Politique de communication

Québec

RESPONSABLE DE LA POLITIQUE	SERVICE DES COMMUNICATIONS
CLIENTÈLE VISÉE	TOUS

ENTRÉE EN VIGUEUR	DATE	RÉSOLUTION
Adoptée	3 novembre 1992	CC-3108-92
Adoptée	18 août 1998	CC-172-98
Adoptée	8 mai 2009	CC-4095-09

TABLE DES MATIÈRES

CHAPITRE 1 – BUT 4
CHAPITRE 2 – ORIENTATIONS 4
CHAPITRE 3 – FONDEMENTS ET DOCUMENTS DE RÉFÉRENCE 4
CHAPITRE 4 – DÉFINITIONS 5
CHAPITRE 5 – PUBLICS 6
CHAPITRE 6 – RÔLES ET RESPONSABILITÉS 7
CHAPITRE 7 – CHAMPS D'APPLICATION ET RÈGLES DE FONCTIONNEMENT 8
CHAPITRE 8 – ENCADREMENT 15
CHAPITRE 9 – ENTRÉE EN VIGUEUR 15

CHAPITRE 1 – BUT

1.1 Le Centre de services scolaire Harricana forme une communauté de plus de 800 personnes qui œuvrent ensemble à favoriser la réussite des élèves, jeunes et adultes, du territoire de la Municipalité régionale de comté d'Abitibi. Le CSS Harricana possède une personnalité propre qui se traduit par ses paroles, ses actions et ses projets. Par ces diverses interactions, elle façonne ainsi son présent et son avenir ainsi que celui des collectivités qu'elle dessert.

1.2 Afin de partager ses valeurs, de créer une unité dans son développement, d'animer un sentiment d'appartenance et de fierté auprès de son personnel et des membres de sa communauté éducative, le centre de services scolaire juge essentiel de se doter d'une politique de communication. Elle souhaite ainsi assurer la transparence, la cohérence et la continuité de ses interventions de communication auprès de ses publics.

1.3 Cette politique propose à l'ensemble des acteurs du centre de services scolaire, un cadre de référence pour les interventions de communication de ses établissements et ses services.

CHAPITRE 2 – ORIENTATIONS

2.1 Établir les lignes de conduite et les règles de gestion des communications ;

2.2 Assurer une gestion efficace et une bonne coordination des communications ;

2.3 Établir le partage des responsabilités de chacun des acteurs relativement aux Communications ;

2.4 Faciliter la circulation de l'information entre le centre de services et ses publics.

CHAPITRE 3 – FONDEMENTS ET DOCUMENTS DE RÉFÉRENCE

3.1 La politique de communication du centre de services scolaire s'appuie sur ses énoncés de mission, de vision et de valeurs ainsi que sur les dispositions des lois, d'avis de règlements et de politiques administratives dont les principales sont :

3.1.1 Charte des droits et liberté (articles 3 et 4) ;

3.1.2 Loi sur l'instruction publique ;

3.1.3 Loi de l'accès à l'information des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels (chapitre A – 2.1 LRQ) ;

3.1.4 Plan de mesures d'urgence du Centre de services scolaire Harricana ;

3.1.5 Planification stratégique du Centre de services scolaire Harricana ;

3.1.6 Politique sur l'utilisation des ressources informatiques et du réseau de télécommunications du Centre de services scolaire Harricana ;

3.1.7 Politique relative pour une saine alimentation et un mode de vie physiquement actif du Centre de services scolaire Harricana ;

3.1.8 Politique relative aux contributions financières exigées des parents ou des usagers du Centre de services scolaire Harricana ;

3.1.9 Publicité et contributions financières à l'école du Ministère de l'Éducation.

CHAPITRE 4 - DÉFINITIONS

4.1 Activité collective : Activité qui concerne la majorité des établissements du centre de services scolaire.

4.2 Crise médiatique : « circonstance, incident, événement qui devient préoccupant pour le public et qui nuit à la réputation et à l'image d'une personne ou d'une organisation. Une grève, des moyens de pression, le décès d'un élève, la fermeture d'une école, tous ces exemples représentent des situations de crise médiatique ».

