



LE COMMUNICATEUR

PRINTEMPS 2011

À l'écoute de notre communauté!

Voici le 2^e numéro du *Communicateur*, qui s'adresse aux communicateurs des conseils scolaires francophones du Canada. Cet outil vise deux grands objectifs : 1) aider à tisser des liens entre nous et à briser l'isolement, et 2) fournir des moyens simples et pratiques pour nous aider dans notre travail de communication.

Suite au sondage que nous avons effectué auprès de vous (voir p.2), vous constaterez que les prochains numéros traiteront de sujets que vous avez suggérés.

Ce bulletin est le vôtre. Envoyez-nous de courts articles. Pour vous simplifier la vie, recyclez un texte que vous avez déjà écrit!

Continuez à nous envoyer vos opinions. C'est en vous écoutant et en ajustant *Le Communicateur* à vos intérêts et besoins que nous le maintiendrons pertinent.

Le comité éditorial.



Denise Lavallée



Simon Vinet



Richard Landry

La stratégie de communication : une nécessité

En octobre 2010, au congrès de la FNCSEF à Saskatoon, Simon Vinet, ancien président de l'ACACÉ et directeur des communications au Conseil de district scolaire de l'Est ontarien, faisait une présentation sur la communication avec nos publics à l'interne et à l'externe.

Selon M. Vinet, il est important d'établir de **bonnes stratégies de communication** pour rejoindre nos publics, qu'ils soient internes ou externes, et il est **important de bien les connaître et les cibler** selon nos objectifs de communication. Avec la génération APP ou web, les façons de communiquer avec les jeunes changent. C'est par les **médias sociaux** que l'on peut le mieux les rejoindre et il faut en tenir compte dans nos stratégies.

En outre, les **parents de nos élèves ont beaucoup en commun avec ceux-ci, plus que toutes les générations précédentes!** Il faut utiliser nous-mêmes leurs outils de communications. Ce sont les jeunes, élèves et parents, qui déterminent les tendances de la nouvelle culture des communications.

Les stratégies pour rejoindre nos publics peuvent être très diverses. Il nous faut d'abord effectuer une **recherche sur nos publics**, puis élaborer un **plan de communication annuel**, le mettre en œuvre, puis l'évaluer en fonction des objectifs préétablis, qui doivent être spécifiques, mesurables, atteignables, raisonnables, et temporellement définis (SMART).

Notre plan de communication devra aussi comporter des **messages** qui seront véhiculés de façon constante par une variété de **moyens**. On appelle souvent « marketing mix » cet ensemble de décisions relatives au produit, au prix, au placement (distribution) et à la promotion d'un produit ou d'un service (les « 4P »).

L'Association canadienne des agents de communication en éducation (ACACÉ) offre des **modèles de plans de communication** à ses membres. Pour devenir membre de l'ACACÉ : <http://www.cace-acace.org>.

Pour plus de détails :

Simon Vinet vinesi@csdceo.on.ca

Les médias sociaux - On ne peut y échapper

Facebook, Twitter, blogues et autres médias sociaux sont de plus en plus présents dans nos vies, et en particulier dans celles des jeunes. Nos publics cibles - les élèves, leurs parents, les enseignants, tout le monde en somme - peuvent être adeptes de ces médias. Ceux-ci constituent donc dorénavant des forums et des moyens de communication que nous ne pouvons plus ignorer.

Comme communicateurs, nous devons apprendre à les connaître (on pourrait dire « apprivoiser » dans certains cas), à les inclure dans nos stratégies de communication comme moyens très puissants de rejoindre nos publics cibles et à les utiliser à bon escient, quitte à trouver ou à développer des outils pour en mesurer l'efficacité dans la réalisation de nos stratégies.



Vous nous avez dit...

Suite à la parution du 1er numéro du Communicateur en automne dernier, le comité du bulletin a jugé utile de sonder les opinions de ses lecteurs principaux, soit les responsables des communications des conseils scolaires francophones et acadiens du Canada. Le comité a reçu de vous des commentaires et suggestions des plus intéressants. En voici un résumé.

