

– POLITIQUE DE COMMUNICATION –

1. PRÉAMBULE

Au Centre de services scolaire des Portages-de-l'Outaouais (ci-après « CSSPO »), on reconnaît que les communications constituent un élément majeur dans la poursuite de notre mission et de notre Plan d'engagement vers la réussite (PEVR).

De par sa mission, son caractère public et son obligation de rendre des comptes, le CSSPO, dans sa volonté d'informer les publics internes et externes, se dote d'une Politique de communication (« la Politique » qui vise à favoriser l'efficacité et la cohérence des communications organisationnelles. Ainsi, cet outil de gestion établit les standards, les mécanismes et le partage des rôles entourant les principales actions de communication menées pour et au nom du CSSPO. La Politique constitue un cadre de référence commun, qui facilitera la circulation de l'information, la concertation, la cohérence des messages et la complémentarité des actions.

Le CSSPO considère également que les communications sont un important outil 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. Le CSSPO s'engage à favoriser des communications ascendantes, descendantes et transversales pour une meilleure circulation de l'information.

C'est dans cette optique que la Politique 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 au CSSPO scolaire et permettra un partage des responsabilités en regard de cet exercice. La Politique trouve son application dans un plan de communication global au niveau du CSSPO, dans lequel sont précisées les diverses stratégies pour les écoles, les centres et les services.

En conséquence, pour assurer l'atteinte de ses objectifs et le bon déroulement de son application, la Politique de communication doit être soutenue et intégrée par l'ensemble du personnel du CSSPO et les membres des conseils et des comités qui y sont liés.

2. CADRE LÉGAL ET DE RÉFÉRENCE

Cette Politique de communication prend appui sur :

- Le Renseignement général 02-01-00 « Mission, vision et valeurs » du CSSPO;
- Les enjeux, les orientations et les objectifs du Plan d'engagement vers la réussite du CSSPO;
- La *Loi de l'instruction publique* chapitre I-13.3;
- La *Loi sur l'accès aux documents des organismes publics* et sur la protection des renseignements personnels, chapitre A-2.1;
- Le Code d'éthique et de déontologie des administrateurs (04-12-10);
- Le Code d'éthique pour tous les intervenants au sein du CSSPO (05-04-20) ;
- La politique utilisation des outils technologiques du CSSPO (80-10-20)

3. OBJECTIFS

Le CSSPO prône les valeurs suivantes : la collaboration, la bienveillance, l'engagement et l'équité. Ces valeurs doivent guider les actions et la conduite des membres du personnel du CSSPO, ainsi que les parents et les représentants de la communauté siégeant aux différents conseils et comités.

La présente Politique a pour fin :

- a) d'informer les différentes clientèles et les partenaires du CSSPO ainsi que la communauté en général :
 - des orientations stratégiques du centre de services scolaire ;
 - des politiques et des décisions stratégiques ;
 - des projets éducatifs et des activités du contenu de plan d'engagement vers la réussite, ainsi que des plans de réussite des établissements;
 - des plans de réussite, des programmes et des activités des centres ;
 - des services diversifiés offerts par le CSSPO ;
 - des réalisations et des résultats des différents établissements.
- b) de projeter une image de marque uniforme et cohérente;
- c) d'accroître l'efficacité des communications;
- d) de permettre une meilleure communication dans la gestion de situations de crise ou d'urgence;
- e) d'indiquer la procédure lorsque les médias communiquent avec un membre du personnel;
- f) de distinguer les responsabilités de chaque groupe cible en matière de communications;
- g) d'informer les membres du personnel où ils pourront obtenir les éléments visuels requis pour leurs communications;
- h) de contribuer à maintenir et à développer un sentiment d'appartenance et de fierté;
- i) de développer des pratiques cohérentes d'échange d'information avec les différents publics en facilitant la circulation de l'information pour en retirer le maximum d'efficacité et un esprit de collaboration et d'ouverture;
- j) d'établir et de maintenir des relations de presse favorables à l'image du CSSPO ;
- k) de favoriser une communication descendante, ascendante et transversale à l'intérieur du CSSPO;
- l) de convenir des responsabilités des différentes unités en matière de communication;
- m) de développer et maintenir des partenariats avec la communauté;
- n) de consolider la collaboration entre les établissements scolaires et les familles;
- o) de rendre plus visibles les réalisations du CSSPO qui contribuent à conduire au succès le plus grand nombre d'élèves (jeunes et adultes);
- p) d'amener les divers publics cibles du CSSPO à s'intéresser davantage à ses faits et gestes (« les bons coups ») à prendre conscience de sa valeur et d'ainsi renforcer sa crédibilité.

4. PRINCIPES DIRECTEURS

Cette politique repose sur trois principes :

1. Le CSSPO croit qu'il est essentiel de projeter et de maintenir une image organisationnelle cohérente et de qualité dans tous les aspects de ses activités quotidiennes de communications publiques, écrites et électroniques, qu'elles soient effectuées par le personnel ou par les parents et les représentants de la communauté siégeant sur les différents conseils et comités.

Cette politique sert de cadre de référence pour les communications internes, les communications externes, la promotion, la publicité, les partenariats, les relations de presse et les relations publiques.

2. Le CSSPO croit qu'il est essentiel de favoriser une circulation optimale de l'information auprès des membres du personnel de l'organisation des parents, des partenaires et de faire preuve de transparence auprès des médias afin d'accroître le sentiment de confiance et de préserver de bons liens.

Les qualités privilégiées dans toutes les communications sont : la transparence, l'ouverture, l'inclusion, la clarté et la franchise.

3. Le CSSPO est convaincu que ce cadre de référence lui permettra de bonifier ses pratiques de communication et de mieux répondre aux besoins d'information des publics cibles.

5. DÉFINITIONS

Communication : processus de création et d'échange de messages entre les acteurs qui a pour but de combler les besoins de l'organisation.

Communication ascendante : différents moyens pour solliciter et recevoir l'opinion des intervenantes, des intervenants et des partenaires;

Communication descendante : différents moyens pour permettre la circulation d'avis, de communiqués ou de projets vers les personnes intervenant au CSSPO et les partenaires du CSSPO.

Communication fonctionnelle : communication qui permet d'échanger dans la vie quotidienne, qui prend en compte plusieurs éléments afin d'éviter des malentendus et des quiproquos.

Communication transversale : différents moyens pour présenter les interactions et les échanges d'information entre les personnes intervenant au CSSPO et les partenaires du centre de services scolaire.

Information : ensemble de renseignements rattachés à des faits, des situations, des décisions ou des activités.

Média de masse : Moyen de communication destiné à diffuser auprès d'un large public de l'information de nature sonore, écrite ou visuelle. La presse écrite, la radio, la télévision et Internet sont des exemples de médias de masse¹.

Médias sociaux : Média numérique basé sur les caractéristiques du Web 2.0, qui vise à faciliter la création et le partage de contenu généré par les utilisateurs, la collaboration et l'interaction sociale. Ces médias utilisent l'intelligence collective dans un esprit de collaboration en ligne. Ils permettent aux internautes de créer ensemble du contenu, de l'organiser, de le modifier et de le commenter. Parmi les applications associées aux médias sociaux, mentionnons les réseaux sociaux (Facebook, LinkedIn, WeChat)².