4.3 Message à teneur administratif : sujet qui concerne les opérations courantes mises en œuvre pour la réussite des élèves. Il se détermine en fonction de la délégation de pouvoir du directeur général, des directeurs d'établissement et de service.

4.4 Message à teneur politique : sujet qui concerne les affaires publiques, c'est-à-dire l'ensemble des questions demandant l'intervention du conseil d'administration (pouvoirs publics). Il se définit en fonction du rôle et du mandat du conseil d'administration.

4.5 Partenariat financier : coopération entre le centre de services scolaire et plusieurs organisations concourant à réaliser un projet par la mise en commun de moyens. Ici, le centre de services scolaire initie le projet et injecte des ressources matérielles et humaines et les organisations apportent un support financier.

4.6 Publicité : communication de masse commandée et payée par une organisation dans le but de stimuler, à l'égard de ses offres, l'intention d'agir des individus d'un public cible. Ses buts fondamentaux sont de prédisposer au comportement d'achat ou d'attirer le prospect sur les lieux de l'offre.

4.7 Projet majeur : projet d'envergure réalisé par l'un des services du centre administratif.

4.8 Promotion : techniques de communication ou de sollicitation directe par laquelle l'organisation cherche à démarrer, stimuler ou relancer la demande en provoquant l'essai d'une offre ou un comportement d'achat spontané. Les techniques promotionnelles sont : les réductions de prix; les ventes avec primes ou cadeaux; les essais et les échantillons et les jeux et les concours.

4.9 Regroupements apparentés : organisations distinctes mais liées financièrement et par l'image au centre de services scolaire favorisant la réussite des élèves (Génies en herbe, Harmonie Harricana et Mouvement Kodiak) ou contribuant au développement des communautés (Forêt recherche Harricana).

4.10 Sinistre : événement réel ou appréhendé dont la gravité est telle que les ressources et les procédures normales d'une organisation pour en contrer les effets, pour assurer la sécurité des personnes et pour sauvegarder les biens sont inadéquates.

4.11 Visibilité institutionnelle : présence d'une organisation dans des outils de communication qui concourt à faire connaître le partenariat financier avec le centre de services scolaire ou ses établissements. Sa mission s'apparente à celle des relations publiques : développer et maintenir la notoriété et l'image de l'organisation auprès de ses différents publics en vue d'assurer leur collaboration.

CHAPITRE 5 – PUBLICS

5.1 Les publics internes comprennent les membres du conseil d'administration, le directeur général, les membres du personnel des établissements et des services, les représentants des syndicats, les élèves, jeunes et adultes, ainsi que les membres des différents comités, des regroupements apparentés à caractère culturel, ludique, scientifique et sportif au centre de services scolaire.

5.2 Les publics externes se composent du gouvernement du Québec et de ses ministères, des parents, des municipalités, des partenaires socioéconomiques, des représentants des médias, des contribuables et finalement des fournisseurs.

CHAPITRE 6 – RÔLES ET RESPONSABILITÉS

6.1 Conseil d'administration : approuve la politique de communication.

6.2 Direction générale : dirige et contrôle le Service des communications.

6.3 Direction d'établissement, de services et responsable de regroupements apparentés :

6.3.1 applique la présente politique dans leur organisation et en assure le contrôle ;

6.3.2 utilise le guide de communication et les moyens offerts par le Service des communications ;

6.3.3 fait connaître les activités, les réalisations et les honneurs reçus (local et régional) des établissements aux parents et aux médias ;

6.3.4 informe le Service des communications des activités, des réalisations et des honneurs (local et régional) transmis aux médias ;

6.3.5 envoie au Service des communications les renseignements complets concernant un honneur provincial ;

6.3.6 Met à jour les pages du site Internet les concernant.

6.4 Service des communications :

6.4.1 actualise la politique de communication, veille à sa diffusion dans l'ensemble des établissements et des services et suit son application dans le cadre de son mandat ;

6.4.2 vise à promouvoir l'image du centre de services scolaire en faisant connaître les services offerts, les honneurs provinciaux des établissements, des élèves et des regroupements apparentés ainsi que les activités collectives et les projets majeurs du centre de services aux publics internes et externes ;

6.4.3 détermine les stratégies annuelles de communication, en tenant compte des orientations de la planification stratégique, des réalités et des besoins du conseil d'administration, des établissements, des services ainsi que des publics internes et externes ;

