

Plan de communication – Plomb dans l'eau

VERSION 2.0
5 mars 2020



**La Fédération
des commissions
scolaires
du Québec**

Plan de communication – Plomb dans l’eau

TABLE DES MATIERES

Contexte	2
Clientèles cibles	2
Objectifs de communication	3
Axe de communication	3
Stratégie	4
Outils de communication	5-6

CONTEXTE

En octobre 2019, une analyse de la concentration du plomb dans l'eau aux fins de consommation a été exigée des commissions scolaires et des établissements d'enseignement privé par le ministère de l'Éducation et de l'Enseignement supérieur à titre préventif. L'objectif étant de se conformer à la nouvelle norme adoptée par le gouvernement du Canada en mars 2019.

Ainsi, les écoles du Québec devront effectuer les tests requis et identifier les correctifs à apporter d'ici le **23 juin 2020**, pour les écoles primaires, et d'ici le **1^{er} novembre 2020**, dans le cas des autres établissements d'enseignement. Au cours de l'hiver 2020, le Ministère fournira gratuitement les appareils nécessaires pour mesurer la concentration de plomb dans l'eau aux commissions scolaires, notamment.

Soulignons que les commissions scolaires devront communiquer les résultats des analyses aux parents. Cette information sera aussi rendue publique par le Ministère.

Rappelons que le Ministère a transmis aux écoles et aux commissions scolaires une procédure décrivant les actions à entreprendre, selon la concentration de plomb relevée. Les points d'eau non-conformes devront être identifiés et immédiatement condamnés jusqu'à ce que des travaux correctifs soient effectués ou qu'un filtre certifié soit installé.

CLIENTELES CIBLES

Par ordre chronologique de communication

- Directions générales des commissions scolaires
- Secrétaire général.e et communicateurs des services de communications de la commission scolaire
- Directions et membres du personnel des établissements scolaires
- Parents des élèves fréquentant un établissement scolaire
- Élèves
- Médias et population du territoire
- Ministère de l'Éducation et de l'Enseignement supérieur

OBJECTIFS DE COMMUNICATION

- Informer les clientèles de l'obligation de réaliser des tests aux fontaines et aux robinets d'eau froide utilisés pour la consommation ou la préparation d'aliments, afin d'être conforme aux nouvelles normes de concentration du plomb dans l'eau, en indiquant une date de fin.
- Informer les clientèles des résultats des tests, par établissement, et mettre en lumière les mesures mises en place pour préserver la santé et assurer la sécurité des élèves et du personnel.
- Informer les clientèles des établissements scolaires des points d'eau conformes et non conformes et les points d'eau avec directives.
- Informer les clientèles sur le fait qu'il y a une surveillance intensive de la concentration du plomb dans l'eau et que diverses mesures correctives permettant de la réduire sont prises immédiatement lorsque les analyses excèdent le niveau recommandé.
- Communiquer les résultats au ministère de l'Éducation et de l'Enseignement supérieur.
- Communiquer les résultats aux médias locaux, régionaux et nationaux, selon le cas.

AXE DE COMMUNICATION

Compétence et transparence : la compétence sera démontrée par la résolution des problématiques sur une période donnée, en respectant les dates légales, et en diffusant rapidement les résultats.

Même si les résultats sont non conformes, la transparence devrait être le mot d'ordre dans toutes les communications afin de maintenir le lien de confiance avec la commission scolaire et afin d'éviter les turbulences médiatiques.

Protéger : protéger la santé et assurer la sécurité du personnel et des élèves demeurent les priorités de la commission scolaire.

STRATEGIE

Afin d'être efficaces : les communications devront être concises, claires, et factuelles. En fonction des résultats, il est fortement recommandé d'indiquer les dispositions et les mesures prises (en énumérer quelques-unes), avec un échéancier. Cela permettra de préserver le lien de confiance et de démontrer la compétence de la commission scolaire en la matière.

Ordre chronologique des clientèles à informer...