Parent : Dans cette politique, le terme parent doit être interprété comme toute personne détenant l'autorité parentale.

Partenaires : tous les organismes avec lesquels le centre de services scolaire entretient des relations : villes, municipalités, entreprises, partenaires socio-économiques et sociocommunautaires.

Personnes intervenant au CSSPO : les élèves, les parents, le personnel du centre de services scolaire et les membres du conseil d'administration.

Porte-parole : en vertu de la *Loi sur l'instruction publique*, la direction générale ou toute autre personne désignée pour intervenir dans une activité de communication pour le CSSPO.

Promotion : ensemble d'activités réalisées par le CSSPO et les établissements, visant à donner une image juste et positive aux élèves, aux parents, au personnel et au public.

¹ Définition de l'office de la langue française

² Idem

Publicité : mode d'intervention qui met l'accent sur certaines données d'information à diffuser pour attirer l'attention du public, pour faire valoir la qualité des services dispensés et pour développer chez lui le goût d'utiliser les services du CSSPO.

Relations de presse : ensemble d'interventions auprès des médias afin d'atteindre le public de façon ponctuelle pour faire connaître une situation, une activité ou une nouvelle.

Relations publiques : ensemble d'activités d'information et de communication par lesquelles le CSSPO fait connaître ses activités auprès de ses personnes intervenant au CSSPO, de ses partenaires ainsi que du public.

Signature visuelle officielle : La signature gouvernementale tel que définie dans le programme d'identification visuelle (PIV) qui est utilisée dans toutes les communications imprimées (affichage, publicité imprimée, etc.) et électroniques (Web, télévision, radio, etc.), particulièrement celles destinées au grand public.

6. **CHAMP D'APPLICATION**

Le CSSPO utilise les moyens suivants afin de s'assurer de l'atteinte et du succès de ses objectifs de communication.

- Médias sociaux;
- Organisation d'événements;
- Partenariats;
- Placement publicitaire;
- Promotion des programmes de formation;
- Promotion des activités des établissements scolaires et du CSSPO;
- Promotion des services des établissements scolaires et du CSSPO;
- Relations de presse;
- Relations publiques;
- Réalisation d'outils de communication;
- Transmission d'informations;
- Utilisation de l'image organisationnelle.

Publics cibles :

Les communications internes du CSSPO ciblent :

- La présidence et les membres du conseil d'administration;
- La direction générale;
- La direction du Service du secrétariat général et des communications;
- Les directions de service;
- Les directions d'établissement;
- Les membres du personnel;
- Le conseil d'établissement;
- Le comité de parents;
- Le comité d'engagement pour la réussite des élèves;
- Le comité EHDAA;
- L'Organisme de participation des parents;
- Les syndicats et les associations;

- Tous les comités prévus par la *Loi sur l'instruction publique*;
- Les parents;
- Les élèves jeunes et adultes.

Les communications externes du CSSPO ciblent :

- Les élèves et leurs parents;
- Les partenaires incluant les fournisseurs de produits et de service;
- Les organismes socio-économiques, et communautaires;
- Les paliers politiques;
- Les médias;
- Les citoyens;
- Le ministère de l'Éducation du Québec (MEQ), les autres instances du monde de l'éducation et la Direction régionale du MEQ; et
- Les divers ministères et organismes parapublics et péripublics.

7. RÉPARTITION DES RESPONSABILITÉS

7.1. Présidence et membres du Conseil d'administration

Le rôle du conseil d'administration du CSSPO³ est :

- d'assurer qu'un soutien adéquat soit apporté aux écoles et aux centres,
- de veiller à la pertinence et à la qualité des services éducatifs offerts par le centre de services scolaire;
- de s'assurer de la gestion efficace et efficiente des ressources humaines, matérielles, et financières dont dispose le Centre .

Ils sont responsables d'adopter la présente Politique ou sa révision, lorsque nécessaire.

7.2 Direction générale

La direction générale est le porte-parole officiel du CSSPO⁴ auprès des médias et pour les communications administratives. À ce titre, elle fait part publiquement de la position du centre de services scolaire sur tout sujet qui le concerne notamment lorsqu'il participe, au nom du centre de services scolaire, aux divers organismes voués au développement local et régional.

Si la situation l'exige, la direction générale peut désigner la direction générale adjointe, une direction de service, d'école ou d'un centre afin de porter le message et répondre aux demandes médiatiques et administratives.

Elle assume donc toute déclaration publique et détermine les mesures à appliquer dans les situations de crise et d'urgence.

Elle s'assure de la réalisation des activités du plan de communication et approuve l'adoption du budget relatif aux opérations de communication.

7.3 Service du secrétariat général et des communications

Direction du Service du secrétariat général et des communications (CI-APRÈS « SSGC »)

³ Article 176.1 *Loi sur l'instruction publique*

⁴ Article 201 *Loi sur l'instruction publique*

Elle est le point de convergence du CSSPO pour les médias et assure un suivi auprès de ces derniers en s'assurant d'une réponse à leurs questions et à leurs besoins. Toutes les relations avec les médias sont coordonnées par la personne occupant le poste de coordonnateur aux communications en collaboration avec la direction générale. Celles-ci doivent donc être informées de toute demande d'entrevue ou d'information de la part des médias incluant les demandes effectuées auprès des représentants du comité de parents, des conseils d'établissements et du comité EHDAA, pour et au nom du CSSPO, à l'exception de celle faite auprès des associations, et des syndicats, lorsqu'ils parlent au nom de leurs membres, ou des partenaires du CSSPO.

La direction des communications en collaboration avec le coordonnateur ou la coordonnatrice aux communications élaborent et tiennent à jour un plan de communication en lien avec les orientations stratégiques du CSSPO.

Elle est responsable de l'application de la présente Politique.

Personne occupant le poste de coordonnateur aux communications

La personne occupant le poste de coordonnateur aux communications assiste et accompagne la direction générale et les gestionnaires dans la mise en œuvre des stratégies et des activités de communication.

Elle participe au développement des différents outils promotionnels du CSSPO, des directions de service et des établissements scolaires.

Elle gère les campagnes promotionnelles avec les directions des écoles et des services administratifs. Elle collabore à l'orientation des campagnes promotionnelles des centres et les approuve afin de s'assurer que l'image corporative soit conforme aux normes du Programme d'identification visuelle du gouvernement du Québec.

Elle participe au rayonnement par la promotion des activités des établissements scolaires du Centre.

Elle est responsable de la gestion des médias sociaux et de la mise à jour du site Web du CSSPO. Elle collabore aussi au développement des sites Web des établissements scolaires du centre de services scolaire.

Elle développe et transmet, sur demande, les différents gabarits et visuels du CSSPO pour la réalisation des activités de communications internes et externes : logos du CSSPO et des établissements scolaires, papier à lettres, présentation PowerPoint, etc.