6.4.4 joue un rôle conseil auprès du conseil d'administration et de la direction Générale ;

6.4.5 conçoit, propose, coordonne ou réalise la gestion d'événement et les relations de presse des activités collectives et des projets majeurs du centre de services ;

6.4.6 soutient les directions d'établissements et de services en leur fournissant des outils et des moyens de communication qui garantissent la qualité, l'harmonie et la cohérence de toutes interventions de communication ;

6.4.7 Vérifie trois fois par année (octobre, février et juin) si l'information sur le site Internet est à jour ;

6.4.8 Actualise et assure l'animation de la page quoi de neuf du site Internet.

CHAPITRE 7 - CHAMPS D'APPLICATION ET RÈGLES DE FONCTIONNEMENT

7.1 COMMUNICATION INTERNE

7.1.1 Information d'intérêt public

Dans le souci de renseigner le public interne des informations d'intérêt public concernant le centre de services scolaire, le Service des communications les diffuse à ce public, avant ou simultanément, qu'au public externe. Les moyens de communication utilisés pour transmettre ces renseignements sont :

7.1.1.1 les communiqués diffusés sur le site Internet et disponible (copie papier) dans tous les lieux de rassemblement du personnel sur les babillards prévus à cet effet.

7.1.2 Information d'intérêt organisationnel

Les informations d'intérêt administratives et pédagogiques sont diffusées par les directions d'établissement, de services et les conseillers pédagogiques. Elles sont également disponibles sur l'Intranet administratif ainsi que dans le bulletin interne Le Courant de l'Harricana.

7.2 CRISE MÉDIATIQUE

7.2.1 Dans les cas de gestion de crise médiatique, la direction d'établissement et le Service des communications, et aux besoins avec la direction générale, doivent suivre les étapes d'une procédure sommairement présentée ci-dessous. La démarche complète et les formulaires sont disponibles dans le guide de gestion des communications. Voici les grandes étapes de la procédure qui doivent être appliquées :

7.2.1.1 réception de la demande des journalistes ;

7.2.1.2 avis aux autorités concernées ;

7.2.1.3 recherche des faits ;

7.2.1.4 tenue de l'entrevue ;

7.2.1.5 suivi de la diffusion.

7.2.2. Pour l'ensemble du personnel, veuillez noter qu'en tout temps, une seule personne est autorisée à livrer le message aux journalistes à titre de porte-parole officiel du centre de services scolaire.

7.2.3 De plus, les médias ne peuvent pas solliciter directement un élève et un membre du personnel à l'intérieur des établissements et sur les terrains du centre de services scolaire sans l'approbation du Service des communications ou de la direction d'établissement.

7.3 DEMANDE DE DIFFUSION D'INFORMATION ET DE PUBLICITÉ

7.3.1 Une demande de diffusion d'information ou de publicité faite par un organisme ou une entreprise pour joindre les membres du personnel, les élèves ou les parents peut être acceptée considérant :

7.3.2 Qu'elle est en lien avec l'un des énoncés de la mission du centre de services scolaire ;

7.3.3 Qu'elle respecte la Loi sur la protection des consommateurs qui interdit la publicité à but commercial destinée à des personnes de moins de 13 ans. L'examen des points suivants s'impose :

A. La nature du produit en question ;

B. Son effet sur les goûts et aspirations des jeunes ;

C. La façon dont le message s'intègre à la réalité scolaire.

7.4 MESURES D'URGENCE

En ce qui concerne la gestion des communications en cas de sinistre, c'est le plan de communication du plan de mesures d'urgence du Centre de services scolaire Harricana qui s'applique. En cas de situation d'urgence, ce plan présente les procédures à suivre en fonction des connaissances du milieu, des rôles et responsabilités des acteurs et du type d'intervention à déclencher. Mentionnons que 18 plans d'intervention spécifique y ont été envisagés présentant des scénarios passant de l'incendie, à l'alerte à la bombe, à l'incident impliquant des matières dangereuses ou un transporteur scolaire jusqu'à la présence d'un tireur actif.

7.5 PARTENARIAT FINANCIER

Afin d'assurer une cohérence de la visibilité institutionnelle achetée et vendue en lien avec les principes prônés par le centre de services scolaire les paragraphes qui suivent en délimitent la pratique.

