

# Bilan trimestriel

# 2<sup>e</sup> Trimestre

DÉPARTEMENT DES RELATIONS PUBLIQUES

1 OCTOBRE - 31 DÉCEMBRE 2023

## 1 COUVERTURE MÉDIATIQUE

Au T2, la couverture médiatique du CSF a abordé une diversité de sujets. Une attention particulière a été portée sur SOGI, en réaction aux manifestations survenues au Canada. Jeanne Musuku s'est exprimée lors d'une entrevue au Téléjournal de Radio-Canada pour clarifier les informations erronées à ce sujet. Par ailleurs, un reportage radio a été réalisé à l'école Victor-Brodeur, mettant en lumière les activités du comité SOGI au sein de l'établissement.

En novembre, l'accent a été mis sur les histoires des communautés-écoles et sur des questions pédagogiques. Par exemple, l'école des Sentiers-alpins a bénéficié d'une couverture médiatique notable pour le prix d'excellence en éducation environnementale décerné à Madeleine Arsenault, pour le programme en éducation innovante suivi par Sylvie Mazerolle et pour la présentation du programme pour la petite enfance Franc-Départ. Les activités liées au programme *Feeding Future* ont également été mises en avant dans les médias.

Le mois de décembre a été riche en annonces concernant le plan immobilier du CSF, notamment avec l'obtention du financement provincial pour l'achat d'un terrain pour l'école Les Aiglons à Squamish et la décision de la Cour Suprême de la Colombie-Britannique décidant en faveur du Conseil scolaire francophone de la Colombie-Britannique (CSF) et du Vancouver School Board (VSB) dans le dossier concernant la fermeture de l'école Queen Elizabeth Annex. L'année s'est conclue avec une entrevue de Marie-Pierre Lavoie présentant le bilan de l'année 2023 pour le CSF, ainsi que la diffusion d'une vidéo de vœux de fin d'année de l'école francophone de Kimberley lors de l'émission télévisée du *Bye Bye 2023*.

### Entrevues médiatiques

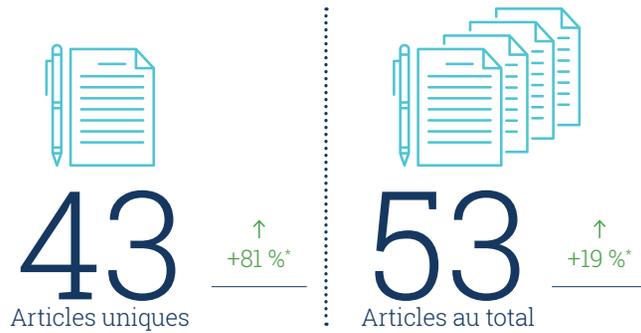
-  **2** **Marie-Pierre Lavoie**  
Conseillère, Présidente du CSF

---

-  **1** **Jeanne Musuku**  
Directrice de l'Équité et de l'Antiracisme

---

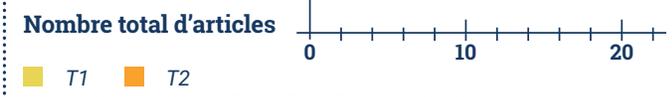
-  **9** **Directions d'école et porte-parole du CSF**



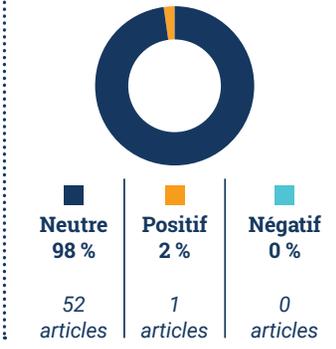
\* Par rapport au T2 de l'année précédente (octobre-décembre 2023)

### La couverture des écoles du CSF dans l'actualité par région

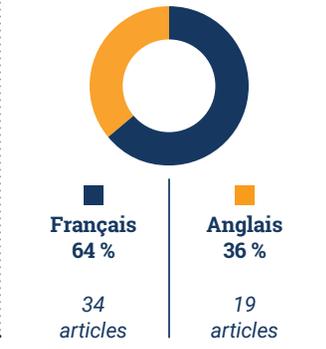
Grand Vancouver	4	6
Vallée du Fraser	2	5
Sud de l'Île	5	3
Nord de l'Île	1	3
Sud Est	2	5
Nord	1	4
Côte Sud	11	9



### Tonalité des articles



### Langue des articles



### OCTOBRE 2023

- 5** ■ Journée mondiale des enseignant-e-s

### NOVEMBRE 2023

- 20** ■ Journée Équité et Antiracisme

### DÉCEMBRE 2023

- 1** ■ Procès en Cour Suprême de C.-B / QEA
- 7** ■ Lancement du balado du CSF "Et si on apprenait?"

## 2 MÉDIAS SOCIAUX

Lors du T2, les publications sur les médias sociaux ont été axées sur la célébration de journées thématiques, ainsi que sur les questions des droits humains, la Réconciliation et le droit à l'accès à l'alimentation, en regard avec les priorités établies par la direction générale.

