

Bilan trimestriel

3^e Trimestre

SERVICE DES RELATIONS PUBLIQUES

1 JANVIER - 31 MARS 2025

1 FAITS SAILLANTS

Le mandat du service des Relations publiques est varié, que ce soit en termes de notoriété du CSF dans la sphère publique, de soutien aux écoles et aux services du bureau central, ou encore de promotion du recrutement de personnel et des inscriptions des élèves.

Le troisième trimestre de l'année 2024-2025 constitue un temps fort pour la promotion des écoles, puisqu'un grand nombre de portes-ouvertes ont lieu. Le service des Relations publiques a accompagné les écoles dans leurs efforts de promotion de ces événements pour informer la communauté et attirer des parents ayant des enfants en âge de s'inscrire en 2025 ou pour une prochaine rentrée scolaire. Grâce à ces événements, les futures familles du CSF peuvent découvrir les écoles et les communautés francophones qui s'y retrouvent. En ce sens, l'un des événements qui a marqué ce trimestre est l'inauguration du nouveau gymnase de l'école des Deux-rives à Mission.

Par ailleurs, le service des Relations publiques a suivi de près l'élection pour la chefferie du Parti libéral, qui a conduit à la nomination de Mark Carney comme premier ministre. Des lettres ont été envoyées aux candidat-e-s en lice pour les sensibiliser sur les enjeux du financement de l'éducation francophone en contexte minoritaire et pour leur demander de s'engager concrètement à cet effet.

Parallèlement, le service a poursuivi ses efforts de promotion des écoles, ainsi que la promotion pour le recrutement du personnel.

JANVIER 2025

- 21 Déménagement de l'école La Grande-ourse à Smithers
- Achat du terrain de Lansdowne pour l'école Beausoleil à Victoria

FÉVRIER 2025

Mois de l'Histoire des Personnes noires

MARS 2025

- 4 Annonce du budget de la Colombie-Britannique
- 5 Inauguration du nouveau gymnase de l'école des Deux-rives
- 23 Déclenchement des élections fédérales

COMMUNICATION PROMOTIONNELLE

41 

**HISTOIRES À SUCCÈS
CONCERNANT LES ÉCOLES DU CSF**

182 **INITIATIVES
PUBLICITAIRES**

AU TOTAL (RESSOURCES HUMAINES, INSCRIPTIONS, PROMOTION DES ÉCOLES)

COMMUNICATION PUBLIQUE

**INITIATIVE
D'ENGAGEMENT PUBLIC** 

852 **PARTICIPATIONS**

COMMUNICATION POLITIQUE

59 **PUBLICATIONS** 

(COMMUNIQUÉS DE PRESSE, INFORMATIONS CONCERNANT LE CONSEIL D'ADMINISTRATION, CAUSE JURIDIQUE, RELATIONS GOUVERNEMENTALES, LETTRES)

2 PLATEFORMES SOCIALES

La majorité des publications sur les plateformes sociales concernent des histoires à succès dans les écoles. Parmi ces activités, plusieurs étaient en lien avec le Mois de l'Histoire des Personnes noires, le Mois de la Francophonie et les portes-ouvertes des écoles.

La promotion de l'ensemble des écoles s'est poursuivie avec une nouvelle vidéo de la série "Une journée à" qui a mis en avant l'école des Sentiers-alpins à Nelson. De plus, plusieurs témoignages d'élèves ont été partagés pour la série de vidéos "La voix de nos élèves".

Parallèlement, des publications sur les activités impliquant les membres du conseil d'administration et/ou la direction générale ont été régulièrement partagées sur les plateformes sociales. Lors du T3, ces publications ont suscité un très fort engagement.

Pour compenser la baisse de l'engagement sur l'ensemble des publications constatée le trimestre précédent liée aux changements dans le fonctionnement de l'algorithme de Meta, le service des Relations publiques a réorienté la stratégie des communications.

