

## Rapport – Service des Relations publiques

Rencontre publique du Conseil d'administration  
Stratégie régionale : présence dans les festivals

### I. Mise en contexte

Dans le cadre de sa stratégie régionale de promotion, le Conseil scolaire francophone de la Colombie-Britannique (CSF) a choisi cette année de participer activement à divers festivals régionaux. Cette décision stratégique s'inscrit dans une démarche de proximité et représente une excellente occasion de connecter avec les communautés locales et de promouvoir l'éducation francophone. En participant à ces événements, le CSF vise à augmenter sa visibilité et sa notoriété auprès des familles, ainsi qu'auprès de la communauté de chaque région.

Cette initiative se développe en collaboration avec les communautés-écoles, dans les régions où des festivités sont propices à l'accueil du CSF et comporte plusieurs objectifs.

#### Objectifs de communication

- Contribuer à la notoriété et à la visibilité du CSF dans des régions spécifiques
- Augmenter la visibilité de chaque école dans sa communauté et dans sa région
- Accroître le nombre de répondants au formulaire de pré-inscriptions à la maternelle
- Solidifier les liens entre les écoles du CSF et la communauté locale

#### Indicateurs de performance clés

- Nombre de discussions avec des familles lors des festivals
- Nombre de pré-inscription à la maternelle (nouveau formulaire)
- Nombre de *scans* du code QR vers le site d'inscription des écoles

#### Cibles

Type de cible	Cible	Objectif de ciblage
<b>Cible principale (cible influente)</b>	Parents, hommes-femmes, entre 25 et 55 ans	Notoriété du CSF et de ses écoles et visibilité communautaire
<b>Cœur de cible (cible décisionnaire)</b>	Parents d'élèves en âge d'aller en maternelle, hommes-femmes, ayants droit, entre 25 et 55 ans	Notoriété du CSF et de ses écoles et inscription directe en maternelle
<b>Cible périphérique (cible influente)</b>	Grands-parents 55 ans et plus	Notoriété du CSF et de ses écoles et visibilité communautaire

## II. Stratégie choisie

La participation du CSF aux festivals régionaux s'intègre dans une stratégie dynamique visant à renforcer la visibilité de l'éducation francophone en Colombie-Britannique.

Cette année, le service des Relations publiques a décidé de participer à plus de festivals par rapport à l'année scolaire 2022-2023 afin de renforcer sa présence dans la province. Afin d'optimiser les coûts liés à cette démarche, l'équipe des relations publiques a exploré toutes les options possibles et a décidé de participer à de nouveaux festivals mais aussi de poursuivre les partenariats déjà établis avec certaines communautés-écoles.

Pour l'année scolaire 2023-2024, le CSF vise une présence lors des festivals suivants :

FESTIVAL	DATE	ÉCOLE	RÉGION	STATUT
Vancouver Pride Parade	6 août	N/A	Grand Vancouver	Confirmé - Passé
FrancoFun	3-4 fév.	Franco-nord	Nord de la C.-B.	Confirmé – à venir
Sucre d'érable	23-25 fév.	Océane	Nord de l'île	Confirmé – à venir
Festival du Bois	8-9-10 mar.	Pionniers-de-Maillardville	Valley du Fraser	Confirmé – à venir
Festival du cinéma francophone	Fév. – Mar.	N/A	Grand Vancouver Valley du Fraser Côte Sud de la C.-B.	En attente
Festival De l'érable	25-28 avr.	Anse-au-sable	Sud-Est de la C.-B.	En attente
Vancouver Children's Festival	1-2 juin	N/A	Grand Vancouver	En attente
Festival d'été de Vancouver	juin	N/A	Grand Vancouver	En attente
Duncan Summer festival	juin	Cascades	Sud de l'île	En attente
Rendez-vous Victoria	À venir	Victor-Brodeur Beausoleil	Sud de l'île	En attente

Ces festivals régionaux peuvent prendre différentes formes, impactant les outils de communication utilisés et la façon dont le CSF fait la promotion de ses écoles.

Ultimement, plusieurs solutions sont étudiées, planifiées et appliquées lors de chaque événement.

Par exemple, pour le Festival du Bois, à la différence de l'année précédente, le CSF envisage d'être présent dans la tente principale aux côtés des autres partenaires communautaires pour bénéficier d'une meilleure visibilité auprès des familles.

De manière générale, lors de ces festivals, à des fins de promotion, les écoles concernées et le service des Relations publiques mettront l'accent sur les éléments suivants :

- 1- Le déploiement de la campagne de pré-inscriptions pour les enfants de 0 à 4 ans : le formulaire sera facilement accessible par les familles intéressées au travers de codes QR et les intervenant·e·s présent·e·s guideront les parents potentiels à remplir le formulaire de pré-inscription.
- 2- Les inscriptions en maternelle et dans les autres niveaux : les dialogues avec les familles seront adaptés selon leurs besoins, leur lieu de résidence et l'âge de leurs enfants.

Enfin, afin de promouvoir une identité visuelle dynamique et impactante, plusieurs outils de communication seront utilisés lors des festivals et permettront au CSF de diffuser les informations d'inscriptions aux publics cibles.

L'ensemble des initiatives de promotion prévues au niveau régional sont disponibles dans le rapport « [Campagne de promotion provinciale, régionale, locale](#) » précédemment présenté.

### **III. Budget**

La participation aux festivals régionaux n'entraîne pas de dépenses spécifiques à prévoir par le service des Relations publiques. Les coûts engendrés par la participation à chaque événement varient selon la région et la portée du festival. Pour certains événements, notre participation est gratuite, tandis que pour d'autres, un montant de participation est demandé par les organisateurs·trices.

