

**POLITIQUE DE COMMUNICATION  
DU COMITÉ DE GESTION DE LA TAXE SCOLAIRE DE L'ÎLE DE  
MONTRÉAL**

*(Adoptée le 16 décembre 2004 par la résolution 19 par le Comité de gestion de la taxe scolaire de l'île de Montréal)*

**1. PRÉAMBULE**

- 1.1 Succédant en 2003 au Conseil scolaire de l'île de Montréal créé en 1972 en vertu de la Loi pour favoriser le développement scolaire dans l'île de Montréal (1972, c. 60), le Comité de gestion de la taxe scolaire de l'île de Montréal (Comité de gestion) est mandaté pour fixer le taux de la taxe scolaire sur le territoire des commissions scolaires de l'île de Montréal, la percevoir et en répartir le produit et les revenus de placement suivant les termes de la Loi. Il offre en outre des services financiers, administratifs et techniques aux commissions scolaires de l'île de Montréal après entente.
- 1.2 Le préambule fait partie de la présente politique.

**2. PRINCIPES DIRECTEURS**

- 2.1 La présente politique doit encadrer toutes les activités de communication du Comité de gestion, soit toutes les activités permettant de rejoindre l'un ou l'autre de ses différents publics.
- 2.2 La politique de communication du Comité de gestion est un outil au service de la promotion de sa mission et de son expertise, un outil stratégique à sa disposition dans la mise en œuvre de sa vision, ses orientations, ses priorités et ses objectifs. À ce titre, le Comité de gestion considère la communication comme une partie intégrante de son modèle de gestion.
- 2.3 Par cette politique de communication, le Comité de gestion reconnaît sa responsabilité de diffuser l'information relative à ses orientations, ses réalisations et ses interventions selon les mécanismes prévus à cet effet.
- 2.4 La politique de communication précise les responsabilités des différentes instances en matière de communication et favorise un climat ouvert entre les différents partenaires.

### **3. OBJECTIFS GÉNÉRAUX**

- 3.1 Définir des principes et des pratiques de communication adaptés aux besoins, à la réalité et aux objectifs du Comité de gestion.
- 3.2 Préciser les responsabilités politiques et administratives en matière de communication.
- 3.3 Consolider l'image de marque du Comité de gestion.
- 3.4 Faire mieux connaître, à ses différents publics, les orientations, les actions, les prises de position et les réalisations du Comité de gestion.
- 3.5 Favoriser un sentiment d'appartenance et de solidarité.

### **4. LES PUBLICS**

- 4.1 Le Comité de gestion cible les publics suivants afin de s'assurer de l'atteinte de ses objectifs de communication.

#### 4.1.1 Les publics internes

- Les membres et substituts du Comité de gestion
- Le personnel du Comité de gestion

#### 4.1.2 Les publics externes

- Les commissaires, le personnel des directions générales et les employés des commissions scolaires de l'île de Montréal
- Les contribuables et la population montréalaise en général
- Les médias écrits et électroniques, locaux, régionaux et nationaux
- Les organismes financiers et les partenaires du secteur privé
- Le ministère de l'Éducation et sa direction régionale
- Les commissions scolaires de l'extérieur de l'île de Montréal
- Les instances politiques municipales, régionales et provinciales

### **5. RÔLES ET RESPONSABILITÉS**

- 5.1 Le Comité de gestion est susceptible de diffuser de l'information de deux ordres : de l'information d'ordre politique et de l'information d'ordre administratif. L'existence de ces deux types d'information implique des sources d'information différentes et la responsabilité, pour les instances politique et administrative, de collaborer étroitement de façon à assurer la diffusion de messages clairs et univoques.

#### 5.1.1 Présidence du Comité de gestion

La présidente ou le président du Comité de gestion est le porte-parole officiel pour toutes les interventions à caractère politique. À l'occasion, la présidente ou le président peut se faire remplacer par un autre membre du Comité de gestion.