Elle rédige les communiqués de presse, coordonne la tenue des conférences de presse et fournit l'expertise et le support.

Elle coordonne l'organisation et fait la promotion de l'événement visant à reconnaître l'apport exceptionnel des personnes ou groupe de personnes œuvrant dans les établissements du CSSPO à titre de bénévoles ainsi que des membres du personnel dont l'engagement va au-delà des tâches prévues dans le cadre de leurs fonctions.

7.4 Directions de service

En fonction de leur secteur d'activité, les directions de service contribuent à assurer un environnement optimal par une gestion efficace du transport scolaire, des ressources matérielles, informationnelles, éducatives, humaines et financières.



Elles peuvent transmettre des communications de façon autonome, mais doivent transmettre une copie à la direction du Service des communications et à la direction générale de toute communication pouvant affecter ou influencer le CSSPO dans la poursuite de sa mission.

Elles collaborent aussi avec la direction des communications en lui fournissant toute l'information pertinente pour la rédaction d'éventuels communiqués de presse, la mise à jour du site Web et l'élaboration de stratégies de communication, ainsi que le développement des outils en découlant. À la demande de la direction générale, les directions de service peuvent être appelées à répondre aux questions des médias et avoir à collaborer et à gérer des situations de crise.

Elles soutiennent les directions des établissements scolaires en leur offrant des services administratifs essentiels à leur bon fonctionnement.

Elles assurent la gestion de la diffusion interne de l'information au sein de son service.

Elles informent, dans les plus brefs délais, le Service des communications de tout événement susceptible d'impliquer les médias et fournissent l'information pertinente à l'élaboration de communiqués de presse ou de fiches d'actualité.

Elles communiquent finalement à la direction générale et au SSGC toute information relative à une situation de crise ou d'urgence ou tout bon coup qui mérite une reconnaissance.

7.5 Directions d'établissement

Les directions d'établissements doivent référer à la direction des communications toute demande d'information, d'enregistrement sonore, de prise d'images, de photographies en provenance des médias. Toute intervention directe des médias de masse sans autorisation doit être signalée à la direction des communications. Les directions d'établissements doivent s'assurer d'obtenir l'autorisation parentale pour la prise d'image des élèves. En cas de refus, elles ont la responsabilité de faire respecter la décision.

Elles assurent la gestion de la diffusion interne de l'information au sein de son école ou son centre. Elles informent, dans les plus brefs délais, le Service des communications de tout événement susceptible d'impliquer les médias et fournissent l'information pertinente à l'élaboration de communiqués de presse ou de fiches d'actualité.

Elles s'assurent que l'information divulguée sur leur site Web et leurs médias sociaux respectifs, incluant la gestion des commentaires, reflète les valeurs du CSSPO et respecte la présente Politique. Elles avisent la Direction du SSGC en cas de commentaires haineux ou réprimandables sur leurs diverses plateformes.

Elles communiquent finalement à la direction générale et au SSGC toute information relative à une situation de crise ou d'urgence ou tout bon coup qui mérite une reconnaissance.

Les outils promotionnels, notamment les communiqués de presse pour un projet ayant reçu une subvention, arborant le logo du CSSPO et produits par les établissements doivent être transmis avant leur production finale à la personne occupant le poste de coordonnateur aux communications, laquelle peut les soutenir dans leurs démarches en la matière. Cette dernière a également la responsabilité de les approuver afin de s'assurer du respect des normes du Programme d'identification visuelle du gouvernement du Québec.

Il n'est plus obligatoire d'arborer le logo du centre de services scolaire sur les vêtements sportifs des écoles.

7.6 Membres du personnel

Tous les membres du personnel sont appelés à jouer un rôle en matière de communication. Par leurs gestes et leurs paroles, tous ont le pouvoir d'influencer le climat organisationnel, la réputation et le rayonnement du centre de services scolaire. Cette contribution attendue n'altère en rien la liberté d'expression reconnue à chacun dans sa vie privée, sa discipline ou son champ de compétence. Les membres du personnel doivent obtenir l'autorisation de leur supérieur immédiat pour parler officiellement et publiquement au nom de l'organisation.

Le personnel collabore avec la direction d'établissement et la direction des communications, notamment en fournissant de l'information susceptible d'être diffusée à l'interne ou à l'externe.

Les membres du personnel sont tenus de prendre connaissance de la présente Politique.

7.7 Conseil d'établissement (CÉ)

La présidence du Conseil d'établissement ou toute personne déléguée par celle-ci a la responsabilité de rédiger les procès-verbaux et de les rendre publics au plus tard un (1) mois après son adoption. Elle a également la responsabilité de produire le rapport annuel du conseil d'établissement et de le rendre accessible publiquement au plus tard un (1) mois après son adoption.

Les membres du Conseil peuvent être appelés à collaborer avec la direction générale et à commenter une situation se déroulant à l'école. Si ces derniers sont interpellés par les médias, ils doivent se référer à la direction d'établissement (DÉ)⁵. Par la suite la DÉ devra se rapporter à la direction des communications ou à la personne occupant le poste de coordonnateur aux communications afin que les membres du CÉ soient accompagnés dans toutes les formes d'expressions publiques engageant le nom du CSSPO.

7.8 Comité de parents

Le Comité de parents détient un rôle consultatif important⁶. Sur le plan des communications, il a pour fonctions : de valoriser l'éducation publique auprès de tous les parents d'un élève fréquentant une école du CSSPO, de proposer des moyens pour soutenir l'engagement de ces parents dans leur rôle afin de favoriser leur réussite éducative, ainsi que des moyens destinés à favoriser les communications entre ces derniers et les membres du personnel de l'école, tout en faisant la promotion de la participation des parents aux activités de l'école et du centre de services. À cette fin, le comité désigne les parents qui participent aux divers comités formés par le centre de services scolaire.

Entre autres responsabilités, le comité doit transmettre au centre de services scolaire l'expression des besoins des parents, notamment les besoins de formation identifiés par les représentants des écoles et par le représentant du comité consultatif des services aux élèves HDAA. Il peut également donner son avis sur les projets pédagogiques particuliers offerts ou envisagés dans les écoles du CSSPO, sur tout sujet propre à assurer le meilleur fonctionnement possible du centre de services scolaire, de même que sur tout sujet pour lequel il doit être consulté.

Si les membres du Comité sont interpellés par les médias, ils doivent se référer à la direction du Service des communications afin d'être accompagnés dans toutes les formes d'expressions publiques engageant le nom du CSSPO.

⁵ Article 59 Loi sur l'instruction publique

⁶ Article 192 Loi sur l'instruction publique

7.9 Comité EHDA

Le Comité consultatif des services aux élèves handicapés et aux élèves en difficulté d'adaptation ou d'apprentissage a pour fonction⁷ : de donner son avis au centre de services scolaire sur la politique d'organisation des services éducatifs aux élèves handicapés et aux élèves en difficulté d'adaptation ou d'apprentissage, et au comité de répartition des ressources sur l'affectation des ressources financières pour les services à ces élèves. Il peut également donner son avis au comité d'engagement pour la réussite des élèves à propos du Plan d'engagement vers la réussite ainsi qu'au centre de services scolaire concernant l'application du plan d'intervention à un élève handicapé ou en difficulté d'adaptation ou d'apprentissage.

