



**Première réunion du Comité consultatif sur les communications**  
**Jeudi 17 juillet 2019 | de 17 h 30 à 19 h 30**  
**Bureau national de l'ACEP, 100, rue Queen, 4<sup>e</sup> étage, Ottawa**

**Compte rendu**

**Présences** : G. Gosselin, N. Giannakoulis, A. Picotte, E. Hailu, G. Toluoso, S. Gan, M. Mohammed, S. Rehman, J. Baker-Mutch et N. Bois

**Personnel de l'ACEP** : G. Phillips (président), K. Thériault (directrice des communications), S. Ndayishimiye (spécialiste des communications) et P. O'Reilly (coordonnateur de projet de communications)

**Absences** : S. Rahman, L. Patrick, J. Burns, J. Lafontaine, G. Kopytko, A. Keisman, J. Gupta et K. Ahn

**1. Ouverture et ordre du jour**

La réunion est ouverte à 17 h 50. L'ordre du jour n'est pas appliqué dans le cadre de cette première réunion pour favoriser la discussion et permettre aux membres d'exprimer leurs attentes et leurs aspirations pour le comité.

**2. Introduction**

Le président de l'ACEP, Greg Phillips, s'adresse au comité et présente ses plans pour améliorer l'ensemble des communications de l'ACEP. En 2018, l'embauche d'une directrice des communications constituait une première étape à cette fin; elle sera suivie, cette année, par un nouveau site Web et par l'élaboration d'un ensemble d'outils et de produits de communications pour mieux répondre aux besoins, aux souhaits et aux attentes des membres. En outre, M. Phillips souligne la nécessité de mieux mobiliser les membres en général.

### **3. Aperçu du mandat du comité : Président de l'ACEP**

M. Phillips confirme que le comité agira à titre d'organe consultatif. Selon l'ordre du jour, il est proposé de revoir le mandat du comité à la prochaine réunion, en septembre.

### **4. Espoirs et aspirations : Table ronde**

Les membres volontaires présentent leurs antécédents, leurs espoirs et leurs aspirations pour le comité. Voici un résumé de leurs commentaires :

A. Picotte : il aimerait que l'équipe des communications élabore des produits comportant des renseignements pratiques et utiles. Les membres ont parfois le sentiment de ne pas être informés. L'ACEP devrait se doter d'un site Web « actif » plutôt que « passif ». Elle devrait communiquer l'information aux membres et s'efforcer davantage de comprendre leur point de vue.

E. Hailu : faire connaître les réussites de l'ACEP et de ses membres. Nous employer activement à défendre les droits et les privilèges des membres. Mobiliser les membres et favoriser leur participation.

M. Mohammed : l'ACEP doit utiliser l'*application des connaissances* afin de mieux communiquer avec les membres. M. Mohammed souligne également que la composition de l'ACEP est fragmentée et que celle-ci devrait utiliser des messages personnalisés et des stratégies affirmatives. Pour être perçue comme une association qui fait autorité, l'ACEP doit avoir une proposition de valeur, une raison qui incite les membres à chercher de l'information, et établir une relation à long terme avec ces derniers. Elle doit être plus présente pour mobiliser les membres.

S. Rehman : l'ACEP devrait être plus active sur les réseaux sociaux et veiller à ce que son nouveau site Web soit convivial. Elle devrait également offrir davantage de soutien aux sections locales en ce qui concerne les questions liées aux ressources humaines et à la gestion. En outre, elle devrait mobiliser les membres dans le cadre d'activités sociales.

J. Baker-Mutch : l'ACEP devrait en faire davantage pour les nouveaux membres car, souvent, ces derniers ne connaissent pas les activités des syndicats.

N. Bois : a) Comment pouvons-nous aider les sections locales à mieux communiquer? Les membres ne communiquent pas tous, car ils pourraient devoir utiliser les serveurs de l'employeur; b) L'ACEP devrait expliquer les « zones grises » des relations de travail à ses membres. Fournir des produits d'information aux membres.

G. Gosselin : il faut améliorer le site Web. Les renseignements sont difficiles à trouver, et cela donne l'impression que l'ACEP « cache » l'information. Il faut également

expliquer la procédure relative aux griefs. Peut-être au moyen d'une brochure (p. ex. « Les griefs en 10 étapes »).

S. Gan : aborder les membres dans leur ensemble. Il est important de solliciter les commentaires des membres. Les syndicats peuvent apporter une valeur aux membres en ce qui concerne leurs droits et leurs défis en milieu de travail. Communiquer davantage sur Facebook et Twitter. Si des résultats d'enquête récents sont disponibles, ils pourraient nous être communiqués. Cela nous aiderait à guider notre travail.

N. Giannakoulis : l'ACEP devrait élaborer de meilleures méthodes de mobilisation et d'éducation. Modules avancés en matière de communications sur le site Web. Renforcer la mobilisation locale, car les membres se sentent souvent déconnectés.

D'autres discussions entre les membres du comité révèlent que ceux-ci aimeraient que l'ACEP s'engage davantage, notamment pour les aspects suivants :

- S'occuper davantage de la formation des délégués;
- Formation des dirigeants des sections locales, par exemple la manière de traiter avec la direction;
- Courriels personnalisés pour des régions ou des sections locales précises;
- Intranet ou portail des membres; meilleure mobilisation des membres;
- Habilitier les sections locales et les membres;
- Trouver des moyens de communiquer avec les cotisants « Rand » (membres non inscrits);
- Promouvoir et positionner l'ACEP; proposition de valeur plus claire, association qui fait autorité.

## **5. Structure du comité et gestion : Rôles et responsabilités**

On omet le point 5 pour poursuivre la table ronde.

