

Comité régional des Communications Regional Communications Committee



Procès-verbal
8 juillet 2009, 7h 30

Étaient présents :

Louise Patrice
Daniel Charron
Jean-Pierre Ouellet
Larry Rousseau
Douglas Marshall

Pierre Lebel, AFPC

1- Adoption de l'ordre du jour

L'ordre du jour est adopté.

2- Plan de communication régional

À partir de l'exemple du Plan de communication du Syndicat des services gouvernementaux, le comité va élaborer un plan de communication pour la région de la capitale nationale.

Il est convenu que le plan comprendra des objectifs et des résultats quantifiables.

3- Budget du comité

Il est convenu que Jean-Pierre parlera avec la trésorière de la région afin de savoir comment le comité peut fonctionner et du budget qui lui sera nécessaire.

4- Mandat du comité

Comme convenu lors de la dernière réunion, la discussion sur le mandat du comité se fait.

Il est convenu que le mandat comporte la refonte du site web, l'amélioration des communications directes avec les membres et le soutien des communications aux différents éléments structurels de la région, à la demande de ceux-ci.

Pierre Lebel informe le comité que déjà le comité d'éducation recherche l'expertise du comité de communications sur le sujet du « bullying ». La requête sera transmise aux membres du comité par courriel pour discussion lors de la prochaine rencontre.

5- Plan de communication régional

Le comité élabore les bases d'un plan de communication régional. Jean-Pierre va rédiger le plan et le soumettre au comité pour approbation.

Le Plan soumis à l'approbation est à l'annexe A de ce procès-verbal.

6- Site web régional

Pierre Lebel indique que le développement du site continue à se faire.

7 – Prochaine réunion

Le mercredi 26 août 2009, 7h 30, au restaurant Barbe, 122, rue Eddy, Gatineau.

8 – Levée de la réunion

L'ordre du jour étant épuisé, la réunion est levée.

Région de la capitale nationale Plan de communications - ÉBAUCHE

Intention

Réaliser le mandat du comité régional des communications

Contexte

- On constate une apathie généralisée chez la majorité des membres par rapport aux grandes questions syndicales, sauf quand il en va de leurs intérêts financiers immédiats.
- Il est difficile de mobiliser les membres, peu importe la gravité des enjeux qui exigent la solidarité syndicale.
- Les communications syndicales ne font pas suffisamment usage des techniques de marketing social.

Objectifs

- Mobiliser les membres
- Assurer des communications bidirectionnelles avec les membres
- Marquer la présence de l'AFPC dans la région

Publics cibles

- Les membres et la direction régionale de l'AFPC
- Le grand public

Messages clés

- Vous êtes le syndicat
- Votre syndicat vous donne le pouvoir de vous aider vous-mêmes.
- Il faut se mobiliser pour protéger nos acquis et nos droits

Démarches envisagées

- Refonte du site Web
- Promouvoir des communications bidirectionnelles
- Favoriser les communications directement avec les membres

Activités de communication

- BBQ
- Épluchette de blé d'inde
- Campagnes thématiques
- Soutien aux comités

Résultats escomptés

- Amélioration notable du site Web
- Amélioration de la qualité des communications pour qu'elles soient opportunes, pertinentes et en temps réel.

Outils

- Liste des exécutifs des sections locales
- Unionware
- Médias