La présidence peut être appelée à donner le point de vue des parents d'élèves HDAA aux médias. Si ce comité est interpellé par les médias, il doit informer la direction générale avant d'intervenir auprès de ces derniers. La direction générale peut autoriser une intervention auprès des médias, avec la collaboration de la direction des communications qui peut soutenir la présidence.

Si les membres du Comité sont interpellés par les médias, ils doivent se référer à la direction des services éducatifs afin d'être accompagnés dans toutes les formes d'expressions publiques engageant le nom du CSSPO.

7.10 Organisme de participation des parents

Le rôle de cet organisme est de promouvoir et d'organiser les activités sans avoir de pouvoir de représentativité.

8. CHAMPS D'INTERVENTIONS

8.1. Médias

La direction générale est le porte-parole officiel du CSSPO. À ce titre, elle peut être appelée à faire part publiquement de la position du centre de services scolaire sur tout sujet qui le concerne, notamment auprès des médias et lorsqu'elle participe, au nom du Centre, aux divers organismes voués au développement local et régional. S'il y a lieu, la direction générale peut nommer un autre représentant du CSSPO pour ce faire.

Toutes les relations avec les médias sont coordonnées par la personne occupant le poste de coordinateur aux communications en collaboration avec la direction générale. Celles-ci doivent être informées de toute demande d'entrevue ou d'information de la part des médias pour et au nom du CSSPO, à l'exception de celle faite auprès des associations et des syndicats, lorsqu'ils parlent au nom de leurs membres, et des partenaires du CSSPO.

8.2. Communications internes

Le CSSPO a instauré des mécanismes de communication interne afin d'assurer une diffusion régulière d'informations pertinentes et accessibles sur les activités des directions de service et de ses établissements scolaires, ainsi que sur les questions administratives.

Les activités officielles de communication auprès des publics cibles internes sont coordonnées par la personne occupant le poste de coordonnateur aux communications. Afin de maximiser la circulation des informations, les directions de service et des écoles doivent informer le plus rapidement possible le Service des communications, qui pourra les soutenir dans l'organisation et la promotion des activités et des événements les concernant.

⁷ Article 187 Loi sur l'instruction publique

8.2.1. Moyens de communication internes du CSSPO

Au CSSPO, les communications internes s'effectuent par différents moyens notamment : courriel de la direction générale ou de directions de service aux directions d'écoles, de centres ou de services, message vidéo, portail intranet, babillards, diffusion sur des écrans dans les espaces publics des immeubles, applications Office 365, etc.

8.3. Communications externes

Les activités officielles de communication auprès des publics cibles externes sont coordonnées par la personne occupant le poste de coordonnateur aux communications.

La direction du Service des communications doit être informée de tout matériel promotionnel à réaliser, produit ou encore à transmettre. Le matériel devra être préalablement révisé et approuvé par la personne occupant le poste de coordonnateur aux communications avant sa diffusion afin d'assurer la qualité de l'image corporative projetée et que celle-ci respecte les normes du Programme d'identification visuelle du gouvernement du Québec, auxquelles sont assujettis tous les organismes gouvernementaux, dont les centres de services scolaires.

La personne occupant le poste de coordonnateur aux communications soutient la réalisation d'outils de communication. Il est recommandé de communiquer avec celle-ci avant de débiter un projet.

Tout établissement ou comité ayant un projet susceptible d'être porté à l'attention des médias doit communiquer avec la direction du Service des communications.

8.3.1. Moyens de communication externes du CSSPO

Au CSSPO, les moyens de communication externes utilisés sont notamment les communiqués de presse, les courriels de la direction générale ou des directions d'école ou de centre (selon le message à diffuser en respect du Règlement de délégation de pouvoirs), Mozaïk Portail, Mégafon, les affiches extérieures, les médias sociaux (Facebook du CSSPO ou des écoles et des centres, LinkedIn du CSSPO), les bannières déroulantes (paraposts), les applications choisies par les membres du personnel enseignant, etc.

Les communiqués de presse, les communications destinées aux médias et toutes les communications arborant le logo du CSSPO doivent être approuvés par le SSGC avant d'être rendus publics.

8.3.2. Partenariats

Les ententes de partenariats sont soumises aux règles du Programme d'identification visuelle du gouvernement du Québec (PIV)⁸. Il est important de communiquer avec la personne occupant le poste de coordonnateur aux communications afin que l'image corporative respecte les normes spécifiques établies pour les partenariats. Elle a la responsabilité d'approuver l'image corporative liée à l'entente. La direction du SSGC doit s'assurer que les obligations en matière de communication nommées dans les protocoles d'entente sont appliquées et respectées.

⁸ [Décret sur l'identification visuelle du gouvernement du Québec et sa signature gouvernementale](#) et [Site du Programme d'identification visuelle du gouvernement du Québec \(guides, normes graphiques\)](#)

Il est à noter que la signature visuelle officielle est obligatoire lors de communication promotionnelle et à la signature du courriel.

8.4. Communication en situation de crise ou en situation d'urgence

Une situation de crise ou d'urgence se rapporte à des événements hors du commun, qui deviennent difficiles à gérer localement, pouvant avoir des impacts considérables sur différents groupes cibles. Les situations nécessitant une stratégie de communication particulière sont définies dans le plan prévu à cet effet.

Les personnes qui y sont impliquées doivent se référer et collaborer avec le SSGC afin qu'elles puissent bénéficier du soutien du CSSPO, que le plan des mesures d'urgence soit appliqué, que les faits soient divulgués ou rectifiés officiellement par le CSSPO et que l'impact, quel qu'il soit, puisse être contrôlé.

Lors de toutes situations d'urgence ou de crises, où le ministère de l'Éducation (MEQ) peut potentiellement être interpellé, le SSGC doit obligatoirement communiquer une fiche d'actualité au MEQ. Selon le sujet, les directions d'écoles, de centres ou de services seront appelées à collaborer en fournissant les informations nécessaires à la rédaction de la fiche d'actualité.

En cas d'urgence, le CSSPO a identifié des moyens de communication officiels d'information selon la situation.

Les moyens de communication officiels du CSSPO sont :

- le site Web du CSSPO,
- la page Facebook du CSSPO,
- l'application Mégafon,
- les communications massives via Mozaïk Portail; et
- les médias régionaux, pour les élèves et les parents, et le système de messagerie Outlook pour le personnel.

8.4.1 Personne assumant la direction d'un établissement

Chaque direction d'établissement élabore un plan de mesures d'urgence, le fait connaître dans son milieu, prévoit les ressources nécessaires à sa réalisation et planifie sa mise en application. Lorsque la situation l'exige, la direction d'établissement réunit son Comité de crise ou d'urgence, en informe la direction générale, nomme un porte-parole et applique le plan des mesures d'urgence.