COUP DE CŒUR DU TRIMESTRE

150^E ANNIVERSAIRE DE LA COUR SUPRÊME DU CANADA

Le 12 mars, près de 50 élèves de six écoles se sont rendu-e-s à Victoria dans le cadre de la Célébration du 150^e anniversaire de la Cour suprême. Accompagné-e-s par des membres de l'Association des juristes francophones de la Colombie-Britannique, les élèves ont préparé des cas de simulation juridique et des questions destinées au juge en chef de la Cour suprême du Canada.

Cet événement a constitué une journée d'apprentissages, de discussions et de connexion pour les élèves présents à Victoria. Plusieurs contenus vidéo ont été créés pour l'occasion, notamment une vidéo de retour en images sur la journée, ainsi que trois capsules pour la série "La voix de nos élèves". Deux des quatre vidéos ont été publiées lors du T3 et les deux dernières vidéos de témoignages d'élèves seront publiées au T4.

LE CSF DANS LES MÉDIAS SOCIAUX

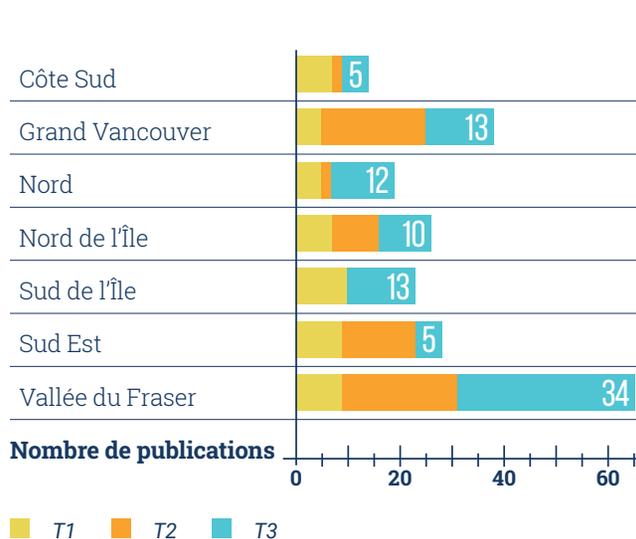
				
	Facebook	Instagram	Youtube	LinkedIn
Poids des réseaux %	45 %	30 %	0 %	25 %
Nouveaux abonnés	 70	 44	 12	 159
	↓ 8 %	↑ 2 %	↑ 71 %	↓ 10 %
Publications	 55	 37	 0	 31
T3 - 2023-2024	↑ 25 %	↓ 35 %	↓ 100 %	↑ 35 %
T2 - 2024-2025	↑ 17 %	↑ 12 %	↓ 100 %	↑ 19 %
Réactions (interactions)	 7,180	 521	 32	 2,740
T3 - 2023-2024	↓ 24 %	↑ 94 %	↓ 27 %	↑ 131 %
T2 - 2024-2025	↑ 190 %	↑ 115 %	↑ 50 %	↑ 60 %

Comparatifs

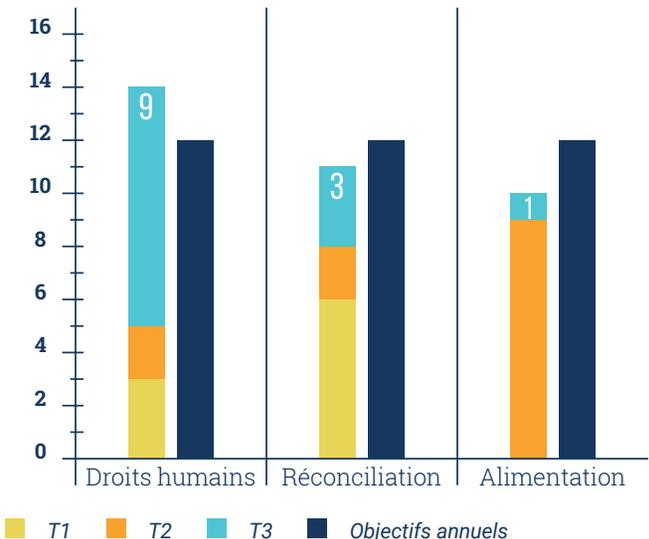
Comparaison des données du trimestre courant est réalisée par rapport à deux trimestres différents : Trimestre 3 | janvier-mars 2024 - Trimestre 2 | octobre-décembre 2024

