



Commission scolaire des
Hauts-Bois-de-l'Outaouais

Le plan de communication 2016-2017

ADOPTÉ LE

26 octobre 2016

RÉSOLUTION : 2016-CC-186

1. LE MANDAT DE LA COMMISSION SCOLAIRE

Le plan de communication est un document plus ou moins détaillé reprenant l'ensemble des actions de communications prévues pour promouvoir l'organisme. De plus, il est un outil qui permet de renseigner les élèves, les parents, les citoyens et les membres du personnel.

À la Commission scolaire des Hauts-Bois-de-l'Outaouais (CSHBO), on reconnaît que les communications constituent un élément majeur dans la poursuite de sa mission. En fait, parmi les quatre actions prioritaires 2016-2017 de la CSHBO, en lien avec l'orientation 4 de notre plan stratégique : un réseau de télécommunication exploité de façon optimale, la Commission scolaire **accentuera la visibilité positive de ses établissements et services**.

En raison de 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'un plan de communication qui servira de cadre de référence dans toutes ses activités quotidiennes de communication.

La Commission scolaire considère également que les communications sont un outil important de gestion. La participation de son personnel à la mise en œuvre de toutes les facettes de sa mission représente non seulement un atout, mais une nécessité. Cette participation doit donc prendre appui sur des communications fonctionnelles ouvertes et multidirectionnelles.

C'est dans cette optique que le plan de communication permettra de fixer des assises solides tout en favorisant une circulation de l'information efficace et de qualité. Elle déterminera le champ d'application de la fonction de communication à la Commission scolaire et permettra un partage des responsabilités en regard de cet exercice.

Par conséquent, la Commission scolaire et les établissements adhèrent à ce plan de communication et mettent tout en œuvre pour le faire connaître et se l'approprier.

2. LES FONDEMENTS

Le présent plan de communication s'appuie sur plusieurs assises :

- la *Loi sur l'instruction publique* et les modifications à cette Loi;
- la *Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels*;
- les régimes pédagogiques;
- le plan stratégique de la Commission scolaire;
- les actions prioritaires 2016-2017 de la Commission scolaire;
- la convention de partenariat signée en juillet 2012 entre le ministère de l'Éducation, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche et la Commission scolaire des Hauts-Bois-de-l'Outaouais;

- Les politiques, procédures et règlements de la CSHBO, notamment le règlement relatif à la délégation de fonctions et pouvoirs (2008-CC-122) et la politique de communication (SG-0704-04).

3. LES OBJECTIFS

Le choix de la formulation des objectifs du plan de communication constitue des activités de première importance. Tout en définissant les objectifs, il est pertinent d'identifier les éléments qui peuvent entraver le déroulement du plan de communication afin d'apporter des ajustements rapidement.

- 3.1 Promouvoir une image publique et politique favorable de la CSHBO, et ce, auprès des contribuables, des parents, des élèves et du grand public en général comme gestionnaire visionnaire, efficace et responsable.
- 3.2 Soutenir le dialogue entre la CSHBO, les parents et les partenaires sociaux.
- 3.3 Soutenir les initiatives de communication des établissements et des services auprès des parents et des élèves.
- 3.4 Promouvoir la qualité des services rendus à la population par la Commission scolaire et ses établissements sur l'ensemble du territoire.
- 3.5 Promouvoir une vision commune des enjeux, de l'avenir de la CSHBO et la mobilisation des ressources auprès de tous les individus.
- 3.6 Encourager des liens de synergie entre les enseignants, les directions d'école et de centre, l'équipe de gestionnaires de la Commission scolaire et les élus.

4. LES PUBLICS CIBLES À REJOINDRE

Le choix du public cible dépend d'abord du degré de rayonnement désiré et de certains facteurs stratégiques. Pour chacun des publics cibles, il faut déterminer l'approche, le style de contenu des communications. La connaissance des caractéristiques de chacun d'entre eux est souhaitable afin d'atteindre les résultats recherchés. À cet égard, il faut se questionner sur les points suivants :

- leurs préoccupations;
- leur identité culturelle;
- leurs façons de communiquer;
- leurs niveaux de connaissance.

4.1 **À l'externe**, il est pertinent de considérer les publics cibles suivants :

- les élèves et les parents;
- les partenaires de la communauté.

4.2 **À l'interne**, nous pouvons regrouper les publics cibles de la façon suivante :

- le conseil des commissaires;
- la direction générale;
- les cadres de services;
- les directions et les directions adjointes;
- les membres du personnel.

5. L'AXE DE COMMUNICATION

La Commission scolaire des Hauts-Bois-de-l'Outaouais est une institution attrayante, transparente, confiante et performante, dédiée à la promotion de la compétence des personnes et engagée dans le développement de la région. De plus, la Commission scolaire s'assure de la qualité du français dans tous les documents prévus.

6. LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION

6.1 La promotion

- Faire connaître les services et ressources de la CSHBO et des établissements.
- Promouvoir l'image de la Commission scolaire et de ses établissements.
- Développer le sentiment d'appartenance et de fierté des élèves et du personnel.
- Favoriser la fréquentation de nos écoles et centres.

6.2 L'information

- Diffuser les documents officiels de la CSHBO et des établissements.
- Répondre aux demandes de renseignements provenant d'organismes ou d'individus.
- Traiter et diffuser à l'interne l'information de nos intervenants et de nos partenaires.
- Transmettre l'information au plus large public possible, par les médias.

6.3 Le dialogue

- Favoriser les échanges avec les publics cibles internes et externes.
- Faciliter l'intégration de la CSHBO dans son milieu.

7. LES MOYENS À PRIVILÉGIER

Il est important de bien sélectionner les outils de communication les mieux adaptés pour atteindre nos objectifs. Le public cible à joindre et le message à lui transmettre orienteront le choix des médias, des techniques et des supports les plus appropriés.

Voici les divers moyens privilégiés par la Commission scolaire pour atteindre ses objectifs :

- 7.1 Un site internet amélioré.
- 7.2 Utilisation des médias sociaux.
- 7.3 La diffusion d'informations relatives à des changements politiques ou organisationnels.
- 7.4 La reddition de compte : la publication du rapport annuel ou de diverses formes de comptes rendus permettant aux auditoires concernés de se tenir au courant de l'état d'avancement des plans et projets.
- 7.5 La participation et la représentation actives de la CSHBO à la vie associative de la région.
- 7.6 Des relations soutenues avec les médias locaux et régionaux permettant de mettre en valeur les avancées, les réussites, les projets des élèves, des enseignants, des écoles, etc.

8. CONCLUSION

En élaborant un plan de communication, la Commission scolaire des Hauts-Bois-de-l'Outaouais se dote d'outils efficaces afin d'atteindre un plus grand public. Pour contribuer à une image positive, elle utilise des messages simples et appropriés, et ce, pour bien informer et mettre en valeur les réussites et les réalisations des élèves et membres du personnel.