. Cette communication sera diffusée à partir d'un point central :

- la présidence du Conseil pour les questions à caractère politique;
- la direction de l'éducation pour les questions à caractères administratif et pédagogique.

Toutes les demandes d'information provenant des médias sont transférées automatiquement au Secteur des communications et du marketing, qui après discussion avec la direction de l'éducation assurera le suivi adéquat des requêtes.

4.3 Internet**4.3.1 Les sites Internet des écoles (incluant les médias sociaux)**

Les écoles y affichent, dans le respect des valeurs et des normes graphiques du Conseil, des informations, photos, dessins ou vidéos qui témoignent de leur dynamisme et qui moussent l'intérêt collectif envers l'école elle-même et le Conseil.

COMMUNICATIONS

Les sites Internet des écoles véhiculent de l'information utile aux élèves et aux parents sur les activités scolaires, les règlements, le code de vie, l'horaire de classe ou tout autre sujet jugé pertinent par la direction d'école.

4.3.2 Le site Internet du Conseil (incluant les médias sociaux)

Le Conseil y affiche des informations, des photos ou des vidéos qui témoignent de son dynamisme et de celui de ses écoles en vue de mousser l'intérêt collectif envers le Conseil et l'éducation laïque de langue française.

Le site Internet du Conseil véhicule de l'information utile aux élèves, aux parents et au public en général sur les bases de l'éducation laïque de langue française, sa mission et sa vision en plus de sa devise, ses valeurs, son approche pédagogique, son administration et tout autre sujet jugé pertinent par le directeur de l'éducation.

4.3.3. Le site Intranet

Le site Intranet du Conseil véhicule de l'information utile aux membres du personnel en matière de ressources humaines, de gestion des affaires, de la gestion des immobilisations, des services éducatifs et des communications et tous les autres sujets jugés pertinents pour maintenir un haut niveau d'efficacité au Conseil et dans les différents Secteurs et Services.

4.4 Communication de crise ou situation d'urgence

Lorsque survient une situation d'urgence ou de crise, la direction d'école, la direction de service ou de secteur avise sans tarder la surintendance ou la direction de l'éducation ainsi que la direction du Secteur des communications et du marketing. Le Secteur des communications et du marketing recommande des stratégies de communication à la direction de l'éducation qui prend la décision finale.

5. Rôles et responsabilités des intervenants**5.1 La présidence du Conseil**

Conformément à la *Loi sur l'éducation*, la présidence du Conseil tient le rôle de porte-parole lorsque les informations à diffuser ont trait à la gouvernance, aux politiques, aux orientations stratégiques ainsi qu'aux décisions prises par les membres du Conseil. En cas d'absence de la présidence, ou à sa demande, la vice-présidence du Conseil ou la direction de l'éducation peuvent s'acquitter de ce rôle.

5.2 La direction de l'éducation

La direction de l'éducation a la responsabilité de prendre la parole lorsque les informations à diffuser ont trait à la gestion et aux opérations quotidiennes du Conseil, à l'approche pédagogique et aux pratiques éducatives. En cas d'absence, ou à sa

COMMUNICATIONS

demande, une surintendance de l'éducation ou la direction des communications et du marketing peut s'acquitter de cette responsabilité.

5.3 Le Secteur des communications et du marketing

Le Secteur des communications et du marketing est le point de convergence du Conseil en matière de communications :

- il élabore un plan de communication en fonction de la politique des communications;
- il harmonise les communications internes et externes pour les différentes composantes du Conseil;
- il planifie et gère les campagnes de communications, de relations publiques et de marketing;
- il agit en tant qu'expert-conseil auprès des secteurs, des services et des écoles en matière de communication tant à l'externe qu'à l'interne.
- il reçoit toutes les demandes des médias et en assure le suivi en accord avec la direction de l'éducation.

5.4 Les membres du Comité exécutif et les directions de service

Les surintendances de l'éducation et des affaires, les directions de secteur et les directions de service se rendent disponibles auprès des écoles ou des différents secteurs et services, incluant le Secteur des communications et du marketing, afin de répondre aux questions, émanant tant des instances à l'interne que des groupes à l'externe, pour des questions qui touchent leur champ d'expertise ou de responsabilité. L'information fournie sera efficace, précise, offerte avec diligence, en respectant les délais de tombée de média. Les directions de secteur et de service réfèrent au Secteur des communications et de marketing, toutes les communications impliquant les médias.

5.5 Les directions d'école

Les directions d'école définissent leur démarche de communication en s'appuyant sur la politique des communications. Elles gèrent, en lien avec le Secteur des communications et du marketing, toutes les communications de relations publiques, de marketing ou de relations de presse.

De plus, les écoles doivent transmettre au Secteur des communications et du marketing, toutes les initiatives promotionnelles, publicitaires et ententes communautaires ou de commandites pour approbation avant la production finale ou la diffusion. Les directions d'école réfèrent au Secteur des communications et du marketing, toutes les communications impliquant les médias spécialement dans les cas d'urgence et de crise.