7.5.1 Demande de partenariat financier adressée au centre de services scolaire :

Le centre de services scolaire souscrit à une demande de partenariat financier dans la mesure où celle-ci s'inscrit en prolongement de sa mission et des orientations de sa planification stratégique. Pour les modalités, consulter le guide de gestion des communications.

7.5.2 Demande de partenariat financier faite par le centre de services scolaire ou un établissement :

A. Le centre de services scolaire ou l'établissement peut solliciter un partenariat financier en réunissant les conditions suivantes :

B. La demande de partenariat financier s'inscrit en prolongement de la mission et de la planification stratégique du centre de services scolaire ainsi que du projet éducatif et du plan de réussite. Dans le cas de l'établissement, la demande respecte également les politiques en vigueur au centre de services scolaire.

C. La demande de partenariat financier offre uniquement une visibilité institutionnelle puisque la publicité d'offre et la promotion ne sont pas permises selon l'article 94 de la Loi sur l'instruction publique. L'offre de visibilité institutionnelle comprend un plan de visibilité gradué selon la participation financière et indique la durée de l'entente.

D. Dans le cas d'activités collectives ou de projets majeurs, le plan de visibilité doit être réalisé en collaboration avec le Service des communications.

7.6 PORTE-PAROLE

7.6.3 Le président est le porte-parole officiel du centre de services scolaire. À ce titre, il fait part publiquement de la position du centre de services scolaire sur tout sujet qui la concerne notamment lorsqu'il participe, au nom du centre de services scolaire, aux divers organismes voués au développement local et régional.

7.6.4 Cependant, en considération de la teneur du message (administratif ou politique), du public concerné (externe et interne), de sa disponibilité ou de la situation, le président peut déléguer ce rôle :

A. À la vice-présidence ou à un membre du conseil d'administration pour le message à teneur politique adressé à un public externe ;

B. À la direction générale pour le message à teneur administratif adressé à un public interne ;

C. À une personne désignée, suite à l'application d'une gestion de crise médiatique ou du plan de mesures d'urgence.

7.7 PRÉSENTATION VISUELLE

7.7.1 Toute communication écrite au public externe par une direction d'établissement doit reprendre l'identification graphique (logo) du centre de services scolaire en bas à gauche.

7.7.2 Si l'espace le permet, l'identification visuelle secondaire (slogan) peut également être ajoutée ainsi que la thématique annuelle.

7.7.3 Lors d'événements auxquels participent plusieurs catégories de membres du public externe, le logo du centre de services scolaire doit être visible (parapost ou coroplaste).

7.7.4 Toutes les publicités réalisées par un établissement ou un service doivent contenir le logo du centre de services scolaire et respecter les règles d'utilisation de celui-ci. Pour plus de détails, consulter le guide de gestion des communications.

7.8 PROTECTION DE L'IMAGE

7.8.1 Pour assurer de respecter la protection de l'image, le Centre de services scolaire Harricana propose d'obtenir l'autorisation des parents de l'élève ou de l'élève lui-même, s'il est âgé de 14 ans et plus. Ces personnes peuvent consentir à l'utilisation de l'image, si elles sont en mesure de donner un consentement éclairé. C'est pourquoi tous les formulaires d'autorisation (modèle dans le guide de gestion des communications) doivent comprendre les renseignements suivants :

A. le contexte d'utilisation des images (à des fins publicitaires, journalistiques, de communications internes ou de relations publiques) ;

B. la durée de l'autorisation.

7.8.2 Cas de photographie d'élèves pour usage interne

Dans tous les cas il faut obtenir, avant publication ou diffusion, l'autorisation écrite des parents ou de l'élève.

7.8.3 Cas de demandes d'entrevues ou de reportages réalisés auprès des élèves par les médias :

Obtenir une autorisation pour les élèves principaux figurant lors d'un événement. Si d'autres élèves font partie du décor, leur consentement n'est pas requis.

7.8.4 Cas de demandes de photographies ou tournage d'images d'accompagnement :

Le directeur d'établissement doit connaître et approuver le contexte dans lequel les images seront diffusées. Il serait important d'obtenir du photographe ou cameraman un document décrivant l'usage qui sera fait de cette prise. Il est toutefois interdit de faire des prises individuelles qui permettraient d'identifier l'élève ou d'en faire le sujet principal.