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

RÉGIONS MENTIONNÉES DANS LES PUBLICATIONS



RÉPARTITION DES PUBLICATIONS PAR THÉMATIQUE



3 DÉMARCHES PUBLICITAIRES

Ce trimestre, la visibilité des écoles s'est poursuivie grâce à une grande variété d'initiatives complémentaires. Des événements rassembleurs comme des cabanes à sucre ont été organisés dans plusieurs écoles, créant des occasions festives de faire découvrir la culture francophone tout en favorisant un contact direct avec les familles. Des portes ouvertes ont également été tenues à l'école Virtuelle, permettant de faire connaître ce modèle d'enseignement à distance à un public élargi. En parallèle, le CSF a renforcé sa présence lors d'événements communautaires régionaux, comme la foire en immigration de Campbell River, afin d'aller à la rencontre de nouvelles familles.

Sur le plan publicitaire, des annonces ciblées ont été diffusées dans les revues locales de printemps et d'été, notamment à Kamloops, Kelowna et Sechelt, pour appuyer la promotion des inscriptions et accroître la notoriété des écoles du CSF. De plus, des prises de contact avec la presse locale ont été réalisées pour mettre en valeur des histoires à succès dans les écoles, contribuant ainsi à renforcer l'image positive du CSF à l'échelle régionale.

Le service a également développé la campagne pour le recrutement des enseignant·e·s pour septembre 2025, avec la création de nouveaux visuels et des stratégies de promotion renouvelées en C.-B. et dans plusieurs provinces qui présentent un bassin de candidatures pertinent pour les Ressources humaines.

COUP DE CŒUR DU TRIMESTRE

FESTIVAL DU SUCRE DE NANAIMO



Le T3 s'échelonne sur une période prisée pour l'organisation de festivals francophones. Lors du Festival du sucre de Nanaimo, le kiosque a été, pour la toute première fois, animé conjointement par des membres de l'équipe des Relations publiques et des élèves de l'école Océane.

Plusieurs inscriptions ont été faites pour la rentrée à l'école Océane et des futures familles ont pu poser leurs questions en vue d'une inscription future. De plus, les élèves ont mené une levée de fonds qui a attiré de nombreuses personnes participant au festival.

