

Approbation : CC-010627-1034 Amendée par : CC-080422-2877, CC-180424-4870	Annule :	<input type="checkbox"/> Règlement <input checked="" type="checkbox"/> Politique <input type="checkbox"/> Pratique de gestion
<b>SUJET :</b> Politique de communication		

## 1. LE CONTEXTE

Les communications représentent un secteur majeur d'activités au sein de toute organisation. La Commission scolaire de la Seigneurie-des-Mille-Îles (CSSMI) ne fait pas exception en raison de son caractère public, de sa structure décentralisée et de la nature des services qu'elle rend. Le monde des communications est en mouvance et la CSSMI doit considérer sa constante évolution. En cette ère du numérique, où la rapidité de la circulation de l'information s'avère un enjeu, la CSSMI doit ainsi ajuster autant ses façons de communiquer que ses canaux de communication.

En lien direct avec les orientations stratégiques de la Commission scolaire, la *Politique de communication* se veut un cadre de référence qui vise à harmoniser les activités de communication au quotidien, tout en assurant leur efficience.

La politique précise également les rôles et les responsabilités des différents acteurs de la Commission scolaire en ce qui a trait aux communications auprès de ses publics cibles.

## 2. LE CADRE LÉGAL ET RÈGLEMENT

La *Politique de communication* prend appui sur :

- 2.1 La *Loi sur l'instruction publique*;
- 2.2 Le *Code civil du Québec* (notamment, article 2088);
- 2.3 La *Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels*;
- 2.4 Les politiques, les règlements et les pratiques de gestion de la Commission scolaire;
- 2.5 Les codes d'éthique et les codes de déontologie applicables aux personnes concernées.

## 3. LES PRINCIPES DIRECTEURS ET LES OBJECTIFS

Les principes directeurs sont définis comme suit :

- La CSSMI reconnaît l'importance des communications orales et écrites;
- La qualité et la fluidité des communications internes et externes sont une priorité;
- Le souci de transparence et une saine gestion sont au cœur de toutes communications;
- La CSSMI s'attend à un haut niveau d'éthique et de professionnalisme dans toutes actions de communication, tant sur le fond que sur la forme, en respectant la confidentialité, s'il y a lieu;
- La promotion de l'école publique s'avère une priorité à la CSSMI;
- La valorisation de la démocratie scolaire teinte les actions de communication.

La mise en œuvre de ces principes de communication s'effectue notamment par toutes activités prévues et moyens de communication retenus par le Service des affaires corporatives et des communications. De plus, tous les membres de l'organisation doivent tenir compte de ces principes dans leurs actions quotidiennes. Ces principes se déclinent dans les objectifs suivants :

3.1 Favoriser la mise en œuvre de la mission, de la vision et des valeurs privilégiées par la Commission scolaire

- 3.1.1 Faire connaître l'organisation;
- 3.1.2 Diffuser les orientations stratégiques dégagées par la Commission scolaire;
- 3.1.3 Rendre compte à la population;
- 3.1.4 Favoriser la mobilisation.

3.2 Assurer une circulation efficace de l'information

- 3.2.1 Prendre l'initiative des communications;
- 3.2.2 Tenir compte des besoins des différents publics;
- 3.2.3 Informer adéquatement les publics;
- 3.2.4 Favoriser une communication bidirectionnelle.

3.3 Contribuer au rayonnement de la Commission scolaire

- 3.3.1 Faire la promotion de la réussite dans les établissements de la CSSMI;
- 3.3.2 Assurer la visibilité de l'organisation;
- 3.3.3 Diffuser une image de marque positive et crédible;
- 3.3.4 Uniformiser l'identité visuelle de la CSSMI.

## 4. LES SECTEURS DE LA COMMUNICATION

Les principes directeurs et les objectifs ci-dessus s'actualiseront principalement dans les secteurs suivants :

- 4.1 L'image de marque : signature visuelle distincte dont les normes sont définies dans le *Guide d'identité visuelle*;
- 4.2 La communication interne : toutes actions menées auprès des publics internes; (voir section 5.1)
- 4.3 La communication externe : toutes actions menées auprès des publics externes; (voir section 5.2)
- 4.4 Les mesures d'urgence et la gestion de crise;
- 4.5 La promotion et la publicité : toutes actions mises en œuvre afin de faire connaître les services, les établissements, les programmes, les réalisations, etc.;
- 4.6 Les publications : production de documents officiels;
- 4.7 Les relations de presse;
- 4.8 La représentation dans le milieu : toutes formes d'engagement et de présence au sein de la communauté locale, régionale, provinciale et nationale.