- 1. En premier** : la direction générale, le Secrétariat général, le service des communications de la commission scolaire, le personnel des établissements et les parents.
- 2. En second** : informer les médias et la population du territoire après avoir informé les parents.
- 3. En troisième** : transmettre les résultats au ministère de l'Éducation et de l'Enseignement supérieur

Compte tenu que la problématique du plomb est un sujet médiatisé

Il est recommandé que :

- Le service des ressources matérielles transmette rapidement les résultats des tests avec les correctifs effectués, à la direction générale, au Secrétariat général et au service des communications.
- La réalisation des communications destinées aux diverses clientèles soit effectuée par le service des communications.
- Les résultats soient affichés dans les établissements scolaires.

Pour que l'opération « communication » soit optimale, la concertation entre le Service des ressources matérielles, la Direction générale, le Secrétariat général et les Communications est essentielle afin d'harmoniser les actions et les communications sur les différents supports.

OUTILS DE COMMUNICATION

• Communications pour les parents

- **Lettre et courriel - État de situation de l'établissement scolaire**
- **Lettre et courriel - Résultats de l'établissement scolaire**
 - Gabarit - Dans les normes
 - Gabarit - Non conforme
(indiquer les dispositions et les solutions optimales qui seront prises, avec une date limite)
- **Portail Parents (Mozaïk) – Section Messages (ou tout autre espace web privé dédié aux parents)**
 - Intégrer l'ensemble des communications transmises aux parents sur ce portail.
- **Infolettre aux parents** (si la commission scolaire en fait une) : état de situation, résultats, mettre en lumière les mesures prises, les actions à venir, etc.
- **Page web avec la thématique *Plomb dans l'eau*, incluant une foire aux questions, accessible via le site web de la commission scolaire** (via un bouton web ou onglet). Tant le contenu que la foire aux questions pourront évoluer en y ajoutant de nouvelles informations et d'autres questions/réponses.
- **Lignes de communications** : pour les questions des parents et de la population en général

• Communications avec les directions et le personnel des établissements

- **Courriel - État de situation sur les points d'eau de l'établissement scolaire**
- **Communication à afficher sur les babillards des établissements**
- **Courriel - Résultats des tests de l'établissement scolaire**
 - Gabarit - Dans les normes
 - Gabarit - Non conforme
- **Déposer dans un intranet ou un portail dédié au personnel**, toutes les communications transmises aux directions d'établissement et les visuels des affiches.
- **Communications visuelles**

Affiches : eau potable, Hors-service, se laver les mains seulement, laisser couler l'eau

1 minute/5 minutes

OUTILS DE COMMUNICATION (SUITE)

• Communications avec les médias

- **Communiqués** – Trois gabarits : dans les normes, non conformes, et ensemble des tests réalisés
- **Lignes de communications**

• Communications avec le grand public et toutes les clientèles

- **Onglet thématique *Plomb dans l'eau***, section *Dossiers stratégiques*, sur le site de la FCSQ.
La Foire aux questions y serait aussi intégrée.
- **Page web avec la thématique *Plomb dans l'eau*, incluant une foire aux questions, accessible via le site web de la commission scolaire** (via un bouton web ou onglet). Tant le contenu que la foire aux questions pourront évoluer en y ajoutant de nouvelles informations et d'autres questions/réponses.

Quand toutes les analyses auront été effectuées, afficher une publicité :

- Page d'accueil du site web de la CS
- Publier sur Facebook et sur Instagram
- Dans le Portail Parents (*Mozaiik*)
- Dans l'intranet ou le portail dédié au personnel de la commission scolaire
- Journal régional
- Établissements scolaires (sur les babillards ou via les télévisions)
- **Transmettre un communiqué de presse**

Avis sur les médias sociaux

Pour le dévoilement des résultats des tests, les médias sociaux n'ont pas été suggérés comme moyens de communication compte tenu du sujet sensible et des commentaires négatifs, sans valeur ajoutée, qui pourraient prendre une ampleur démesurée très rapidement et devenir viral sur les médias sociaux... Il faut éviter les turbulences autant que possible.

Dépôt des gabarits et visuels – 17 mars 2020

- Page web non visible par Google, accessible sans mot de passe : un lien sera transmis vers une page web du site de la FCSQ qui ne sera pas visible par le public et où il sera possible de télécharger les outils de communications.