|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Travailler la communication interne au sein de l’établissement Code de l’éducation : [art. L. 111-3](https://www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do;jsessionid=9EDE177EDDC09B2F3ED0754D9021BAEF.tplgfr27s_2?idArticle=LEGIARTI000038902126&cidTexte=LEGITEXT000006071191&categorieLien=id&dateTexte=) et [art. L. 111-4](https://www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do?idArticle=LEGIARTI000006524371&cidTexte=LEGITEXT000006071191), [art. L. 521-4](https://www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do?cidTexte=LEGITEXT000006071191&idArticle=LEGIARTI000006525128&dateTexte=&categorieLien=cid).  Circulaire : [n° 2013-142 du 15-10-2013](http://www.education.gouv.fr/pid25535/bulletin_officiel.html?cid_bo=74338) (renforcer la coopération entre les parents et l'école dans les territoires). | | |  | | **2020** | |
|  |  |  | |  | |  | |
| **Plan** Planifier |  | **Do** Mettre en œuvre | |  | | **Check** Evaluer | |
| **Contexte, stratégie, sens, objectifs**  La communication s'inscrit dans le cadre du pilotage de l’établissement. Elle revêt des formes différentes en fonction de l'objet de communication et des destinataires. La communication d'établissement nécessite un effort de traitement et de maîtrise des informations. Bien maîtrisée, elle contribue à asseoir l’image d’un établissement et à faire évoluer les pratiques.   * Comment la communication apparaît-elle dans la stratégie du projet de l’établissement ? Dans quel but et pour quels objectifs ? * En fonction des cibles (personnels, élèves, parents), quelles sont les formes de communication privilégiées par l’établissement (écrits, réunions, rencontres, bulletin périodique, site internet) ? * Y a-t-il un plan de communication interne ? * Y-a-t-il un ou des « référents communication » clairement identifiés ? |  | **Acteurs – Actions – Moyens – Temps**  **Responsabiliser**   * Quels sont les relais mis en place dans l’établissement pour la communication interne ? * Comment l’information interne à l’établissement est-elle diffusée ? * Les vecteurs utilisés sont-ils bien appropriés ? * Comment les personnels auxquels l’information interne est destinée réagissent-ils ? * Une réflexion collective sur la communication au sein de l’établissement a-t-elle été menée ? * Quelles sont les formations proposées pour l’utilisation de l’outil numérique dans la communication ?   **Promouvoir l’image de l’établissement**   * Comment l’information est-elle actualisée et renouvelée ?   **Communiquer dans l’établissement**   * Quelles sont les modalités d’accueil des nouveaux personnels ? * Quelles sont les procédures de concertation et d’information concernant les points clés du fonctionnement (dotation horaire globale ; répartition des services ; constitution des équipes pédagogiques intervenant dans le cadre de la co-intervention, de réalisation du chef d’œuvre, de l’accompagnement personnalisé) ? * Quelles sont les modalités d’écoute et d’accompagnement des personnels ? des élèves ? * La qualité de la diffusion de l’information est-elle vérifiée ? * Comment s’assure-t-on de l’efficacité et de la pertinence des moyens utilisés ? * Quels sont les outils de communication et d’information déployés dans l’établissement (affichage, site internet, bulletin d’information périodique, calendrier) ? * Quelle est la circulation des informations ? Comment l’efficacité de la diffusion de l’information est-elle vérifiée ? * Comment la diffusion des informations aux enseignants, aux élèves, aux parents d’élèves, aux associations, aux instances, est-elle organisée ?   **Communiquer avec les familles**   * Quel est le planning des rencontres prévues avec les familles ? * Les rencontres avec les familles permettent-elles l’accueil et le suivi du jeune tout au long de son parcours (inscription, suivi avec les professeurs, orientation, poursuite d’études ou insertion professionnelle…) ? * Comment les familles sont-elles associées à des groupes de travail ? * Qu’est-il mis en place pour les familles les plus éloignées de l’institution scolaire ? | |  | | **Exemples d’indicateurs de suivi**   * Faciliter l’appropriation de l’information diffusée pour les personnels et les usagers : taux de sollicitation pour demander des informations au sujet de questions ayant déjà fait l’objet d’une communication, taux de réponses aux sollicitations de l’établissement avant d’éventuelles relances… * Indicateur de visibilité : nombre de connexion à l’ENT de l’établissement, nombre de contributeurs internes au site et autres outils de communication… * Indicateurs relatifs aux familles : taux de participation aux élections du conseil d’administration, aux réunions parents/professeurs, aux différentes actions, groupes de travail ou manifestations auxquelles elles sont invitées. * Indicateurs d’enquêtes de satisfaction (construites en interne). * Identification claire par l’ensemble des membres de la communauté scolaire des « référents communication » de l’établissement. | |

**Juin 2020 – Contributeur :**

**Dgesco A2-2 – Bureau des lycées professionnels, de l’apprentissage et de la formation professionnelle continue / Mise à jour fiche n° 16 guide 2017**

**DIAGNOSTIC PARTAGÉ**

**Act Agir**

**Objectifs**

**Points forts**

**3.6**

**Actions**

**Points faibles**