PROMOTION DES INSCRIPTIONS

142 INITIATIVES PUBLICITAIRES

COMPLÉTÉES CE TRIMESTRE

DÉTAIL DES DÉMARCHES PUBLICITAIRES

2

RÉSEAUX SOCIAUX

37

ÉVÉNEMENTS PUBLICS

8

OUTILS IMPRIMÉS

7

OUTILS NUMÉRIQUES

11

PRESSE LOCALE

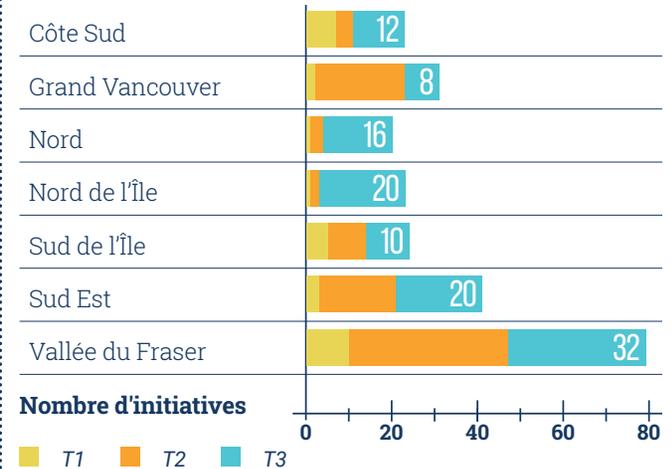
33

SIGNALÉTIQUE

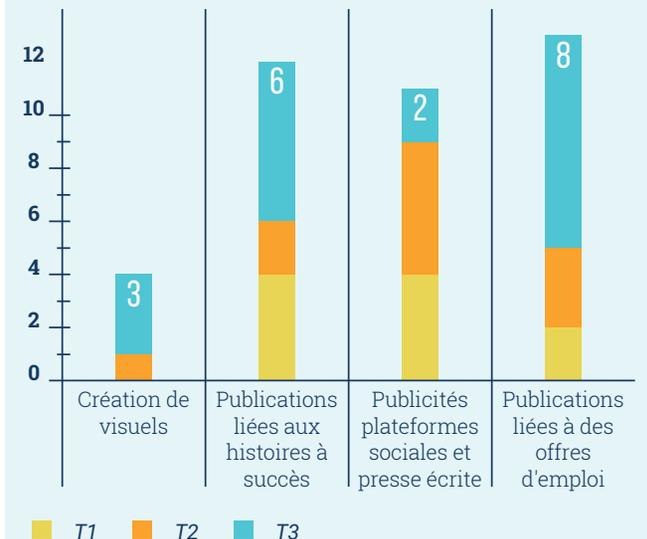
44

INTERNET/SITE WEB

INITIATIVES PUBLICITAIRES LOCALES PAR RÉGION



INITIATIVES PROMOTIONNELLES POUR LE RECRUTEMENT DE PERSONNEL



4 COMMUNAUTÉ

Pour l'année 2025-2026, la consultation budgétaire a eu lieu lors du T3 et a été envoyée aux listes habituelles, c'est-à-dire le personnel, les familles et les élèves de 8e à la 12^e année du CSF. Cette année, la consultation a réuni 852 contributions, dont une participation significative du personnel par rapport aux années précédentes. Les participant-e-s à cette consultation ont placé à hauteur de 67,54 % les services aux élèves comme une priorité à intégrer dans la planification budgétaire de l'année 2025-2026.

Parallèlement, les alumnis du CSF ont reçu leur deuxième infolettre de l'année pour consolider leur sentiment d'appartenance. Ce trimestre, un portrait de Blanche Monabeka, alumni de l'école Gabrielle-Roy, a été partagé, relatant son engagement pour les droits humains et la francophonie en Colombie-Britannique.

SUIVI AVEC LES COMMUNAUTÉS

47 BOITES COURRIEL

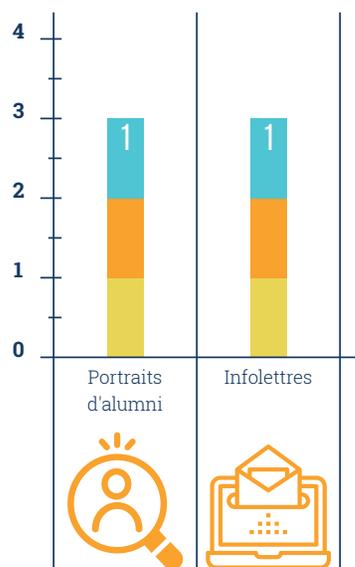
(BOITE INFO, RELATIONS PUBLIQUES, COMMUNAUTÉ)