Le centre de services scolaire vient en aide à l'établissement par l'entremise de son Comité des mesures d'urgence ou par tout autre moyen mis en place. Lors d'une situation de crise ou d'urgence dont l'impact dépasse la responsabilité de la directrice ou du directeur d'un établissement, la direction générale réunit le Comité des mesures d'urgence.

8.4.2 La direction générale

Elle voit à l'élaboration d'un plan des mesures d'urgence, le fait connaître, prévoit les ressources nécessaires à sa réalisation et planifie sa mise en application en collaboration avec le Service des communications.

En tant que porte-parole, elle assure les relations avec les médias pour une activité touchant le CSSPO ou un de ses établissements.

Elle s'assure qu'un plan de communication pour le centre administratif du CSSPO est préparé.



8.4.3 Stratégies et moyens d'action

Dans le plan de communication et les stratégies, le CSSPO, les services et les établissements identifieront les cibles prioritaires de communication et les moyens d'atteindre les objectifs visés.

L'utilisation de moyens de communication diversifiés est privilégiée afin d'augmenter l'accessibilité et la fluidité des communications.

Le budget des services et des établissements prévoit les sommes nécessaires pour la gestion des civilités, pour l'accueil du personnel, pour la reconnaissance du personnel, pour souligner certains événements particuliers touchant les élèves, le personnel ou le Conseil d'administration et pour les activités de publicité et de marketing.

9. IMAGE ORGANISATIONNELLE – NORMES ET GUIDES

Logo et normes graphiques

Depuis le 15 juin 2020, l'image corporative des centres de services scolaires est assujettie aux normes du Programme d'identification visuelle du gouvernement du Québec (PIV)⁹. Ainsi, l'ensemble des outils de communications sont concernés par les règles et les normes graphiques du PIV.

Pour les établissements scolaires, les outils promotionnels arborant le logo du CSS doivent être transmis avant leur production finale à la personne occupant le poste de coordonnateur aux communications, afin d'approuver l'image corporative pour qu'elle soit conforme aux normes du PIV.

Moyens de communication concernés

Les règles du PIV régissent¹⁰ : les communications imprimées, numériques, multimédias, administratives et les communications communes, les activités publiques, les courriels, l'affichage extérieur, l'affichage sur les véhicules et les partenariats.

Gabarits des outils du CSSPO

Les gabarits sont disponibles sous le répertoire W/SECGEN/information pour tous/logo CSSPO/

10. MODALITÉS DE SOLLICITATION ET RESPECT DE LA LOI POUR LA PUBLICITÉ PAR VOIE ÉLECTRONIQUE (LOI CANADIENNE ANTI-POURRIEL)

La Loi canadienne anti-pourriels est entrée en vigueur le 1er juillet 2014¹¹. Un des principaux objectifs visés par cette loi est d'encadrer la diffusion de messages électroniques commerciaux et promotionnels et à éliminer les courriels frauduleux et/ou dangereux. La loi vise également les messages textes et ceux envoyés via les services de messagerie instantanée et les réseaux sociaux.

En plus d'être tenu d'obtenir le consentement de sa clientèle avant de faire parvenir une communication électronique, le CSSPO et ses établissements scolaires doivent clairement permettre à sa communauté de se désabonner de toute communication électronique (envois massifs) en expliquant les conséquences de se désabonner. **Les messages doivent aussi contenir un mécanisme de désabonnement rapide et facile à utiliser¹².**

⁹ [Décret sur l'identification visuelle du gouvernement du Québec et sa signature gouvernementale](#) et [Site du Programme d'identification visuelle du gouvernement du Québec \(guides, normes graphiques\)](#)

¹⁰ [Site du PIV et guides d'utilisation liés aux outils de communication utilisés](#)

¹¹ [Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes](#)

¹² <https://www.lesaffaires.com/dossier/continuer-a-faire-des-affaires-sous-la-loi-c-28/ce-qu-il-faut-savoir-sur-la-loi-c-28/574105>



11. ENREGISTREMENT DES RENCONTRES EN PRÉSENTIEL ET VIRTUELLES

Rencontres officielles

Lors de rencontres virtuelles, les personnes qui organisent la rencontre **doivent préalablement à l'enregistrement** demander aux participants, de façon non coercitive, s'ils ont une objection à ce que la rencontre soit enregistrée. Cette obligation existe même si certaines applications affichent automatiquement à l'écran une mention mentionnant que la rencontre est enregistrée. Exemple : TEAMS.

- Si une personne dans la réunion ne donne pas son consentement, la réunion ne peut alors être enregistrée.

Rencontres publiques

- La convocation officielle doit contenir une mention qui annonce que la rencontre sera enregistrée, énoncer clairement le motif de l'enregistrement ainsi que la durée de rétention de l'enregistrement (par exemple, l'enregistrement sera détruit dans les soixante-douze (72) heures suivant la rencontre et servira uniquement à compléter le compte-rendu de ladite rencontre et préciser qu'aucune personne ne sera identifiée dans le compte-rendu qui sera rendu public, s'il y a lieu.)

Il est fortement recommandé d'offrir une alternative à celles et ceux qui ne veulent pas être enregistré(e)s par exemple, soumettre la possibilité d'envoyer les questions/commentaires en téléphonant ou en écrivant à une personne désignée, offrir la possibilité d'être représenté par une tierce personne qui prendra la parole pour la personne qui désire conserver son anonymat.

Gabarit de message

Cette séance d'information publique sera enregistrée pour des fins de prises de note. Il n'y aura aucune reproduction/diffusion de la voix et de l'image, en partie ou en totalité. Cet enregistrement sera détruit (dans un délai de, à la suite de l'adoption de...)

12. ORGANISATION D'ÉVÉNEMENTS PROTOCOLAIRES

Lors de l'organisation d'événement impliquant la présence de dignitaires¹³, par exemple, ministres, députés, maires, préfets, le respect de certaines normes est nécessaire, notamment au niveau des préséances, des drapeaux (face à l'interlocuteur, le drapeau du Québec doit se trouver à sa gauche) et de l'ordre de la prise de parole. Vous devez communiquer avec la personne à la coordination des communications pour obtenir du soutien et de l'accompagnement.

13. QUALITÉ LINGUISTIQUE DU FRANÇAIS DANS LES COMMUNICATIONS ET RÉDACTION ÉPICÈNE

En tant qu'organisation du réseau public d'éducation, le CSSPO souhaite que les principes des règles linguistiques québécoises soient respectés, entre autres, celles de l'Office québécois de la langue française. Sur son site, l'Office propose deux grandes sections pouvant aider et faciliter la rédaction de certains termes et une autre liée aux espacements à mettre avant et après la ponctuation.