## **6. Examen et approbation : Mandat du comité**

On omet le point 6 pour poursuivre la table ronde.

## **7. Remue-méninges**

Voir le point 1 du compte rendu de la réunion.

## **8. Divers**

Voir le point 1 du compte rendu de la réunion.

## **9. Prochaine réunion**

Un sondage en ligne sera envoyé aux membres en vue de la prochaine réunion, qui aura lieu en août ou en septembre. Date provisoire : le 28 août 2019.

## **10. Levée de la séance**

La séance est levée à 19 h 35.

## **Annexes**

Commentaires tirés des notes inscrites au tableau blanc par la directrice des communications, organisés par thèmes, sans ordre particulier.

### **1. Sections locales**

- Habilitier les sections locales \*(membres inscrits ou non inscrits).
- Nous devrions faire connaître et positionner l'ACEP.
- L'ACEP doit être présente dans la vie des membres avant qu'ils aient besoin de nous – les sections locales peuvent communiquer le message.
- Les sections locales sont des ambassadrices; les bénévoles peuvent aussi être des ambassadeurs.
- Les sections locales devraient s'inspirer de Statistique Canada, la référence en matière de mobilisation des membres.
- Les sections locales régionales sont désavantagées.
- Ressources limitées – où est la valeur pour les membres?
- Les grandes réussites montrent la valeur; nous devons les signaler et les accentuer.
- Cotisants « Rand » : un enjeu majeur à régler; leur recrutement et le suivi du pourcentage de cotisants « Rand » constituent une responsabilité importante des sections locales.
- Les présidents locaux veulent des façons directes de mobiliser les membres.
- Le soutien existant en matière de communications au bureau national et son importance ne sont pas assez connus – on devrait informer les sections locales.

### **2. Communications**

- Les communications sont larges et englobent les aspects suivants : mobilisation et sensibilisation des membres, défense des intérêts et relations gouvernementales (RG), gestion de la marque et de la réputation, sensibilisation des médias, gestion de crises et gestion des connaissances.
- Les ressources limitées constituent un problème important et nous obligent à prioriser minutieusement les projets de communications; limites concernant les fonds et les ressources nécessaires.
- Nous avons besoin d'une présentation PowerPoint 101 sur l'ACEP et le syndicat – nous pourrions emprunter celles d'autres organismes (IPFPC).

- Produits : ils doivent être brefs – les gens ne veulent pas trop lire.
- Stratégie de médias sociaux – caractéristiques démographiques différentes – voies différentes.
- Initiatives récentes : il faut étudier la manière dont les membres veulent recevoir des communications.
- Les communications n'ont pas évolué à l'ACEP – nous devons rattraper notre retard.
- Communiquer directement avec les membres – par courriel et en personne.
- Plateformes de TI – il faut moderniser les méthodes et les outils.
- « Si j'avais su » – il est essentiel de donner des moyens aux membres avant qu'ils aient besoin de nous.
- Quel type de membre suis-je? Confusion entre les cotisants « Rand » et les membres inscrits; il faut plus d'information – trousse d'outils des membres.
- Adapter les communications au public cible.
- Guide pratiques – il faut informer les membres.
- Les éléments essentiels ne sont pas disponibles ou sont difficiles à trouver.
- La transparence n'est pas optimale.

### **3. Marque et proposition de valeur**

- Quelle est notre marque?
- Justice sociale? Quelle est notre raison d'être?
- Manque de clarté quant à la proposition de valeur; nous avons besoin d'une proposition de valeur.
- Contact initial – faible – certains membres ne connaissent pas les services qu'ils peuvent obtenir.
- Les droits, les privilèges et les avantages des membres ne sont pas connus.
- L'ACEP doit être perçue comme une autorité en matière de travail.
- Les cotisations de l'ACEP sont faibles; toutefois, certains membres croient que l'ACEP est inutile et qu'elle n'a aucun pouvoir, aucune influence, aucune valeur.
- L'apathie chez les membres est souvent causée par une perception négative.
- Les réussites doivent être communiquées – des témoignages sont nécessaires.
- Nous devons expliquer pourquoi les renseignements relatifs aux négociations ne sont pas communiqués; le manque de transparence nuit à la marque.
- La communication d'un certain type de renseignements comporte un risque; nous pourrions être poursuivis si nous diffusons des informations erronées sur des questions sensibles.
- L'application ou le transfert des connaissances et l'éducation doivent faire partie de la proposition de valeur.

### **4. Cotisants « Rand »**

- Une stratégie de mobilisation s'impose.
- Une stratégie de sensibilisation s'impose.

- Les cotisants « Rand » ne reçoivent pas de communications des sections locales – nous ne devons pas régler les coordonnées sans autorisation – le consentement est nécessaire – nous pourrions ajouter des cases à cocher pour l’inscription des cotisants « Rand » : « Je veux recevoir de l’information : a) de l’ACEP; b) de la section locale.

## **5. Formation des délégués**

- La formation des délégués fait partie de la proposition de valeur.
- Nous devons tirer le maximum de nos ressources.
- Motiver les gens.
- Nous ne pouvons pas satisfaire tout le monde.
- Des communications sporadiques mais utiles sont acceptables; offrir la possibilité de s’abonner au bulletin.
- Nous devrions utiliser davantage le courriel et les tableaux d’affichage dans les ministères.
- Placer les membres au premier plan.
- Inscription des membres – nous pourrions ajouter une question relative au consentement.

## **6. Membres**

- Crainte de la stigmatisation, « culpabilité par association ».
- Tenir compte de l’ensemble des membres – convaincre les membres de la valeur que représente l’ACEP.

## **7. Besoins**

- Un meilleur site Web
- Stratégie d’habilitation des sections locales
- Stratégie de recrutement des cotisants « Rand »