4 MÉDIAS SOCIAUX



MISE EN VALEUR DES ALUMNI DU CSF



T1 T2 T3

ENGAGEMENT COMMUNAUTAIRE



INITIATIVE D'ENGAGEMENT

852

PARTICIPANT-E-S

CONSULTATION #3

➔ **PLANIFICATION BUDGÉTAIRE 2025-2026 DU CSF**



INITIATIVES DE COMMUNICATION POUR LE PLAN IMMOBILIER



4 ARTICLES PUBLIÉS

EN LIEN AVEC L'ACTUALITÉ DU PLAN IMMOBILIER

15

MISES À JOUR

ENVOYÉES AUX DIRECTIONS D'ÉCOLE

3

MISES À JOUR

DU SITE WEB

5 COUVERTURE MÉDIATIQUE

Lors du T3, la couverture médiatique a principalement été marquée par la Cause juridique, notamment par Radio-Canada. Au fil des mois, les articles ont tenté de vulgariser les enjeux du procès et les demandes du CSF. Marie-Pierre Lavoie, présidente du conseil d'administration, ainsi que Mark Power, avocat représentant le CSF, ont participé à une entrevue organisée par Radio-Canada sur l'importance de ce procès et des raisons qui ont motivé le CSF à retourner devant les tribunaux.

Les projets immobiliers ont également occupé l'attention de médias, notamment pour le déménagement de l'école La Grande-ourse à Smithers, l'inauguration du nouveau gymnase de l'école des Deux-rives et l'annonce provinciale pour des agrandissements dans les garderies situées dans les écoles Entre-lacs et Franco-nord. Ces événements ont profité d'une couverture médiatique en français et en anglais, tant sur le plan local que sur le plan provincial.

Les histoires à succès dans les écoles ont également été mentionnées dans les médias, que ce soit par des reportages audiovisuels pour la participation de l'école des Cinq-saumons à la *Coldest Night of the Year* de Terrace, ou à la radio pour la participation de l'école Franco-nord à un épisode spécial de l'émission culturelle *Culture et Confiture* ou dans la presse locale pour évoquer la cabane à sucre organisée à l'école du Bois-joli.

De plus, le CSF a invité les municipalités où se trouvent des écoles du CSF à hisser le drapeau franco-colombien dans le cadre du Mois de la Francophonie. Plusieurs municipalités ont répondu positivement à l'appel et l'information a été partagée à la presse locale anglophone. Pour l'instant, à la suite des prises de contact avec la presse locale, des retombées médiatiques ont été observées à Campbell River et Port Alberni.

ENTREVUES MÉDIATIQUES



4

MARIE-PIERRE LAVOIE

CONSEILLÈRE,
PRÉSIDENTE DU CSF



1

PASCALE BERNIER

DIRECTRICE GÉNÉRALE
DU CSF



3

ÉLÈVES ET PERSONNEL
ENSEIGNANT



4

DIRECTIONS D'ÉCOLE

TONALITÉ DES ARTICLES



● 92% - NEUTRE

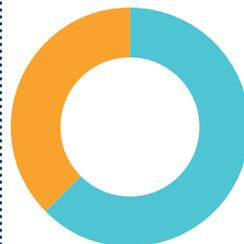
88 ARTICLES

● 8% - POSITIF

8 ARTICLES

● 0% - NÉGATIF

LANGUE DES ARTICLES



● 63% - FRANÇAIS

59 ARTICLES

● 37% - ANGLAIS

36 ARTICLES

NOMBRE D'ARTICLES



54

ARTICLES UNIQUES

↑ 45%*



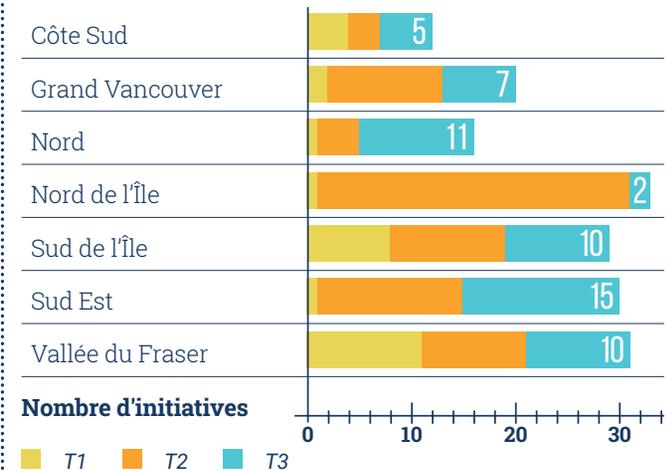
96

ARTICLES AU TOTAL

↑ 75%*

* Par rapport au T3 de l'année précédente (janvier-mars 2024)