#### 5.1.2 Direction générale

La directrice générale ou le directeur général est le porte-parole officiel du Comité de gestion pour toutes les questions d'ordre administratif. Dans certains cas, la directrice générale ou le directeur général peut se faire remplacer par une ou un gestionnaire ou par la personne responsable des relations publiques ou d'un dossier en particulier.

#### 5.1.3 Administration

- a) À titre de porte-parole occasionnels, sous l'autorité de la directrice générale ou du directeur général, les personnes désignées sont autorisées à fournir aux médias des informations relatives à leur champ de responsabilité. Ces interventions doivent en tout temps être coordonnées par la Direction générale ou le Bureau des relations publiques.
- b) Les gestionnaires soutiennent également le Bureau des relations publiques en lui fournissant l'information nécessaire à la réalisation de ses objectifs communicationnels.

#### 5.1.4 Bureau des relations publiques

- a) L'ensemble des activités de communication est sous la responsabilité du Bureau des relations publiques. Celui-ci joue un rôle conseil auprès de la présidence, de la direction générale et de l'administration et veille à ce que les activités de communication soient en conformité avec la présente politique. Il produit un plan de communication.
- b) Le Bureau des relations publiques est responsable de préparer et de diffuser auprès des différents publics du Comité de gestion toute information générale ou pertinente aux décisions, aux réalisations ou aux prises de position de l'organisme.
- c) La personne en charge du Bureau des relations publiques agit comme relationniste du Comité de gestion auprès des médias écrits et électroniques. Elle reçoit les demandes des journalistes, les achemine vers les porte-parole désignés et a la responsabilité de les outiller.

- d) Le Bureau des relations publiques veille à l'application des normes graphiques et des normes d'édition et de diffusion en conformité avec la politique de publication du Comité de gestion.

## **6. STRATÉGIE ET MOYENS D'ACTION**

- 6.1 La Direction générale est responsable de voir à l'élaboration des objectifs de communication en concordance avec les priorités et les objectifs généraux.

### 6.1.1 Plan de communication

Le Bureau des relations publiques prépare et met à jour un plan de communication en conformité avec les priorités et les objectifs adoptés par le Comité de gestion.

### 6.1.2 Gestion de crise

- a) Une situation de crise est par définition imprévisible; il s'agit généralement d'événements hors du commun posant un risque pour la santé, un risque financier, un risque opérationnel ou un risque pour l'image de l'organisation. La crise peut être interne ou externe.
- b) En cas de situation de crise, la présidente ou le président et la directrice générale ou le directeur général doivent en être informés prioritairement, dans les plus brefs délais. La directrice générale ou le directeur général réunit alors l'équipe de gestion de crise. Cette équipe est composée de la directrice générale ou du directeur général, de la personne qui la ou le remplace en son absence et de la personne en charge du Bureau des relations publiques. Toute autre personne impliquée dans la situation peut être invitée par la directrice générale ou le directeur général à se joindre à l'équipe de gestion de crise.
- c) L'équipe de gestion de crise prépare un plan de communication dont l'objectif est d'assurer la transparence, de diffuser l'information pertinente et d'assurer les meilleurs liens possibles avec les représentants des médias pour prévenir toute diffusion d'information erronée ou susceptible d'envenimer la situation.

- d) La directrice générale ou le directeur général valide la stratégie retenue auprès du porte-parole officiel qui est soutenu par l'équipe de gestion de crise dans la préparation de toute intervention publique.
- e) La directrice générale ou le directeur général fait rapport au Comité de gestion des gestes posés dans le cadre de l'article 6.1.2 à la première séance du Comité de gestion suivant le début de la situation de crise.

## **7. REMPLACEMENT ET ENTRÉE EN VIGUEUR**

- 7.1 La présente politique remplace, à compter de cette date, la Politique de communication du Conseil scolaire de l'île de Montréal adoptée le 21 juin 2001.
- 7.2 La présente politique entre en vigueur le jour de son adoption.