## 5. LES PUBLICS CIBLES

5.1 Publics internes

- 5.1.1 Les élèves, jeunes et adultes;
- 5.1.2 Les parents;
- 5.1.3 Les membres du personnel;
- 5.1.4 Les commissaires;
- 5.1.5 Les membres des conseils d'établissement et des comités prévus à la *Loi sur l'instruction publique*;
- 5.1.6 Les syndicats et les associations professionnelles.

## 5.2 Publics externes

- 5.2.1 Les contribuables et la population en général;
- 5.2.2 Les médias locaux, régionaux et nationaux;
- 5.2.3 Les intervenants politiques;
- 5.2.4 Les partenaires du réseau de l'éducation;
- 5.2.5 Les organismes communautaires et socio-économiques du milieu;
- 5.2.6 Les entreprises et autres intervenants du milieu des affaires.

## 6. LES RÔLES ET LES RESPONSABILITÉS

Dans le cadre de ses fonctions, tout membre du personnel ou du conseil des commissaires est responsable de la qualité de la langue française dans ses communications, comme prévu à la *Politique linguistique de la CSSMI (ACC-22)*.

De plus, pour toute communication, qu'elle soit de nature organisationnelle ou qu'il s'agisse de propos personnels tenus publiquement (notamment dans les médias et sur les réseaux sociaux), tout membre du personnel ou du conseil des commissaires doit s'assurer de respecter le devoir de loyauté envers la Commission scolaire ainsi que la confidentialité de l'information qui leur est transmise.

Certains intervenants sont appelés à exercer un rôle de nature plus officielle. Il importe ainsi de connaître les responsabilités de chacun. Dans l'intérêt de la Commission scolaire, les personnes identifiées pour intervenir publiquement doivent agir dans le respect de la présente politique.

Afin de coordonner les interventions et d'assurer une cohérence dans les messages diffusés, la Direction générale et la Direction du service des affaires corporatives et des communications doivent être informées au préalable, ou dans les meilleurs délais, de tout événement ou intervention avec les médias.

### 6.1 Les rôles et les responsabilités sur le plan politique :

#### 6.1.1 La présidence du conseil des commissaires

En vertu de l'article 155 de la *Loi sur l'instruction publique*, la présidence est la porte-parole officielle de la commission scolaire. À ce titre, elle fait part publiquement de la position de la commission scolaire sur tout sujet qui la concerne notamment lorsqu'elle participe, au nom de la commission scolaire, aux divers organismes voués au développement local et régional.

La présidence contribue également, par son rôle de représentation, à la valorisation de l'école publique et de la démocratie scolaire.

#### 6.1.2 Le commissaire

Le commissaire contribue à véhiculer dans son milieu : l'information, les grandes orientations, les politiques et les décisions prises par le conseil des commissaires. Le commissaire contribue également, par son rôle de représentation, à la valorisation de l'école publique et de la démocratie scolaire.

#### 6.1.3 Les présidences des comités consultatifs prévus à la *Loi sur l'instruction publique*

Les présidences du comité de parents, du comité consultatif de transport ainsi que du comité consultatif des services aux élèves handicapés ou en difficulté d'adaptation ou d'apprentissage (CCSEHDAA) assurent les communications relatives aux décisions prises par leur comité. Les présidences contribuent également, par leur rôle de représentation, à la valorisation de l'école publique et de la démocratie scolaire.

## 6.1.4 La présidence du conseil d'établissement

La présidence du conseil d'établissement assure les communications relatives aux décisions du conseil d'établissement en collaboration avec la direction de l'établissement. La présidence contribue également, par son rôle de représentation, à la valorisation de l'école publique et de la démocratie scolaire.

## 6.2 Les rôles et les responsabilités sur le plan administratif :

### 6.2.1 La Direction générale

La Direction générale est porte-parole de la gestion administrative de la Commission scolaire. Elle assure l'application de la présente politique en collaboration avec la Direction du service des affaires corporatives et des communications.

### 6.2.2 La direction de service

La direction de service assure la diffusion de l'information relative aux activités de son unité administrative, ainsi que des décisions et des orientations organisationnelles. Elle apporte un soutien à la Direction générale pour toutes communications reliées à son champ de compétences. En ce qui a trait aux communications avec les médias, toutes les demandes de journalistes doivent être dirigées à la Direction du service des affaires corporatives et des communications qui en assure le suivi, en collaboration avec la direction de service.

La direction de service doit informer la DSACC de toutes activités qu'elle souhaite médiatiser.

### 6.2.3 La Direction du service des affaires corporatives et des communications (DSACC)

La Direction du service des affaires corporatives et des communications occupe un rôle stratégique et proactif, en tant qu'experte en communication.

La DSACC appuie la présidence de la CSSMI dans son rôle de porte-parole. Elle offre également soutien et conseils aux différents intervenants, tels que les directions d'établissement et de service, en collaboration avec la Direction générale.

