



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.