

Communiquer grâce au LabelFrancÉducation



Pourquoi communiquer ?

- 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, un instrument de valorisation

Le LabelFrancÉducation constitue un **outil de promotion de l'établissement** et de ses filières bilingues, qui doit être intégré dans la stratégie de communication.

Les **points forts** du LabelFrancÉducation :

- 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
- l'offre de services associés à son obtention

*Des arguments efficaces pour **promouvoir l'image** de l'établissement, favoriser le recrutement des meilleurs élèves ou encore motiver les équipes pédagogiques.*



A quoi sert un plan de communication ?

- 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.
- Élaborer un plan de communication s'inscrit dans une démarche en plusieurs étapes.



Quelle démarche pour élaborer un plan de communication ?

1. Faire un diagnostic de la communication :

- évaluer la communication existante et les actions antérieures,
- analyser les points forts et les points faibles de la communication.

2. 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, les entreprises, les publics cibles, etc.

3. Définir pour chacune des cibles identifiées :

- des objectifs précis (souhaite-t-on impliquer, informer, convaincre, etc.)
- les canaux et supports de communication adaptés aux objectifs (mailings, media, réseaux sociaux, brochures, rencontres, etc.)
- les messages cohérents, adaptés aux objectifs et aux canaux identifiés

4. Lister les actions de communication à partir des données précédentes, et définir des indicateurs de résultats pour chacune (diffusion, nombre de personnes rencontrées, etc.)

5. Définir un budget associé pour chacune des actions de communication

6. Établir un planning des actions de communication, en fonction des temps forts de l'année scolaire (recrutement, examens, rentrée, etc.)

- Mettre en œuvre les actions en fonction du plan préétabli, réajuster le plan si nécessaire
- Evaluer les actions à partir des indicateurs de résultats prédéfinis.

Les actions de communication seront d'autant plus efficaces qu'elles s'appuieront sur des arguments raisonnés, factuels et non auto-proclamés (chiffres, références, label)



Quelques exemples d'actions de communication

- Mettre au point un **argumentaire** visant à promouvoir l'enseignement bilingue francophone, décliné sur divers **supports** : plaquette, diaporama, visuels, affiches, infographie, vidéo, etc.
- Diffuser via des **canaux de communication** variés : blog, newsletter, mailing adressé, réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn).
- Créer des **événements** ou des rendez-vous réguliers : publications, journée portes ouvertes, cérémonies (remise de diplômes, anniversaire de création de la section bilingue, dévoilement de la plaque LabelFrancÉducation), journée de la francophonie, journée des professeurs de français, etc.
- Participer à des rencontres : **salons, colloques professionnels**, événements des partenaires, etc.
- Créer et animer / participer à des **réseaux de prescripteurs** : anciens élèves, professionnels francophones, autorités éducatives, partenaires institutionnels, médias locaux.



Recommandations

- Intégrer la communication dans le projet d'établissement.
- Accorder une attention particulière à la phase de diagnostic du plan de communication.
- 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 et les élèves dans la communication.
- 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.).



Références

- Site du [LabelFrancÉducation](#)
- Argumentaires et outils de promotion sur le site [Le Fil plurilingue](#)