



## Politique

**N°2104**

Domaine : Finances

En vigueur : Le 24 juin 2008

Révisée le :

### DÉPENSES PUBLICITAIRES

#### 1. PRÉAMBULE

**Attendu que** les annonces publicitaires sont essentielles pour informer et sensibiliser la communauté scolaire en matière des programmes, services, événements et activités du Conseil;

**Il est résolu que** le Conseil scolaire catholique de district des Grandes Rivières adopte une politique qui précise clairement l'utilisation appropriée de la publicité afin de maximiser les ressources dont il dispose.

#### 2. ÉNONCÉS

- 2.1 Le Conseil approuve, annuellement, le Plan de communication qui identifie les priorités et les projets en matière de dépenses publicitaires.
- 2.2 Le Conseil identifie, annuellement, une enveloppe budgétaire pour les dépenses publicitaires.
- 2.3 Le choix des fournisseurs parmi les médias de publicité se fait selon les modalités de la politique d'achats du Conseil.
  - 2.3.1 Des exceptions peuvent se faire au niveau du placement des annonces publicitaires afin de cibler le moyen le plus efficace de répondre aux besoins de la campagne publicitaire.
- 2.4 La direction de l'éducation ou la personne désignée doit, au préalable, approuver toute annonce publicitaire.

#### 3. DÉPENSES PUBLICITAIRES APPROPRIÉES

- 3.1 Le Conseil autorise des dépenses publicitaires dans les domaines suivants :

- 3.1.1 les renseignements en matière de l'inscription à l'école;
- 3.1.2 les programmes offerts par le Conseil et ses écoles;
- 3.1.3 les activités parascolaires;
- 3.1.4 les consultations publiques;
- 3.1.5 les nouvelles d'importance au sujet du Conseil (réunions, etc.);
- 3.1.6 les perspectives d'emploi;
- 3.1.7 les appels d'offres et les demandes de propositions;
- 3.1.8 les rapports publics du Conseil;
- 3.1.9 les renseignements aux détenteurs de droits d'éducation catholique de langue française sur leurs droits constitutionnels et sur la disponibilité de l'éducation catholique de langue française dans leur collectivité;
- 3.1.10 les articles promotionnels;
- 3.1.11 tout autre domaine qu'il juge approprié.

#### **4. PLAN DE COMMUNICATION**

- 4.1 Le Plan de communication souligne les projets dans l'année à suivre et présente un budget pour l'ensemble des dépenses publicitaires effectuées dans le cadre des opérations normales du Conseil.

#### **5. DÉPENSES EXCEPTIONNELLES**

- 5.1 Toute dépense publicitaire effectuée à l'extérieur des modalités du Plan de communication et de l'enveloppe fiscale identifiée doit, au préalable, être approuvée par le Conseil.

#### **6. MÉTHODE DE SUIVI**

- 6.1 La direction de l'éducation, ou sa personne déléguée, doit, à tous les quatre ans, faire un rapport au Conseil sur la mise en oeuvre de cette politique.
- 6.2 Le rapport contiendra les points suivants :
  - 6.2.1 les défis occasionnés dans la mise en oeuvre de cette politique;
  - 6.2.2 les recommandations suggérées afin d'améliorer cette politique.