¹³ Gouvernement du Québec, procédures protocolaires

- **Grand dictionnaire terminologique** : <https://gdt.oqlf.gouv.qc.ca/>
- **Banque de dépannage linguistique**: <http://bdl.oqlf.gouv.qc.ca/bdl/>
- **Espacements avant et après les principaux signes de ponctuation et autres signes ou symboles** : http://bdl.oqlf.gouv.qc.ca/bdl/gabarit_bdl.asp?id=2039

Toute personne appelée à communiquer par écrit au nom du CSSPO est responsable de la qualité linguistique des communications de l'établissement et doit s'assurer de répondre à ces principes. Les documents publics officiels doivent être révisés et approuvés par la direction des communications en collaboration avec les directions impliquées; les communiqués de presse, les communications destinées aux médias et toutes les communications arborant le logo du CSSPO doivent être approuvés par le Service des communications avant d'être rendus publics

Politique relative à l'emploi et à la qualité de la langue française du CSSPO

Le CSSPO possède la politique 02-03-20 de Valorisation de la langue française. Pour la consulter : W/SEC GEN/informationpourtous/recueil de gestion/00 à 09 Renseignements généraux et vie corporative.

Rédaction épïcène

Le CSSPO adhère au principe d'inclusivité. C'est pourquoi la rédaction épïcène transparaît de plus en plus dans ses communications écrites et orales, laquelle privilégie une représentation équitable des femmes et des hommes. Du côté des stratégies de rédaction, on y retrouve la féminisation lexicale et syntaxique et les formulations neutres.

- La féminisation lexicale et syntaxique : usage de termes et de structures de phrase désignant des femmes (enseignante, directrice).
- Les formulations neutres : mots sans marque de genre (élève, secrétaire, quiconque, direction générale, parent).

Pour obtenir des conseils de rédaction et en savoir plus sur les stratégies de base de ce style d'écriture inclusif, nous vous invitons à consulter le *Guide pour la rédaction épïcène*, produit par la Fédération des centres de services scolaires du Québec.

Lien – Guide pour la rédaction épïcène

https://www.fcscq.quebec/upload/files/Publications%20FCSQ/Guide_redaction_epicene_VF.pdf

14. NÉTIQUETTE ET GESTION DES COMMENTAIRES – MÉDIA SOCIAUX

La Nétiquette est l'ensemble des conventions de bienséance régissant le comportement des internautes, notamment lors des échanges sur les médias sociaux, les forums ou par courrier électronique.

Vous trouverez en annexes, la Nétiquette et les procédures pour la gestion des commentaires sur les médias sociaux du CSSPO.

Annexe 1 - Nétiquette

Annexe 2 – Gestion des commentaires

15. LISTE DES ACRONYMES EN ÉDUCATION

Pour connaître les acronymes les plus courants du réseau de l'éducation, consultez l'annexe 3.

16. RÉVISION

La présente politique doit faire l'objet d'une révision à la suite de tout renouvellement du Plan d'engagement vers la réussite du CSSPO couvrant une période maximale de cinq (5) ans.

17. DATE D'ENTRÉE EN VIGUEUR

La présente politique entre en vigueur dès son adoption et remplace tout document existant.

DATE : 21 janvier 2014
8 mai 2023

SIGNATURE : _____



RÉSOLUTION (S) : C.C.-04-05-184 (réf.)
C.A.-22-23-099

ANNEXE 1 – NÉTIQUETTE

* Exemple de la Nétiquette du CSSPO

La Nétiquette est l'ensemble des conventions de bienséance régissant le comportement des internautes, notamment lors des échanges sur les médias sociaux, les forums ou par courrier électronique.

Le CSSPO est heureux de vous accueillir sur ses différentes plateformes Web et médias sociaux, afin de vous permettre de vous informer, de vous exprimer, d'échanger et de partager, sur des questions liées à l'éducation publique, ou de façon particulière, à son réseau.

Dans le but de préserver le caractère harmonieux de ces échanges, nous vous présentons ici la *NÉTIQUETTE** encadrant les conversations afin qu'elles demeurent respectueuses.

- Tous ceux et celles qui ont à cœur l'éducation publique sont les bienvenus. Le CSSPO accueille les commentaires des internautes, y compris les critiques, **pourvu que le ton demeure respectueux**.
- Ainsi, nous sommes toujours heureux d'accueillir vos réactions et commentaires en lien avec l'éducation publique, dans la mesure où ils ne sont pas indûment répétitifs.
- Chaque internaute est responsable de l'exactitude des affirmations diffusées.
- **Gestion des réponses aux commentaires** - Les commentaires sont lus et considérés, le plus rapidement possible, sans nécessairement faire l'objet d'une réponse.
- **Propos vulgaires** - La vulgarité n'est d'aucune façon tolérée. Le CSSPO se réserve le droit, au bénéfice de tous, de supprimer, sans préavis, les commentaires jugés offensants ou choquants.
- **Propos diffamatoires et haineux** - Les propos jugés diffamatoires, haineux, racistes, xénophobes, homophobes, sexistes ou disgracieux seront supprimés sans préavis.
- **Utilisation des majuscules** - Nous vous rappelons que l'utilisation des majuscules dans un message est considérée comme un cri. Ce même message sera tout aussi pertinent s'il est écrit en minuscules.
- **Droits d'auteur** - Les internautes qui versent des contenus sur les plateformes Web et les médias sociaux du CSSPO en sont responsables et doivent en être les auteurs ou propriétaires.
- Ceux et celles qui souhaitent verser un contenu qui ne leur appartient pas doivent respecter les droits d'auteurs qui s'y appliquent (indication de la source ou de l'auteur du document, mention des crédits dans le cas d'une photographie, etc.). Le CSSPO ne pourra être tenu responsable des interventions (versement de documents, vidéos et photos) qui contreviennent à la Loi sur le droit d'auteur ainsi qu'à la législation concernant la propriété intellectuelle.
- Les messages, photos ou vidéos traitant de sujets non pertinents, y compris de la promotion ou de la publicité, seront supprimés sans préavis.
- L'ajout d'hyperliens vers d'autres sites est autorisé, dans la mesure où le contenu se rapporte aux sujets abordés sur les différentes plateformes. Notez que le CSSPO n'est pas responsable du contenu de ces sites et se réserve le droit de supprimer tout lien jugé inapproprié.

En vue de favoriser un climat harmonieux, le CSSPO se réserve le droit de supprimer un commentaire, bannir un utilisateur ou même de modifier ces règles d'utilisation en tout temps et sans avertissement préalable.

ANNEXE 2 – GESTION DES COMMENTAIRES SUR LES MÉDIAS SOCIAUX

Mise en contexte

La présente politique de gestion de commentaires permet, en fonction de la nature des commentaires laissés par les internautes dans l'une ou l'autre des plateformes de médias sociaux, de gérer ces derniers. La politique et les schémas présentent les grands principes à respecter, mais n'éliminent en rien le jugement de l'animateur de communauté ni les situations de cas par cas.

Contenu

Tout contenu partagé dans les médias sociaux :

- Doit être de nature publique : il doit pouvoir être consulté par quiconque. Sauf en ce qui a trait aux groupes privés ou secrets ;
- Doit respecter les droits d'auteur qui s'y appliquent : indication de la source ou de l'auteur du document, mention des crédits dans le cas d'une photographie, etc.;
- Doit respecter les politiques en vigueur notamment :
 - La Politique de communication du CSSPO (08-10-20)
- Ne doit pas contenir de propos jugés diffamatoires, haineux, racistes, xénophobes, homophobes, sexistes, disgracieux, injurieux ;
- Ne doit pas contenir de prise de position controversée ;

Gestion des commentaires

Par sa présence dans les différents médias sociaux, le CSSPO accepte que des commentaires positifs ou négatifs se retrouvent sur ses plateformes dans le but d'ouvrir la porte à des échanges constructifs avec les internautes.