LA COUVERTURE DES ÉCOLES DU CSF DANS L'ACTUALITÉ PAR RÉGION



PROMOTION DES ÉCOLES DANS LA PRESSE LOCALE

13

PRISES DE CONTACT
AVEC LES MÉDIAS



6

RETOMBÉES
PRESSE LIÉES

6 INFLUENCE POLITIQUE

A l'aide d'une série d'initiatives ciblées, le service des Relations publiques a multiplié les démarches pour sensibiliser les élu·e·s et les représentant·e·s institutionnel·le·s aux défis que rencontrent les communautés francophones en matière d'éducation. Cette approche reflète la volonté du CSF d'inscrire la francophonie éducative au cœur des priorités politiques et d'assurer une reconnaissance institutionnelle des besoins des élèves et des familles francophones à l'échelle provinciale et fédérale.

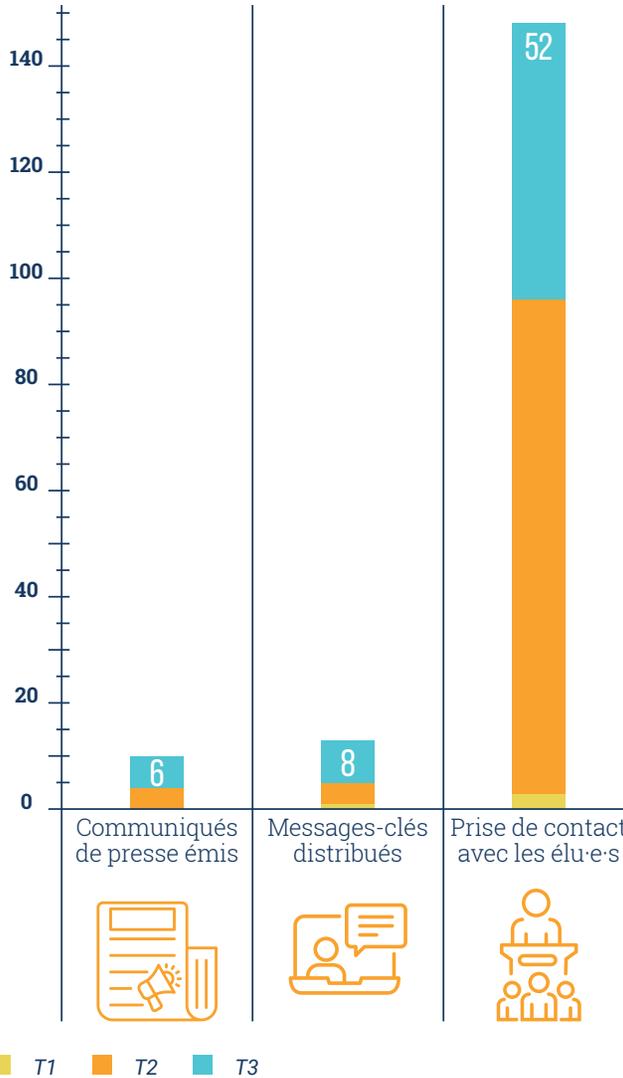
Dans cette optique, des courriels et lettres ont été envoyés aux maires et mairesses pour les sensibiliser à l'importance du drapeau francophone de la Colombie-Britannique et de sa visibilité pour les communautés locales où nous avons des écoles. Des municipalités ont répondu favorablement en hissant le drapeau au courant du mois de mars, à l'image de ce qui est fait à l'Assemblée législative de la Colombie-Britannique. Le CSF poursuit ses démarches auprès des villes qui n'ont pas encore répondu positivement, afin de promouvoir l'inclusion de la francophonie dans l'espace public.

