



## LE COMMUNICATEUR

### À la santé de notre bulletin !

C'est avec fierté que la Fédération nationale des conseils scolaires francophones lance la toute première édition de son bulletin destiné à chacun de vous, responsables de communication, directeurs généraux et présidents des conseils scolaires. Le concept de ce bulletin nous permettra de réfléchir sur les grands enjeux qui peuvent avoir une incidence sur les communications en contexte scolaire francophone, de vous donner accès à des outils utiles et de mettre en lumière les bonnes pratiques à travers le pays. Ce bulletin, produit avec la collaboration de l'Association canadienne des agents de communication en éducation (ACACÉ) et diffusé trois fois par année, doit porter fièrement nos couleurs. Voilà un moyen de nous lier et de nous rallier à travers les défis qui nous occupent. Il n'en tient qu'à chacun de nous de devenir *Le Communicateur* de l'heure!

*Roger Paul, directeur général, FNCSF*

## Engagement et mobilisation au cœur de notre profession

*Retour sur le congrès de l'ACACÉ*

*Les 26, 27 et 28 septembre derniers s'est tenu le congrès annuel de l'ACACÉ dans le magnifique décor de la ville de Banff, en Alberta. Le congrès 2010 nous a fait réaliser à quel point la mobilisation et l'engagement sont au cœur de notre profession. Voici quelques réflexions tirées de ces échanges.*

### CRÉER UNE BONNE DYNAMIQUE D'ORGANISATION

Pour que tous se sentent au cœur du projet de l'organisation, il est essentiel de communiquer régulièrement. Planifier les communications en ayant en tête la mission et la vision, véhiculer les valeurs de votre organisation et montrer les initiatives à l'interne et vous contribuerez à créer une bonne dynamique. Soyez à l'écoute de vos collègues, notez ce qui les motive et ce qui les laisse songeur et mettez cela en lien avec les objectifs de votre conseil scolaire.

Vous communiquerez ainsi de manière plus efficace, tout en mobilisant.

### RAYONNER DE PLEINS FEUX

Faire comprendre le projet de notre organisation aux parents et à la communauté, c'est démontrer en quoi notre organisation se distingue et en quoi elle excelle. Au-delà du marketing, la communication publique est surtout un moyen de tisser des liens avec la communauté et de démontrer en quoi notre organisation est une valeur ajoutée. Rayonner, c'est donc aussi établir un lien de confiance avec le milieu.

### COMMUNIQUER, MOBILISER, ENGAGER

Par la communication, nous animons la vie de notre organisation, transmettons ses visées, répondons aux interrogations de nos collègues et mobilisons tous les acteurs pour créer un milieu de vie dynamique pour les élèves et tout le personnel.

### La nétiquette... vous connaissez ?

*Netiquette : règles de communication qui régissent la correspondance sur Internet. Voici le premier d'une série de trucs pour vous permettre de mieux communiquer.*

L'**introduction** doit être courte et brève... sans être sèche. De plus, lorsque l'on écrit plus d'une fois à un contact dans la même journée, on le salue dans notre premier courriel et on ne fait que mentionner son nom ou son prénom dans les suivants.

C'est comme dans la vie de tous les jours, on ne dit pas « bonjour » à toutes les fois que l'on parle à quelqu'un.



## Optimiser la mobilisation et l'efficacité de vos réunions

*Les réunions peuvent être un excellent moyen pour mobiliser son équipe, communiquer les objectifs d'un projet et réunir les commentaires des membres d'une équipe, mais encore faut-il qu'elles soient bien préparées et organisées. Voici quelques trucs pour optimiser la mobilisation et l'efficacité de vos réunions.*

### LES QUATRE MOTS À AVOIR EN TÊTE

Préparation, durée, participation et suivi : tels sont les quatre mots clés pour que vos rencontres atteignent des sommets d'efficacité et de mobilisation.

#### Préparation

Avant d'annoncer une rencontre, fixez ses objectifs, élaborer un ordre du jour en conséquence et regroupez les documents pertinents.

Lors de la convocation, invitez seulement les personnes ayant un intérêt aux sujets abordés. Vous pouvez même inviter certains intervenants à se joindre à un moment précis de la rencontre afin d'éviter d'avoir des participants passifs.

#### Durée

Plus une rencontre est longue, plus les participants sont fatigués et moins la réunion est productive. Ainsi pour chaque point abordé, faites une rapide mise en contexte et passez au cœur du sujet. Si votre ordre du jour est trop long, proposez deux courtes rencontres au lieu d'une seule.

#### Participation

Offrez à vos collègues de présenter certains points de l'ordre du jour sur lesquels ils travaillent. Cette alternance de présentateur apportera une nouvelle dynamique et aidera à conserver l'attention des participants.

#### Suivi

À la fin de la rencontre, faites une synthèse des tâches à accomplir, des responsables de suivis et des dates de tombée. Mandatez un membre de l'équipe afin de produire un court document qui regroupe les éléments clés et fixez un moment pour la prochaine réunion. Envoyez ensuite ce document à tous les participants.

Bonne réunion !

## Trucs et astuces de rédaction

Dans quel contexte le mot « définitivement » est-il utilisé correctement ?

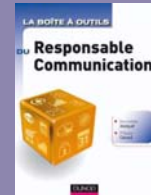
- A) Il m'a définitivement remis ce document.
- B) Ces documents ont été détruits définitivement.

Le mot « définitivement » signifie pour toujours, une fois pour toute. Il nous arrive cependant de l'utiliser en lui donnant le sens de « sans aucun doute », comme dans l'exemple A). Cette utilisation est un anglicisme. Les termes adéquats pour traduire cette idée sont plutôt « assurément » ou « certainement ». La réponse est donc B).

Corrigeons définitivement cette erreur commune !

## POUR SE RESSOURCER...

L'ouvrage « La Boîte à outils du Responsable Communication » de Philippe Gérard et Bernadette Jézéquel comprend 55 outils et méthodes indispensables à toute personne travaillant dans la communication d'une entreprise.



Philippe Gérard,  
Bernadette Jézéquel

Collection : La Boîte  
à Outils, Dunod

2008 - 192 pages

EAN13:9782100508310

## CÉLÉBRONS LES BONNES PRATIQUES DE NOTRE RÉSEAU !

Saviez-vous que Claire Francoeur, directrice des communications et du marketing au Conseil scolaire de district du Centre-Sud-Ouest de l'Ontario a piloté avec succès un projet d'élaboration de directives et d'une politique de commandites pour son conseil. Pour en savoir plus : [francoeurc@csdcso.on.ca](mailto:francoeurc@csdcso.on.ca)

## INSPIRONS-NOUS DES PRATIQUES D'UN AUTRE MILIEU...

Le milieu de la santé instaure un cours de base en communication à l'intention des médecins : [www.phac-aspc.gc.ca](http://www.phac-aspc.gc.ca)

## POUR SE RÉSEAUTER

Vous trouverez d'ici peu sur le site [fncsf.ca](http://fncsf.ca) la liste de tous les communicateurs des conseils scolaires francophones ainsi que leurs coordonnées.

## CONTRIBUEZ À NOTRE BULLETIN

Soumettez vos suggestions et vos idées à l'adresse [info@fncsf.ca](mailto:info@fncsf.ca). Une belle façon de donner une voix à nos préoccupations et de faire converger nos efforts de communication...