Considérations pour la gestion des commentaires dans les médias sociaux

Toutes les actions sont axées dans une perspective de « service client »

- **Ton et conversation** - Adopter un ton conversationnel tout en conservant un discours corporatif
- **Qualité de la langue** - S'assurer d'avoir une orthographe impeccable
- **Approbation à l'interne** - Lorsque nécessaire, faire approuver la réponse à l'interne et citer les sources au besoin
- **Respect** - Respecter les opinions des internautes, sans porter de jugement
- **Transparence** - s'identifier en tant que membre du personnel du CSSPO au besoin (par exemple lors d'une intervention hors plateformes) et inscrire ses initiales lorsque la réponse ne vient pas de l'animateur de communauté identifié
- **Politesse** - Par défaut, vouvoyer l'internaute à moins qu'ils n'emploient au départ le tutoiement. Éviter la familiarité

- **Accessibilité et rapidité d'intervention** - Écouter les internautes et répondre rapidement aux commentaires (voir l'échelle des délais proposés).
- **Concision** - Émettre des réponses claires et concises, afin de répondre aux règles d'écriture et d'échange de chaque plateforme sociale.
- **Partage** - Éviter l'autopromotion; partager des contenus intéressants à valeur ajoutée et participer aux conversations des internautes.
- **Redirection** - Les médias sociaux ne doivent pas être utilisés pour de longs échanges. Lorsqu'une deuxième réponse de la part du CSSPO n'est pas suffisante pour terminer l'échange, ou lorsqu'une information personnelle est demandée afin de régler une question, demander à l'internaute quelle est la meilleure façon de le rejoindre afin de régler la situation plus efficacement, en « one-on-one » (courriel, numéro de téléphone, etc.). Sinon lui demander de rejoindre le service compétent qui pourra lui répondre efficacement en fournissant une adresse courriel (ou un message direct sur Twitter). S'assurer que le suivi se fasse.

Schéma de gestion des commentaires – Analyse des commentaires

La section qui suit propose un processus d'analyse des commentaires selon leur nature, afin d'identifier les actions à prendre et le contenu de la réponse à offrir. **Ce schéma vise à épauler les personnes responsables des médias sociaux au sein du centre administratif et des établissements scolaires dans la gestion des commentaires, mais le processus proposé ne constitue pas une obligation en soi.** Ce processus est divisé en plusieurs rubriques :

- Contenu du commentaire
- Réponse : Est-ce qu'on offre une réponse au commentaire? Oui ou non. Dans les cas 1 et 2, une réponse n'est pas essentielle, lorsqu'il nous est impossible d'y offrir une valeur ajoutée ou lorsque le délai de réponse est dépassé. Dans ces cas uniquement, laisser filer sans offrir de réponse.
- Délai : Délai d'intervention suggéré. Dans une perspective 2.0, les délais sont beaucoup plus courts et il n'est pas recommandé de suivre uniquement les heures ouvrables pour traiter les demandes.
- Contenu de la réponse ou actions à prendre
- Exemples : les exemples de réponses proposés dans la section qui suit font souvent référence au sens commun et ne sont présents qu'à titre indicatif. Le tout aura soin de bonifier le tout au fil de ses expériences.

Voici les processus de gestion des commentaires¹⁴, en fonction de cette classification:

PROPOS POSITIF (1)

Contenu du commentaire	Exemple de commentaire	Réponse	Délai MAX	Contenu de la réponse ou actions à prendre	Exemple de réponse Facebook, YouTube	Exemple de réponse Twitter
Propos positif au sujet du CSSPO de ses activités ou d'un enjeu	« Bravo au CSSPO pour son salon sur la FP, une vraie réussite ! »	Oui	48 h	Partager, RT, J'aime		
		Oui	48 h	Remercier des bons commentaires, offrir plus d'information (valeur ajoutée), etc.	« Merci pour vos bons mots! Si vous souhaitez revivre le Salon, visionnez les vidéos versées sur YouTube (lien) »	« @mtremblay Merci pour ce commentaire positif. Suivez-nous pour les futurs développements en FP »
		Non	-	Laisser filer		

PROPOS NEUTRE (2)

Contenu du commentaire	Exemple de commentaire	Réponse	Délai MAX	Contenu de la réponse ou actions à prendre	Exemple de réponse Facebook, YouTube	Exemple de réponse Twitter
Information sur le CSSPO, ses activités ou un enjeu	« De façon générale nos élèves performant bien au Québec et les CSS font un bon travail »	Oui	48 h	Donner une valeur ajoutée au propos	« Vous avez raison, c'est également ce que révèlent les données PISA (lien), on peut être fiers de nos jeunes et des CSS »	« @mtremblay C'est bien vrai et même dans le monde comme le confirme les statistiques PISA lien »
		Non	-	Laisser filer	-	-

¹⁴ Inspiré du travail de l'Observatoire des médias sociaux en relations publiques de l'Université Laval de même que du schéma de la US Air Force.

QUESTION SPÉCIFIQUE (3)

Contenu du commentaire	Exemple de commentaire	Réponse	Délai MAX	Contenu de la réponse ou actions à prendre	Exemple de réponse Blogue, Facebook, YouTube	Exemple de réponse Twitter
Question spécifique sur le CSSPO, ses prises de position ou sur le monde de l'Éducation	« Les centres de services scolaires doivent comprendre que les écoles privées sont là pour rester »	Oui	24 h	Répondre à l'interrogation, référer au site Web corporatif ou à une vidéo sur YouTube.	« Vous avez raison, c'est pourquoi nous parlons du financement public des écoles privées, pour en savoir plus consultez l'infographie suivante (lien) »	« @mtremblay Pas de doute, mais on invite le gouvernement à tout le moins, à se questionner sur son financement public lien »

COMMENTAIRE NÉGATIF, PLAINTES, GESTION DE CRISE (4)

Dans ce cas précis, le délai d'intervention doit être le plus court possible afin de gérer la situation dans l'instantanéité.