Par ailleurs, le CSF a mené des échanges stratégiques avec les candidat·e·s à la chefferie du Parti libéral du Canada afin d'insister sur l'importance d'une politique éducative forte pour les communautés francophones en milieu minoritaire et d'obtenir des engagements clairs quant à la reconnaissance du droit à l'éducation francophone équivalente.

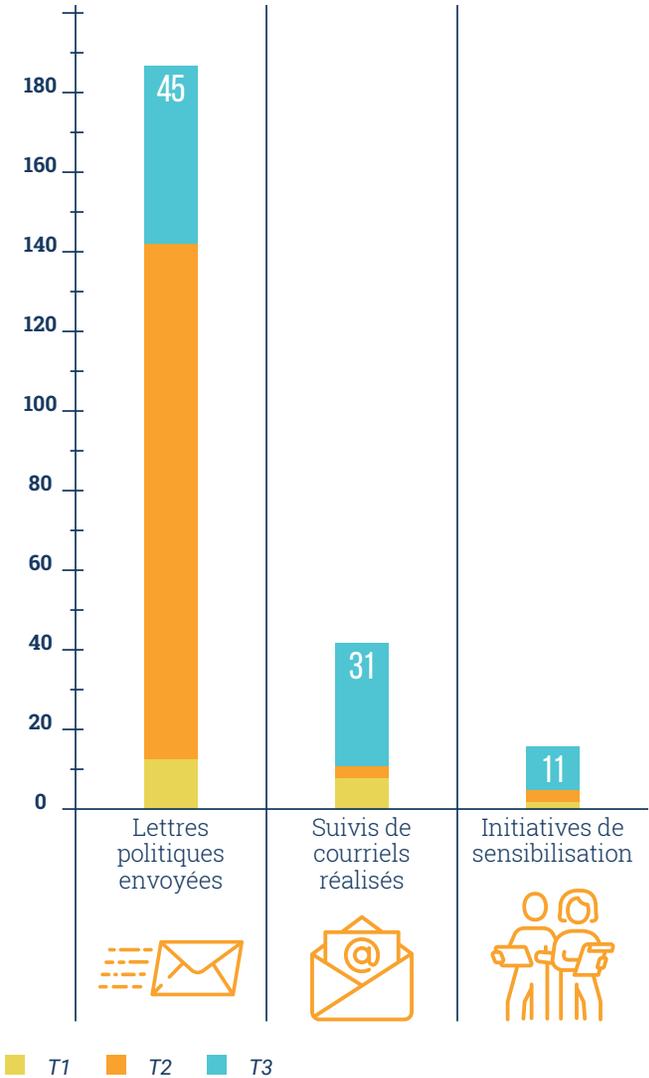
En parallèle, une attention particulière a été portée aux nouvelles dynamiques politiques, notamment avec l'envoi d'une correspondance officielle au chef du Parti libéral du Canada, une fois nommé premier ministre. Le CSF a également souligné l'absence d'un ministère dédié aux langues officielles au sein du nouveau gouvernement, réaffirmant ainsi son engagement à défendre les intérêts des communautés francophones et à assurer une représentation politique forte en faveur de l'éducation en français.

Le service des Relations publiques également conduit une promotion des portes ouvertes des écoles auprès des élu·e·s municipaux pour les inciter à participer à ces événements qui font la promotion de l'éducation francophone dans leurs communautés respectives.

INFLUENCE POLITIQUE



CONTACT AVEC LES ÉLU·E·S



RENCONTRES AVEC LES PERSONNALITÉS D'INFLUENCE

RENCONTRES AVEC LES ÉLUS MUNICIPAUX ET PROVINCIAUX

Portes ouvertes de l'école des Deux-rives, Rencontre avec le MLA de Nanaimo-Lantzville, Journée de la proclamation de la francophonie à Victoria.