1. Qu'aimeriez-vous voir dans Le Communicateur?

- Gabarits pour des plans de communications externes et internes
- Succès ou exemples de pratiques concrètes des autres conseils et autres organismes ou secteurs
- Exemples de plans de communication pour une variété de situations (p. ex. relations avec les écoles, promotion du conseil, reconnaissance du personnel, communications internes).

2. Quels thèmes ou sujets devraient y être abordés?

- Médias sociaux, sites web, nétiquette et politique sur l'usage de ces médias
- Communication dans un milieu rural vs urbain
- Pistes de collaboration à explorer
- Comment rejoindre les ayants droit et les non ayants droit, fidéliser nos élèves du secondaire

- La communication interne
- Les couleurs et leur signification
- Comment écrire de bons articles.

3. Quels outils ou trucs concrets aimeriez-vous y retrouver?

- Gabarits pour différents documents, messages clés standard
- Réseau de distribution d'information
- Trucs pour campagnes médiatiques
- Comment créer des outils efficaces tels que dépliant, lettre circulaire, rapport annuel
- Comment choisir ou concevoir un bon logo
- Listes de compagnies, agences de publicité, graphistes qui puissent concevoir de bons logos, des sites web de qualité
- Liens à des sites web intéressants et à des suggestions de ressources (livres)
- Accès à une banque de mots ou de phrases clés à utiliser dans nos communications
- Occasions de perfectionnement professionnel, colloques, conférences, ateliers.

4. Aimerez-vous lire de très courts témoignages sur des expériences réussies par certains de vos collègues et seriez-vous disposés à fournir de tels témoignages dans ce bulletin?

- Un « oui » unanime
- Témoignages sur les thèmes et sujets énumérés ci-dessus.

Trucs et conseils

Conseils tirés de la présentation de Simon Vinet (p. 1) :

« La clé d'une bonne communication à l'externe est d'avoir une excellente communication à l'interne. »

« On ne peut avoir la même stratégie pour toutes nos régions, ou pour tous nos publics. »

Familiarisons-nous avec le langage des réseaux sociaux (ici des termes utilisés dans Twitter):

- *hashtag* = mot-clic
- *follower* = abonné
- *tweet* = gazouillis

DE BONNES IDÉES...

UN JEU-QUESTIONNAIRE

Le Conseil scolaire acadien provincial (CSAP) de la Nouvelle-Écosse a créé sur son site web un intéressant petit jeu-questionnaire à l'occasion de la *Semaine de promotion de l'éducation acadienne et francophone* en Nouvelle-Écosse. À la fin du quiz on peut participer à un tirage pour un prix de participation. On peut voir ce jeu au :

<http://csap.ednet.ns.ca/quiz2.php>

PROCHAIN CONGRÈS DE L'ACACÉ

L'Association canadienne des agents de communication en éducation tiendra son prochain congrès du 2 au 4 octobre 2011 à Halifax, en Nouvelle-Écosse et aura pour thème « Innovation ».

Pour plus de détails,

<http://www.caca-acacs.org>



DES QUESTIONS SUR L'USAGE CORRECT DU FRANÇAIS?

Vous trouverez des outils gratuits intéressants sur ce site :

<http://www.loglanque.com>

L'outil terminologique Termium, du Bureau de la traduction du gouvernement fédéral, est disponible gratuitement :

<http://www.termiumplus.gc.ca>

POUR SE RÉSEAUTER

Vous trouverez sur le site fnscf.ca/frnswaw la liste de tous les communicateurs des conseils scolaires francophones ainsi que leurs coordonnées.

CONTRIBUEZ À CE BULLETIN

Soumettez vos suggestions, vos textes et vos idées à l'adresse info@fnscf.ca. Voilà une belle façon de donner une voix à nos communications...