Ce trimestre, les écoles les plus mentionnées sur les publications des médias sociaux du CSF sont les écoles Victor-Brodeur, des Pionniers-de-Maillardville et des Sept-sommets. Sur Instagram, les écoles des Sept-sommets et la Grande-course ont été mises de l'avant au travers de publications vidéo. Les plateformes les plus mobilisées pour nos publications ont été Facebook, suivie de Twitter, LinkedIn et Instagram.

L'année s'est conclue avec plusieurs mentions du CSF sur les médias sociaux liées à la diffusion vidéo des vœux de fin d'année de la Direction générale et des vœux de fin d'année de l'école francophone de Kimberley dans le cadre du *Bye bye 2023*, diffusé sur Radio-Canada.

### Réactions

Réactions du public, via des commentaires, partages, mentions « j'aime », etc.

### Comparatifs

Comparaison des données du trimestre courant est réalisée par rapport à deux trimestres différents :

Trimestre 2 : ..... octobre-décembre 2022  
 Trimestre 1 : ..... juillet-septembre 2023

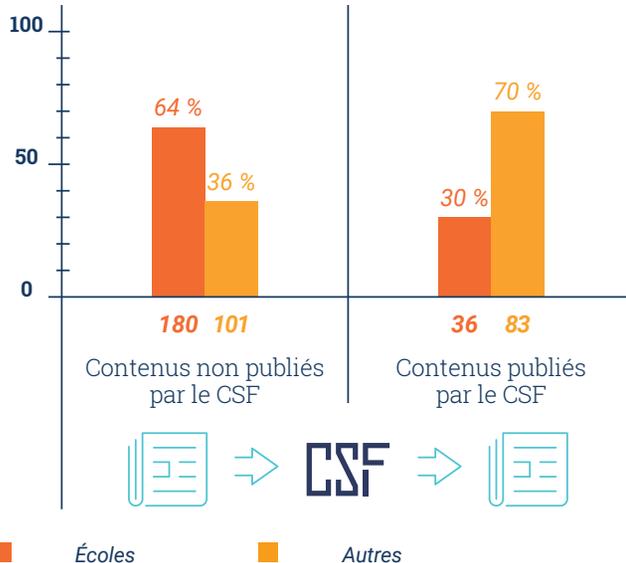


### Le CSF dans les médias sociaux

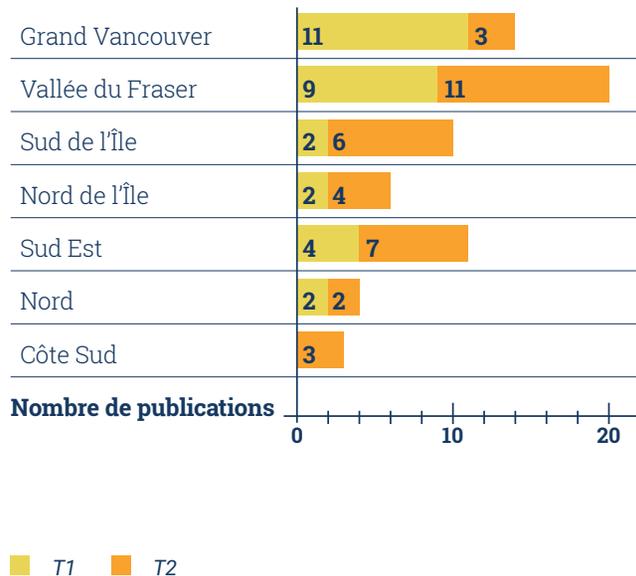
Poids des réseaux %	42%	22%	14%	1%	21%
	Facebook	Twitter	Instagram	Youtube	LinkedIn
Nouveaux abonnés	40	8	75	0	134
	↓ -5%	↑ 1%	↑ 3%	0%	↑ 294%
Publications	50	26	17	2	25
T2 - 2022-2023	↑ 47%	↑ 333%	↓ -47%	0%	↑ 213%
T1 - 2023-2024	↑ 127%	↑ 333%	↓ -29%	↓ -50%	↑ 213%
Réactions (interactions)	11,5k	84	243	46	45
T2 - 2022-2023	↑ 92%	↑ 180%	↓ -38%	0%	↑ 65%
T1 - 2023-2024	↑ 145%	↑ 25%	↓ -12%	↓ -19%	↑ 1771%



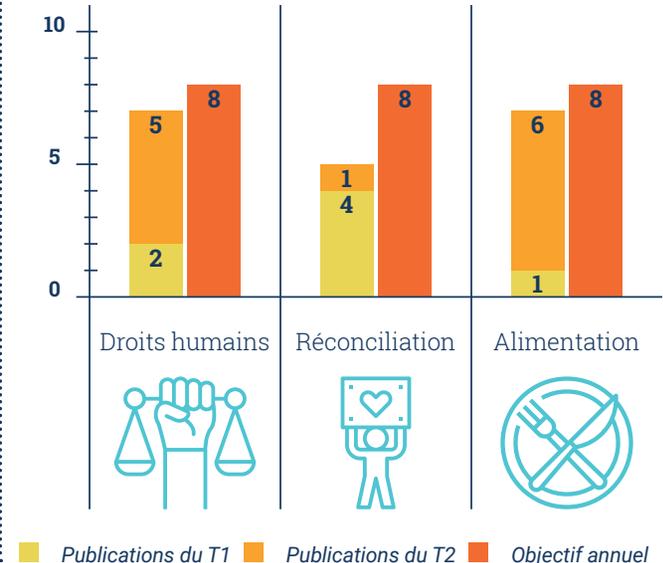
### Mentions des écoles et du CSF sur les médias sociaux



