



*L'usage du masculin a pour but d'alléger le texte.*

## COMMUNICATIONS ET PROMOTION

### 1. ÉNONCÉ

Le Conseil scolaire catholique du Nouvel-Ontario (Conseil) reconnaît systématiquement l'importance des communications pour promouvoir sa mission d'éducation catholique de langue française. Les communications servent à établir le courant entre les gens de la communauté scolaire et à tisser des liens plus étroits, alors que la promotion contribue à la vitalité institutionnelle du Conseil.

### 2. PRINCIPES DIRECTEURS

De manière proactive, le Conseil s'engage à :

- 2.1. promouvoir auprès des communautés desservies sur son territoire :
  - 2.1.1. sa mission, sa vision, ses vertus et ses croyances;
  - 2.1.2. la valeur ajoutée de l'éducation catholique de langue française;
  - 2.1.3. ses diverses activités éducatives, identitaires, politiques et promotionnelles;
- 2.2. créer et à consolider l'image de marque du Conseil;
- 2.3. promouvoir la réputation de ses programmes éducatifs de qualité dans ses écoles catholiques de langue française;
- 2.4. mettre en place des stratégies de promotion aux fins de recrutement et de rétention d'élèves du Jardin d'enfants à la 12<sup>e</sup> année;
- 2.5. maintenir une communication avec les divers groupes d'intervenants afin d'accroître la confiance du public dans l'efficacité de ses écoles catholiques de langue française;
- 2.6. communiquer les progrès de sa planification stratégique et ses priorités dans le rapport annuel;
- 2.7. identifier annuellement des stratégies prioritaires en matière de communication et de promotion et en évaluer leur efficacité;
- 2.8. développer et à utiliser efficacement des outils de communication et de promotion;
- 2.9. transmettre toute communication de manière claire et succincte en temps opportun, le cas échéant;

- 2.10. profiter de la technologie, incluant les médias sociaux, pour joindre son public interne et externe;
- 2.11. favoriser la valorisation en communiquant les réalisations remarquables de ses élèves et de son personnel;
- 2.12. favoriser des communications respectueuses avec les élèves et leurs parents ou tuteurs, les membres du personnel, les paroisses, les partenaires et la communauté;
- 2.13. conscientiser les membres du personnel qu'ils doivent porter une attention particulière à leurs communications en tant qu'ambassadeurs du Conseil et de ses écoles catholiques de langue française;
- 2.14. établir et à maintenir des relations médiatiques favorables à l'image du Conseil;
- 2.15. profiter des occasions de réseautage sur les plans régional, provincial, national et international pour promouvoir l'éducation catholique de langue française.

### 3. DÉFINITIONS

- 3.1. Public interne : élèves, employés et conseillers scolaires
- 3.2. Public externe : parents et tuteurs, bénévoles, paroisses, partenaires et médias

### 4. RÉFÉRENCES

- 4.1. [Loi sur l'éducation de l'Ontario](#)
- 4.2. [Loi sur l'accès à l'information municipale et la protection de la vie privée](#)