Commission scolaire de Portneuf

MANUEL DE GESTION

Sujet : Politique de communication	Section : S.G.200
Service : Secrétariat général Directrice : Monique Delisle Nouveau texte : X Texte révisé ☐ Texte non révisé ☐ Texte en révision ☐	Règlement no : Politique no : 238 Procédure no :
Document no : Gesdoc :	Résolution no : CC136/17-18 Adoptée le 23 mai 2018
Note ou remarque :	
Approuvé par : Fonction : Directeur général Date : 25 mai 2018	Nombre de pages : 7

Commission scolaire de Portneuf

POLITIQUE DE COMMUNICATION

Secrétariat général
11 mai 2018

TABLES DE MATIÈRES

1. PRÉAMBULE 3
2. LES OBJECTIFS 3
3. LES BASES 3
4. LES PUBLICS 4
5. TYPES DE COMMUNICATION ET DÉFINITIONS 4
6. CHAMP D'APPLICATION 4
7. Les RESPONSABILITÉS 5
8. RESPONSABLE DE L'APPLICATION de la politique 6
9. RÉVISION 6
10. DATE D'ENTRÉE EN VIGUEUR 6

1. PRÉAMBULE

Dans le contexte actuel où les médias sociaux, les outils de communication et la technologie permettent à l'information de circuler à vitesse grand « V », le volet communication de la Commission scolaire de Portneuf se doit d'être structuré et efficace. Pour ce faire, une politique de communication, un plan de communication de même qu'une marche à suivre au niveau des communications en situation de crise ou en situation **d'urgence** sont élaborés.

En effet, de par sa mission, son caractère public et son obligation de rendre des comptes, la Commission scolaire, dans sa volonté d'informer les publics internes et externes, se dote d'une Politique de communication qui servira de cadre de référence dans toutes ses activités quotidiennes de communication.

La politique trouve son application dans un plan de communication qui contribuera à favoriser le rayonnement de la Commission scolaire pour permettre de fournir une information de qualité axée sur les réalisations des individus, des écoles, des centres, des services et des instances politiques. Il permettra d'être en action plutôt qu'en réaction sur la scène médiatique. Sans un tel plan de communication, la Commission scolaire pourrait être mal citée ou encore victime d'une information fautive ou incomplète. La Commission scolaire doit accorder une grande importance à la qualité des communications avec ses publics, car c'est un moyen favorable pour une intégration harmonieuse avec la communauté.

2. LES OBJECTIFS

- Rendre plus visibles les réalisations de la Commission scolaire et de ses établissements qui contribuent à conduire au succès le plus grand nombre d'élèves (jeunes et adultes);
- Informer les clientèles, les partenaires et la communauté en général (orientations stratégiques, politiques et décisions, projets éducatifs et activités, plan d'engagement vers la réussite, programmes, services et résultats des différents établissements, etc.);
- Répondre aux demandes d'information générale;
- Soutenir les établissements;
- Contribuer à maintenir le sentiment d'appartenance et de fierté;
- Développer et maintenir un esprit de collaboration et d'ouverture avec les différents publics et les partenaires;
- Établir et maintenir des relations de presse favorables à l'image de la Commission scolaire ;
- Favoriser une culture qui met en valeur l'importance de l'éducation;
- Promouvoir l'école publique;
- Élaborer, mettre à jour et coordonner le plan de communication de la Commission scolaire.

3. LES BASES

- La Loi sur l'instruction publique;
- La Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels;
- La planification stratégique;
- Le Code d'éthique et de déontologie des commissaires et tous les intervenants de la CS.

4. LES PUBLICS

Public interne : les élèves, le personnel, les commissaires, les syndicats et les associations.

Public externe : les parents, la population en général, les partenaires scolaires, sociaux, municipaux, communautaires, les gens d'affaires, les paliers politiques, et les médias.

5. TYPES DE COMMUNICATION ET DÉFINITIONS

Relations publiques : l'ensemble des actions destinées à entraîner dans l'opinion publique une perception favorable aux activités de la Commission scolaire.

Relations de presse : ensemble d'interventions auprès des médias afin d'atteindre le public de façon ponctuelle pour faire connaître une situation, une activité ou une nouvelle.

Promotion : ensemble des activités réalisées par la Commission scolaire et les établissements, visant à donner une image juste et positive aux élèves, aux parents, au personnel et au public.

Publicité : toute communication payée visant à promouvoir ses services.

6. CHAMP D'APPLICATION

La politique de communication comprend l'information (interne et externe), les relations publiques, les relations de presse, la promotion et la publicité.

Communications internes : visent à informer adéquatement les membres du personnel et les élèves de toute information pertinente à l'exercice de ses fonctions et à la compréhension des décisions du centre administratif et des établissements.

Communications externes : diffusion d'information comme les avis publics, les demandes d'accès à l'information, le rapport annuel. Elles visent aussi à faire connaître la qualité des services offerts et les bons coups du personnel et des élèves.

Les relations avec la presse : communiqués de presse, conférences de presse, chroniques, etc.

Les relations publiques : une représentativité de la Commission scolaire dans divers événements de la vie communautaire.

Promotion et publicité : Pour faire connaître une information importante à l'ensemble de la population de façon efficace, rapide et ponctuelle. Des frais se rattachent à ce moyen de communication.

7. Les RESPONSABILITÉS

La présidence et la direction générale

La présidence et la direction générale représentent officiellement la Commission scolaire auprès de la population et des organismes du territoire. Seules les personnes occupant ces fonctions sont mandatées à faire des déclarations officielles.

Le président est le porte-parole officiel de la Commission scolaire (art. 155 de la LIP).

À ce titre, la président assume les communications relatives aux représentations, déclarations, décisions politiques du Conseil des commissaires et du Comité exécutif de la Commission scolaire.

La direction générale assume les communications relatives aux décisions administratives et l'ensemble de la communication pour la Commission scolaire.

Les commissaires

Les commissaires peuvent faire connaître leur opinion ou adresser des commentaires à titre de président ou membre d'un comité si le mandat qu'ils ont reçu du Conseil des commissaires, du Comité exécutif ou de la Présidence le leur permet. Dans tous les cas, la déclaration d'un membre du Conseil demeure d'ordre personnel à moins que le commissaire n'ait reçu un mandat officiel.

Le secrétariat général

Conformément à la Loi sur l'instruction publique (LIP), le secrétariat général est le service autorisé à fournir des documents officiels concernant la Commission scolaire tels les procès-verbaux, copies de résolutions, politiques, règlements, etc. (article 172 de la LIP).

Les services administratifs et les directions d'établissement

S'ils en ont reçu le mandat de la Direction générale, ceux-ci sont responsables des communications concernant leur établissement ou leur service. À ce titre, ils sont autorisés à fournir les informations relatives à son fonctionnement.

Les employés de la Commission scolaire

Un employé doit faire preuve de neutralité politique et d'objectivité dans l'exercice de ses fonctions. Il doit faire preuve de réserve dans la manifestation publique de ses opinions politiques lorsqu'elles sont en rapport avec des décisions prises ou susceptibles d'être prises par la Commission scolaire. L'employé doit agir avec loyauté envers la Commission scolaire.

8. RESPONSABLE DE L'APPLICATION de la politique

La Direction générale.

9. RÉVISION

La présente politique doit faire l'objet d'une révision tous les 5 ans.

10. DATE D'ENTRÉE EN VIGUEUR

La présente politique entre en vigueur dès son adoption par résolution du Conseil des commissaires.

Date : 23 mai 2018
Signature :
Résolution # : CC136/17-18