Toutes les demandes de journalistes sont centralisées à la DSACC qui en assure le suivi, en collaboration avec la Direction générale. En plus de répondre aux médias, la Direction du service des affaires corporatives et des communications exerce un rôle de coordination important.

### 6.2.4 La direction d'établissement

La direction d'établissement assure la diffusion de l'information relative aux activités de son unité administrative, ainsi que des décisions et des orientations organisationnelles.

Dans le but d'alimenter la dimension bidirectionnelle des communications, la direction d'établissement est invitée à transmettre ses publications majeures à la Direction du service des affaires corporatives et des communications, notamment le rapport annuel, les dépliants, les communiqués de presse, etc.

En ce qui a trait aux communications avec les médias, toutes les demandes de journalistes doivent être dirigées à la Direction du service des affaires corporatives et des communications qui en assure le suivi.

La direction d'établissement doit informer la DSACC de tout événement qu'elle souhaite médiatiser.

De plus, il est impératif d'informer la DSACC, afin que celle-ci puisse inviter la présidence et le(s) commissaire(s) concerné(s) à des fins de représentation, lors de toutes activités correspondant à un des critères suivants :

- en présence d'élus ou de leurs représentants;
- activités d'envergure prônant la démocratie sous toutes ses formes;
- événements majeurs de reconnaissance de la réussite ou de la persévérance scolaire, tels un gala méritas ou une marche de la persévérance.

Toutefois, la direction d'établissement peut elle-même inviter la présidence et le commissaire de sa circonscription, tout en avisant la DSACC pour le respect du protocole.

## 6.2.5 Les membres du personnel

Les membres du personnel de la Commission scolaire doivent agir dans le respect de la présente politique.

## 7. LES MOYENS DE COMMUNICATION

Le site Internet de la CSSMI constitue la référence principale pour les informations officielles.

Selon la nature de l'information, des moyens complémentaires de communication sont utilisés, notamment les portails; l'application mobile CSSMI; les sites Internet des établissements; la messagerie électronique; la téléphonie; les lettres et les documents imprimés; les outils multimédias et les vidéos; l'affichage; les rencontres et les réunions; les médias sociaux; les médias traditionnels.

La CSSMI s'est dotée de balises d'utilisation de certains moyens de communication. À titre d'exemple, la *Politique relative à l'utilisation des ressources informatiques de la Commission scolaire (TI-06)* et la *Pratique de gestion relative à l'utilisation des technologies de l'information et des médias sociaux de la Commission scolaire (TI-07)*, lesquelles sont accessibles sur le site Internet de la CSSMI dans la section *Médias sociaux*.

## 8. LA COMMUNICATION EN MESURE D'URGENCE OU EN GESTION DE CRISE

Cette section a pour objectif d'encadrer de façon plus spécifique ce secteur d'activités imprévisibles à l'agenda. Une mesure d'urgence se définit comme étant une disposition que l'on prend pour agir rapidement, sans retard au regard d'une situation. Une gestion de crise se caractérise par l'action de gérer une période difficile, pénible.

Lorsqu'une mesure d'urgence ou une gestion de crise se présente dans un établissement ou un service de la CSSMI, la direction se doit d'en informer la Direction générale et la Direction du service des affaires corporatives et des communications dans les meilleurs délais. Au besoin, un comité de crise sera formé par la Direction générale, qui le coordonne, en identifie les membres et le porte-parole. Les comités de crise se réfèrent obligatoirement au plan de communication en mesure d'urgence ou en gestion de crise de la Commission scolaire pour la coordination de l'événement et l'application des règles de sécurité et de protection des élèves et du personnel.

La Direction du service des affaires corporatives et des communications siège d'office à tout comité de crise. Enfin, elle est disponible en tout temps pour offrir soutien et conseils à la direction d'établissement ou de service concernée en matière de communication.

## 9. LES DISPOSITIONS GÉNÉRALES D'APPLICATION

- 9.1 La Direction générale est responsable de l'application de la présente politique.
- 9.2 La présente politique entre en vigueur au moment de son adoption par le conseil des commissaires et le demeure jusqu'à son abrogation ou son remplacement.
- 9.3 La Direction du service des affaires corporatives et des communications s'assurera de la diffusion de cette politique périodiquement auprès de l'ensemble du personnel.
- 9.4 La Direction du service des ressources humaines assurera la diffusion de la politique auprès des nouveaux employés.

## 10. LE MÉCANISME DE RÉVISION

- 10.1 La Direction générale, en collaboration avec la Direction du service des affaires corporatives et des communications, se donne les moyens nécessaires à l'évaluation de la mise en œuvre de la présente politique.
- 10.2 La Direction du service des affaires corporatives et des communications verra, s'il y a lieu, à la révision et à la mise à jour de la présente politique.