Certains frais comme les dépenses de déplacement ou les commandes d'objets promotionnels, qui sont déjà compris dans le budget prévu par le service des Relations publiques, seront tout de même déboursés pour soutenir cette démarche.

### **IV. Publications les plus performantes sur les plateformes sociales depuis la dernière rencontre publique du Conseil d'administration**

La performance d'une publication est évaluée par le nombre de vues et le taux d'engagement obtenus.

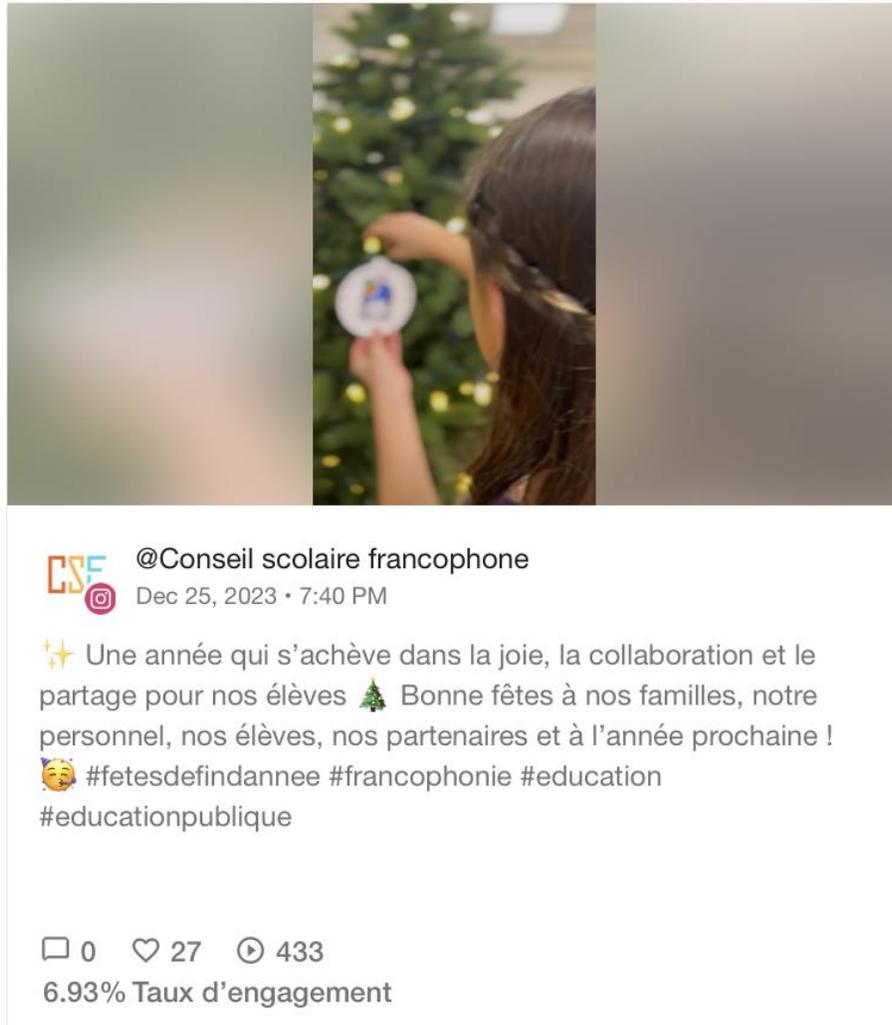
Certaines publications faites sur les plateformes sociales obtiennent un taux d'engagement plus élevé que les autres en raison de plusieurs facteurs liés au public cible. Le taux d'engagement est un indicateur couramment utilisé pour mesurer l'interaction et la participation d'une audience avec le contenu. Il reflète le degré d'activité et d'intérêt des utilisateurs envers le contenu spécifique publié. Il est généralement calculé en prenant le total des interactions — qui peuvent inclure des likes, des commentaires et des partages — et en le divisant par le nombre total de vues de la publication.

**Facebook** – Publication vidéo présentant les vœux de fin d’année de la Direction générale du CSF à toute la communauté.

27 réactions au total, 284 vues sur Facebook et un taux d’engagement de près de 10 %.



**Instagram** – Publication du Reel soulignant les activités de fin d’année de l’école du Bois-joli en collaboration avec la ville de Delta et en présence de la conseillère de la région.  
30 réactions au total, 433 vues sur Instagram et un taux d’engagement de près de 7 %.



**LinkedIn** – Publication annonçant le recrutement en cours pour le poste de secrétaire-trésorier-ère pour le CSF.

30 réactions au total, 432 vues sur LinkedIn et un taux d'engagement de près de 7 %.



The graphic features a hand holding a red megaphone on the left, set against a teal background. To the right, the text "LE CSF RECRUTE !" is displayed in a bold, sans-serif font, with "LE CSF" in dark blue and "RECRUTE !" in teal. Small, colorful dashed lines radiate from the megaphone towards the text.

 @Conseil scolaire francophone de la Colombie-Britanni...  
Dec 20, 2023 • 5:01 PM

{hashtag|#|emploi} {hashtag|#|recrutement} Le Conseil d'administration du {hashtag|#|CSF} est à la recherche d'un.e secrétaire-trésorier.ère ! 📣 Si vous êtes : - titulaire d'un diplôme universitaire en finances et/ou gestion ; - membre certifié de l'ordre des comptables professionnels agréés CPA \{CA, CGA ou CMA\} ; - un

🗨️ 0 ❤️ 1 ↻ 0  
6.94% Taux d'engagement

**Twitter** – Publication partageant la nouvelle politique de la province en matière de services en français.  
5 réactions au total, 50 vues sur Twitter et un taux d’engagement de 10 %.