7.8.5 Cas de demande de tournage – Compagnie de production privée

Il appartient à la direction d'établissement d'accepter ou non la proposition après l'analyse du scénario et des conséquences du contenu sur l'image de l'école. L'école peut négocier une compensation financière et obtenir des droits au générique. La compagnie de production privée est responsable d'obtenir l'autorisation. Ces firmes ont habituellement les formulaires appropriés.

7.8.6 Archivage

Les directions d'établissements, les responsables des regroupements apparentés et le Service des communications ont la responsabilité de conserver les documents de demande qu'ils ont réalisés pour le temps prévu d'utilisation.

7.9 PROTOCOLE DES ACTIVITÉS

7.9.1 Invitation

Dans le cas d'activités d'établissements invitant plusieurs catégories de membres composant le public externe, le président, le directeur général et les directeurs des services concernés doivent être invités.

7.9.2 Prise de parole et salutations

A. Dans le cadre d'activité protocolaire à laquelle des représentants élus de partenaires participent ou sont conviés à prendre la parole, un élu du centre de services scolaire est requis. Si l'élu externe prend la parole, le porte-parole du conseil d'administration doit également la prendre. Pour des renseignements sur l'ordre de la prise de parole consulter le guide de gestion des communications.

B. En tout temps, selon le représentant désigné et la teneur du message, la présence des autres représentants du centre de services scolaire (présidence, membre du conseil d'administration et direction générale) et de leur vis-à-vis sera soulignée. Pour des détails sur l'ordre des salutations, veuillez consulter le guide de gestion des communications.

C. Pour les établissements, si la prise de parole d'un représentant du centre de services scolaire est requise, l'invitation doit l'indiquer. Cette demande de prise de parole doit se faire au moins 15 jours ouvrables à l'avance et doit comprendre le déroulement de l'activité avec les grandes lignes des allocutions des autres représentants ainsi que le temps alloué pour chacun.

7.9.3 Remises

A. Les remises de prix sont effectuées par le président ou un des membres du conseil d'administration. Une demande de remise doit être effectuée par courrier ou par courriel au moins 15 jours ouvrables à l'avance à la direction générale.

B. Les remises de reconnaissance aux membres du personnel sont effectuées par la direction générale, les directions d'établissements ou des services.

7.9.4 Relations de presse

A. Pour diffuser une nouvelle d'intérêt public aux médias d'information, le centre de services scolaire et ses établissements recourent à l'occasion au communiqué ou à la tenue d'activité de presse. Les responsables de regroupements, le Service des communications et la direction d'établissements doivent cependant s'assurer que l'information à diffuser constitue une nouvelle. Une nouvelle doit apporter du nouveau à l'actualité ou apporter un élément nouveau à du déjà connu. Cette préoccupation consiste à éviter de noyer les sujets importants dans un flot de nouvelles en provenance du CSSH.

B. Dans le cas d'une crise médiatique, la procédure à suivre se trouve dans cette politique au point 7.1.

C. Dans le cas d'un sinistre, c'est la section 7 : plan de communication du plan de mesures d'urgence du Centre de services scolaire Harricana qui s'applique.

7.10 SITE INTERNET : SOURCE D'INFORMATION PRIVILÉGIÉE

Pour tous ses publics, le site Internet du Centre de services scolaire Harricana constitue la source d'information privilégiée. C'est pourquoi, toutes les informations d'intérêt public doivent s'y retrouver et être mise à jour, régulièrement et selon les besoins. Pour plus de renseignements sur les mises à jour à effectuer par les établissements, consulter le guide de communication.

CHAPITRE 8 – ENCADREMENT

Dans le respect de l'autonomie des services et des établissements, la publication d'un guide de gestion des communications accompagne la présente politique. Il comprend les grilles de référence favorisant la cohésion et l'efficacité de la diffusion de l'image et du message du CSSH pour toutes les interventions de communication.

CHAPITRE 9 – ENTRÉE EN VIGUEUR

Cette politique entre en vigueur le 8 mai 2009.

Centre
de services scolaire
Harricana

Québec