politique GOU 23.0

Domaine : **Gouvernance**

En vigueur le 6 décembre 2013 (13-117)

Révisée le 31 janvier 2023 (23-13)

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

communications et promotion

1. ÉnoncÉ
   1. Le Conseil scolaire catholique Nouvelon (Conseil) reconnait systématiquement l’importance des communications pour promouvoir sa mission d’éducation catholique de langue française.
2. Principes directeurs
   1. 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. Les communications servent également à rehausser la confiance du public envers le Conseil et ses écoles catholiques de langue française.
3. stratÉgies de communications et de promotion
   1. Promouvoir auprès des communautés desservies sur son territoire :
      1. sa mission, sa vision, ses vertus et ses croyances;
      2. la valeur ajoutée de l’éducation catholique de langue française;
      3. ses diverses activités éducatives, identitaires, politiques et promotionnelles.
   2. Créer et à consolider l’image de marque du Conseil.
   3. Promouvoir la réputation de ses programmes éducatifs de qualité dans ses écoles catholiques de langue française.
   4. Mettre en place des stratégies de promotion aux fins de recrutement et de rétention d’élèves du Jardin d’enfants à la 12e année.
   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.
   6. Communiquer les progrès de sa planification stratégique et ses priorités dans le rapport annuel.
   7. Identifier annuellement des stratégies prioritaires en matière de communication et de promotion et en évaluer leur efficacité.
   8. Développer et à utiliser efficacement des outils de communication et de promotion.
   9. Transmettre toute communication de manière claire et succincte en temps opportun, le cas échéant.
   10. Profiter de la technologie, incluant les médias sociaux, pour joindre son public interne et externe.
   11. Favoriser la valorisation en communiquant les réalisations remarquables de ses élèves et de son personnel.
   12. Favoriser des communications respectueuses avec les élèves et leurs parents ou tuteurs, les membres du personnel, les paroisses, les partenaires et la communauté.
   13. Conscientiser les employés qu’ils doivent porter une attention particulière à leurs communications en tant qu’ambassadeurs du Conseil et de ses écoles catholiques de langue française.
   14. Établir et à maintenir des relations médiatiques favorables à l’image du Conseil.
   15. Profiter des occasions de réseautage sur les plans régional, provincial, national et international pour promouvoir l’éducation catholique de langue française.
4. dÉfinitions
   1. **Public interne** : conseillers scolaires, élèves et employés
   2. **Public externe** : bénévoles, médias, parents et tuteurs, paroisses et partenaires
5. RÉfÉrences
   1. [*Loi sur l’éducation de l’Ontario*](http://www.e-laws.gov.on.ca/html/statutes/french/elaws_statutes_90e02_f.htm)
   2. [*Loi sur l’accès à l’information municipale et la protection de la vie privée*](http://www.e-laws.gov.on.ca/html/statutes/french/elaws_statutes_90m56_f.htm)