



## Communiquer grâce au LabelFrancÉducation

La communication s'inscrit dans le cadre du pilotage d'un établissement scolaire. Elle revêt des formes différentes en fonction des objets de communication et de la nature des destinataires. Bien maîtrisée, elle contribue à améliorer ou à conforter la notoriété, l'attractivité et le rayonnement de l'établissement. Le LabelFrancÉducation constitue un outil de promotion de l'établissement et de ses filières bilingues à très fort impact, qui doit être valorisé dans la stratégie de communication. Le caractère institutionnel et international du label, la qualité et l'exigence de l'enseignement qu'il certifie, la garantie de réussite et d'excellence qu'il implique ou encore l'offre de services associés à son obtention constituent en effet des arguments particulièrement efficaces pour promouvoir l'image de l'établissement, favoriser le recrutement des meilleurs élèves ou encore motiver les équipes pédagogiques.

### Mots-clés

Communication – pilotage – internet – réseaux sociaux – promotion – qualité

### Description

*Concevoir un plan de communication adapté et ciblé*

L'élaboration d'un plan de communication permet de structurer et de rendre cohérentes les différentes actions de communication de l'établissement. Il doit être au service de la stratégie globale de l'établissement et peut s'appuyer sur le label. Le plan de communication comporte plusieurs étapes.

- La première consiste à évaluer la communication existante et les actions antérieures.
- À partir de cette étude, il est possible d'établir un diagnostic de la communication et d'évaluer les points forts sur lesquels s'appuyer ainsi que les points faibles à renforcer.
- Le plan de communication s'attache ensuite à déterminer les différentes cibles visées (en interne : l'équipe éducative, les élèves, les parents d'élèves, etc. ; en externe : les institutions partenaires, les autorités éducatives locales, entreprises, etc.) pour ensuite définir, pour chacune d'elle, des objectifs précis et les axes de communication (souhaite-t-on impliquer, informer, convaincre, etc. ?).
- Lorsque les objectifs et cibles de communication sont balisés, il s'agit d'identifier les émetteurs légitimes (directeur, enseignant, élève, etc.) des messages à véhiculer.
- L'étape suivante consiste à définir les moyens de communication (canaux, supports) existants ou à créer, en prenant en compte les canaux privilégiés de chacune des cibles (écrits, réseaux sociaux, presse, rencontres, etc.).
- Les actions de communication sont ensuite décrites, budgétées et positionnées dans le temps, à l'aide d'un planning, en fonction des temps forts de l'année scolaire (recrutement, examens, rentrée, etc.).
- Ces actions font enfin l'objet d'un suivi des résultats (analyse de l'impact et de l'efficacité).

### *Mettre en œuvre différents types d'actions de communication*

Plusieurs types d'actions de communication peuvent être mis en œuvre. Chacune de ces actions doit faire l'objet d'une analyse préalable qui consistera à s'interroger sur sa pertinence, sa faisabilité, sa priorité et son articulation avec les autres actions.

Le premier type d'action implique de créer des supports de communication, qui permettront notamment de valoriser le label : argumentaire raisonné en faveur de l'enseignement bilingue francophone ; présentation de la section et de ses débouchés sous la forme d'une plaquette, d'une infographie, d'un diaporama, d'une vidéo ou encore d'un spot publicitaire.

La création de canaux de diffusion de l'information constitue le second type d'action à mettre en œuvre : affichages ; mise en place d'un site internet ; d'un blog ou d'un journal de la filière

bilingue ; d'un réseau d'anciens élèves ; création d'une newsletter ; ouverture de comptes sur les différents réseaux sociaux (généraliste comme Facebook ou Twitter, professionnels comme LinkedIn ou éducatifs comme IFProfs). Ces canaux sont le relai des différents supports de communication et permettent, tout au long de l'année, de valoriser les atouts et les spécificités de l'enseignement-apprentissage bilingue ainsi que les productions et réussites des élèves inscrits dans les filières bilingues.

Le troisième type d'action consiste à organiser ou à participer à des événements locaux ou internationaux : organisation d'une journée « portes ouvertes » ; rencontres avec d'anciens élèves de la section bilingue ; organisation de concours et festivals à forte visibilité médiatique, à l'échelle de l'établissement, locale, nationale ou internationale (Journée de la Francophonie, concours Poésie en liberté, programme Génération bilingue...) ; invitation de conférenciers (spécialistes de l'enseignement bilingue, personnalités francophones du pays) ; présence sur les salons ; organisation de cérémonies (remise de diplômes, anniversaire de création de la section bilingue, dévoilement de plaque LabelFrancÉducation). On veillera à communiquer à la fois en amont, au cours et en aval de ces événements (conférence de presse, médias, réseaux sociaux, mise en ligne de photos, témoignages, comptes rendus, etc.).

Le dernier type d'action vise à nouer des partenariats, et notamment à renforcer les liens : avec les établissements d'enseignement supérieurs qui proposent des enseignements en langue française ; les professionnels ou associations francophones ; les médias locaux ; les autorités éducatives scolaires et/ou administratives ; d'autres établissements scolaires francophones (jumelages). On pourra également s'attacher à favoriser l'émergence et/ou la vitalité d'un réseau d'établissements bilingues local ou national, ou encore à adhérer à des réseaux ou à des regroupements professionnels.

## Recommandations

> Attacher un soin particulier à la phase de diagnostic du plan de communication, qui permet de dégager les problématiques signifiantes et les cibles à viser.

> Varier et multiplier les outils et canaux de communication pour véhiculer l'information.

Privilégier la création de supports de communication vidéo et numériques.

> Créer une charte graphique visible dans tous les documents (internes et externes) et y faire figurer le logo du LabelFrancÉducation.

- > Impliquer l'ensemble de l'équipe éducative ainsi que les élèves dans la communication.
- > Diffuser, de façon régulière, des informations de qualité, structurées, maîtrisées et mises à jour.
- > Contractualiser des partenariats avec des médias locaux et systématiser la diffusion d'informations auprès de ces instances (projets, remise de diplômes, journées « portes ouvertes », etc.).
- > Intégrer la communication dans le projet d'établissement.

## Références

- Fiche « Communiquer pour valoriser une section bilingue sur le site » [Le fil du bilingue](#)
- Rubrique « Outils de promotion » sur le site [Le fil du bilingue](#)
- Site du [LabelFrancÉducation](#)