Contenu du commentaire	Exemple de commentaire	Réponse	Délai MAX	Contenu de la réponse ou actions à prendre	Exemple de réponse Facebook, YouTube	Exemple de réponse Twitter
Commentaire négatif ou plainte au sujet du CSSPO, de ses activités ou d'un enjeu, ou propos susceptible de provoquer une « crise »	« La qualité de l'air est absolument défectueuse dans toutes les écoles. Et que dire des profs! Notre réseau d'éducation est de piètre qualité compte tenu des investissements qui y sont versés. Mieux vaudrait que toutes les écoles soient privées. »	Oui	1 h de la connaissance du commentaire	Dans l'heure, rétablir les faits exacts, rectifier la situation et proposer une solution sensée.	« Bonjour, je respecte votre point de vue, mais il a été établi par des experts que la qualité de l'air, pour la majorité des centres de services scolaires, respectait l'ancienne norme, laquelle n'était pas dangereuse pour la santé. Une nouvelle norme vient d'être établie par le gouvernement fédéral Aussi, ...! »	« @mtremblay Bonjour, pour avoir des faits probants et un résumé sur le dossier de la qualité de l'air dans les écoles, je vous invite à consulter la page web à ce propos sur le site de la Fédération des centres de services scolaires. En plus d'obtenir certaines données probantes, vous y trouverez une foire aux questions qui pourra sans doute répondre à la plupart de vos interrogations : lien »

Dans le cas des plaintes, le propos peut comporter des propos posés ou enragés. L'important est d'être en mesure d'identifier la source de l'insatisfaction de l'internaute. **Il est primordial de traiter les plaintes en priorité.**

Dans le cas d'un dossier chaud de relations publiques, effectuer les mêmes étapes que pour la gestion de crise (prévue dans le plan d'urgence du CSSPO).

La personne responsable des médias sociaux achemine l'information directement à la personne occupant le poste de coordonnateur aux communications pour que la situation soit prise en charge par la cellule de crise. La réponse doit être émise rapidement, car les médias sociaux ont un effet exponentiel si la situation n'est pas gérée dans des délais extrêmement courts (**moins de 1 h**).

PROPOS SANS LIEN, TROLL, PUBLICITÉ (5)

Contenu du commentaire	Exemples de commentaires	Réponse	Délai MAX	Contenu de la réponse ou actions à prendre	Exemple de réponse Facebook, YouTube	Exemple de réponse Twitter
Publicité tierce sur une plateforme, troll ou propos sans lien avec le CSSPO	<p>« Vous voulez perdre du poids? Consultez notre site au www.wl.com. »</p> <p>« Bull shit, le sport! Vive les solutions magiques. »</p>	Non	1 h	<p>Réagir instantanément.</p> <p>Effacer les propos UNIQUEMENT s'il s'agit d'insultes gratuites ou s'ils contiennent des propos diffamatoires. Les noter et en aviser la direction. Les usagers auteurs d'insultes seront bloqués sur les autres plateformes sociales du CSSPO.</p> <p>Si les propos sont tenus sur des plateformes externes du CSSPO, il est impossible d'effacer les propos. Les noter et en aviser la direction du Service des communications afin que les mesures appropriées soient prises.</p> <p>Supprimer la publicité, les propos provenant de trolls ou ceux qui n'ont aucun lien avec le CSSPO.</p> <p>Les usagers auteurs de trolls ou de publicité tierce seront bloqués sur les plateformes du CSSPO.</p>	-	-

ANNEXE 3 – LISTE DES ACRONYMES COURANTS EN ÉDUCATION

ADGSQ	Association des directions générales scolaires du Québec
AEP	Attestations d'études professionnelles
APEQ	Association provinciale des enseignantes et enseignants du Québec
AQCS	Association québécoise des cadres scolaires du Québec
AQCPE	Association québécoise des centres de la petite enfance
AQGS	Association québécoise de la garde scolaire
AVSEC	Animatrice et animateur à la vie spirituelle et communautaire
BIM	Banque d'Instruments de mesure
CA	Conseil d'administration
CCP	Comité consultatif du personnel
CCPS	Comité conjoint des politiques scolaires (Jeunes / ÉDA et FP)
CE	Conseil d'établissement
CÉA	Centre d'éducation des adultes
CFMSS	Certificat de formation à un métier semi-spécialisé
CFP	Centre de formation professionnelle
CFS	Conseillère et conseiller en formation scolaire
CGRÉ	Convention de gestion et de réussite éducative
CEHDAA	Comité consultatif d'enseignantes et d'enseignants pour les élèves handicapés ou en difficulté d'adaptation ou d'apprentissage
CEMEQ	Centre d'élaboration des moyens d'enseignement
CP	Conseillère et conseiller pédagogique
CPEPE	Comité de participation des enseignants aux politiques de l'école
CTREQ	Centre de transfert pour la réussite éducative
CG	Conseil général
CNESST	Commission des normes, de l'équité, de la santé et de la sécurité du travail
CO	Conseillère et conseiller en orientation
CPMT	Commission des partenaires du marché du travail
CP	Comité de perfectionnement
CPC	Comité de participation du centre
CQSEPE	Conseil québécois des services éducatifs à la petite enfance
CSE	Conseil supérieur de l'éducation
CSQ	Centrale des syndicats du Québec
DEP	Diplôme d'études professionnelles
DES	Diplôme d'études secondaires
EAV-EVB	Éducation pour un avenir viable – Établissements verts Brundtland
ÉBP	Élève avec des besoins particuliers
ÉDA	Éducation des adultes
ÉHDAA	Élève handicapé ou en difficulté d'adaptation ou d'apprentissage
FAE	Fédération autonome de l'enseignement
FCPQ	Fédération des comités de parents du Québec
FCSSQ	Fédération des centres de services scolaires du Québec
FGA	Formation générale des adultes
FGJ	Formation générale des jeunes
FNEEQ	Fédération nationale des enseignantes et des enseignants du Québec (CSN)
FP	Formation professionnelle

FPSS	Fédération du personnel de soutien scolaire
FPT	Formation professionnelle et technique
FQR	Formation Québec en réseau (consortium des centres de services scolaires pour les services aux entreprises)
FQDPE	Fédération québécoise des directions d'établissement d'enseignement
FSE	Fédération des syndicats de l'enseignement (CSQ)
ICÉA	Institut de coopération pour l'éducation des adultes
ITA	Institut des troubles d'apprentissage
LATMP	Loi sur les accidents du travail et les maladies professionnelles
LIP	Loi sur l'instruction publique
LNT	Loi sur les normes du travail
LSST	Loi sur la santé et la sécurité du travail
MEQ	Ministère de l'Éducation du Québec
MFQ	Ministère des Finances du Québec
MSSS	Ministère de la Santé et des Services sociaux
MTESS	Ministre du Travail, de l'Emploi et de la Solidarité sociale
OPEQ	Ordinateurs pour les écoles du Québec
OPE	Ordinateurs pour les écoles (programme fédéral)
OPP	Organisme de participation des parents
PAE	Programme d'aide aux employés
PEVR	Plan d'engagement vers la réussite
PI	Plan d'intervention
QAI	Qualité de l'air intérieur
RAC	Reconnaissance des acquis et des compétences
RÉCIT	Réseau pour le développement des compétences par l'intégration des technologies
SARCA	Services d'accueil, de référence, de conseil et d'accompagnement
SOFAD	Société de formation à distance des centres de services et des commissions scolaires du Québec
TAS	Technicienne et technicien en aide sociale
TDA-H	Trouble déficitaire de l'attention avec ou sans hyperactivité
TES	Technicienne et technicien en éducation spécialisée
TI	Technologies de l'information
TRÉAQ	Table des responsables de l'éducation des adultes du Québec
TS	Travailleuses et travailleurs sociaux
TSA	Trouble du spectre de l'autisme