

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

1. LA RAISON D'ÊTRE

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. La fluidité des communications internes et externes est une priorité pour tous, et ce, dans un souci de transparence et de saine gestion.

En lien direct avec le plan stratégique de la Commission scolaire, la politique de communication se veut un cadre de référence qui vise à harmoniser les activités de communications au quotidien.

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

2. LE CADRE LÉGAL ET RÉGLEMENT

La politique de communication prend appui sur :

- 2.1 La Loi sur l'instruction publique.
- 2.2 La Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels.
- 2.3 Les politiques et les règlements de la Commission scolaire.
- 2.4 Le code d'éthique et de déontologie applicable aux commissaires de la Commission scolaire.
- 2.5 Le code d'éthique et de déontologie de l'Association des directeurs et directrices d'établissement des Laurentides (ADEL).

3. LES GRANDS SECTEURS D'ACTIVITÉS RELIÉS AUX COMMUNICATIONS

Les principes directeurs et les objectifs s'actualiseront à travers les (6) grands secteurs d'activités suivants :

- 3.1 Les communications internes : toutes activités menées auprès des publics internes (ex. : En Bref, fête des retraités).
- 3.2 Les communications externes : toutes activités menées auprès des publics externes (ex. : site Internet, communiqué de presse).
- 3.3 Les mesures d'urgence et la gestion de crise.
- 3.4 La promotion : moyens mis en œuvre pour favoriser, développer un thème. (ex. : école publique, admission et inscription, offre d'emploi).

3.5 Les publications : production de documents écrits officiels (ex. : rapport annuel, dépliant compte de taxe, avis public).

3.6 Les relations de presse.

4. LES PRINCIPES DIRECTEURS ET LES OBJECTIFS

La CSSMI reconnaît l'importance des communications et, à ce titre, elle retient les principes directeurs et les objectifs suivants :

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

- 4.1.1 Diffuser les orientations stratégiques dégagées par la Commission scolaire;
- 4.1.2 Rendre compte à la population;
- 4.1.3 Se conformer aux lois, aux politiques, aux règlements et aux codes d'éthique.

4.2 Assurer une circulation de l'information efficace

- 4.2.1 Favoriser une communication bidirectionnelle;
- 4.2.2 Informer adéquatement et rapidement ses publics;
- 4.2.3 Tenir compte des besoins des différents publics;
- 4.2.4 Prendre l'initiative des communications;
- 4.2.5 Adopter une attitude d'ouverture et de transparence;
- 4.2.6 Développer un climat de confiance, permettant de créer une dynamique et une synergie entre les membres de l'organisation;
- 4.2.7 Déterminer les rôles et responsabilités de chaque intervenant.

4.3 Contribuer au rayonnement de la Commission scolaire

- 4.3.1 Promouvoir l'éducation en assurant une information externe axée sur les réalisations des individus, des écoles, des centres, des services et des instances politiques;
- 4.3.2 Faire la promotion de la réussite dans les établissements de la CSSMI;
- 4.3.3 Uniformiser l'identification visuelle de la CSSMI;
- 4.3.4 Assurer une visibilité de l'organisation sur l'ensemble du territoire;
- 4.3.5 Diffuser les réalisations de partenariat avec le milieu;
- 4.3.6 Diffuser une image corporative positive et crédible;
- 4.3.7 Promouvoir la démocratie scolaire.

La mise en œuvre de ces principes de communication s'effectue via le plan d'action annuel du service des affaires corporatives et des communications.

Ce plan cible les activités majeures prévues et les principaux moyens de communication.

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 RESPONSABILITÉS

La communication est au cœur des actions quotidiennes de la Commission scolaire. Toutefois, certains intervenants sont appelés à jouer un rôle de nature plus officielle. Il importe ainsi de connaître les responsabilités de chacun.

Les personnes identifiées pour intervenir publiquement doivent respecter les principes directeurs et les objectifs de la présente politique dans le but de soutenir les intérêts de la Commission scolaire. 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 pouvant impliquer les médias.

6.1 Les rôles et responsabilités au niveau politique :

- 6.1.1 La présidence du Conseil des commissaires
L'article 155 de la Loi sur l'instruction publique précise que « le président est le porte-parole officiel de la commission scolaire. À ce titre, il fait part publiquement de la position de la commission scolaire sur tout sujet qui le concerne notamment lorsqu'il participe, au nom de la commission scolaire, aux divers organismes voués au développement local et régional ».
La présidence communique ainsi les positions de la Commission scolaire contenues dans les résolutions du Conseil des commissaires.
- 6.1.2 La présidence du Comité exécutif
La présidence du Comité exécutif assure les communications relatives aux décisions du Comité exécutif.
- 6.1.3 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.
- 6.1.4 Les 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 EHDAA assurent les communications relatives aux décisions prises par leur comité.
- 6.1.5 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.

6.2 Les rôles et responsabilités au niveau administratif :

6.2.1 La Direction générale

La Direction générale est le porte-parole de la gestion courante de la Commission scolaire. Elle assure l'application de la présente politique en étroite 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 interne des informations relatives aux activités de son service. Elle apporte un soutien à la Direction générale pour toutes communications reliées à son champ de compétences.

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

La Direction du service des affaires corporatives et des communications joue un rôle stratégique et proactif en tant qu'expert dans les six grands secteurs d'activités reliés aux communications.

Elle apporte soutien et conseil aux différents intervenants tel que les directions d'établissement et de service, en collaboration avec la Direction générale.

En plus d'agir comme porte-parole auprès des 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 établissement ainsi que les communications reliées à la gestion de l'établissement.

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.

De plus, en ce qui a trait aux communications avec les médias, la direction d'établissement travaille en étroite collaboration avec la Direction générale et la Direction du service des affaires corporatives et des communications.

6.2.5 Le personnel de la Commission scolaire doit agir dans le respect de la présente politique.

7. 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'activité imprévisible 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'évènement 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 sur tout comité de crise. Enfin, elle est disponible en tout temps pour offrir soutien et conseil à la direction d'établissement ou de service concernée en matière de communication.

8. LES DISPOSITIONS GÉNÉRALES D'APPLICATION

- 8.1 La Direction générale est responsable de l'application de la présente politique.
- 8.2 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. LE MÉCANISME D'ÉVALUATION ET DE RÉVISION

- 9.1 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.
- 9.2 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.