### Régions mentionnées dans les publications sur les médias sociaux du CSF



### Répartition des objectifs trimestriels dans les publications sur les médias sociaux du CSF



### 3 COMMUNAUTÉ

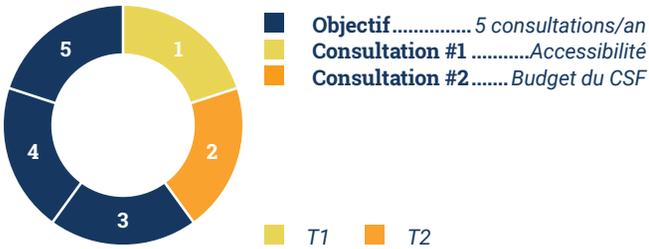
La consultation budgétaire du CSF 2024-2025 s'est tenue du 9 novembre 2023 au 5 janvier 2024. Le service des Relations publiques a porté ses efforts de communication sur des canaux de communication variés pour inciter un maximum d'individus à compléter la consultation budgétaire.

Le service des Relations publiques a également continué à répondre aux questions de la communauté via courriel et les médias sociaux. Ces dernières concernent principalement les conditions d'inscription au CSF des élèves.

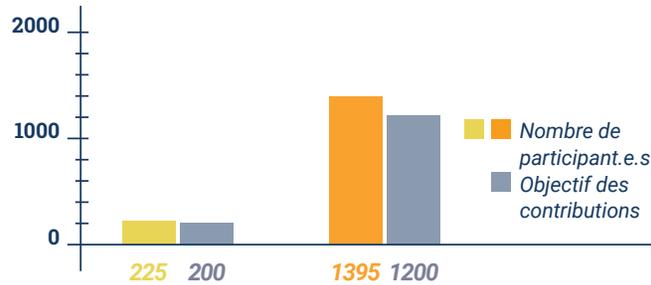


#### Engagement communautaire

Nombre annuel de consultations publiques



Consultation #1 : Accessibilité    Consultation #2 : Budget du CSF



#### Suivi avec les communautés

Adresse relations publiques	20	10
Adresse info	51	47
Adresse communauté	5	4
Médias sociaux	10	8

**Nombre de courriels**

■ T1    ■ T2

### 4 DÉMARCHES PUBLICITAIRES

À l'échelle locale, le service a apporté son soutien aux écoles dans le cadre de l'organisation de leurs portes ouvertes. Des publications sur les dispositifs numériques ont également été préparées pour annoncer l'ouverture de la période des inscriptions dans les écoles du CSF.

De plus, une attention particulière a été portée à la préparation de la nouvelle campagne de préinscriptions à la maternelle pour les enfants entre 0 et 4 ans. Cette campagne sera déployée à partir du mois de janvier, notamment dans les festivals régionaux de la province.

À l'échelle provinciale et régionale, la présence du CSF continue de s'accroître à l'aide de stratégies de référencement sur Google, de publications d'annonces sur l'annuaire des services en français de la FFCB et à travers diverses initiatives publicitaires commanditées sur les médias sociaux.

125 → 200  
projets complétés    objectif annuel



#### Initiatives en cours

2	15	46	1
Création de contenu vidéo pour les écoles et pour les festivals	Évènements et portes ouvertes	Soutien aux écoles et initiatives de promotion	Création du deuxième épisode du balado du CSF



#### Détail des démarches publicitaires complétées ce trimestre

19	7	10	11	1	1	N/A	1	9	2	2	3
Médias sociaux	Événement public	Outils imprimés	Presse locale	Outils numériques	Radio	Panneaux publicitaires	Signalétique	Internet/ Site web	Relations communautaires	Vidéos promotionnelles	Création de logos écoles

# 5

## RESSOURCES HUMAINES

Lors du T2, les publications sur LinkedIn ont mis de l'avant la participation du CSF à la foire aux emplois bilingue à Surrey et au Forum Destination Canada en France et au Maroc pour soutenir les efforts de recrutement à l'international. Ce trimestre, le nombre d'abonnés à la page du CSF sur LinkedIn a significativement augmenté grâce à une stratégie de publication plus active sur cette plateforme. Les nouveaux abonnés se situent principalement en Colombie-Britannique, au Québec, en France et dans plusieurs pays d'Afrique francophone.



### Données-clés du trimestre



Nombre d'initiatives

(publications Indeed, plateformes sociales hors LinkedIn, création de textes, de visuels et d'outils promotionnels)

7



Nombre de publications sur LinkedIn



707



Engagement sur LinkedIn