

Les activités de
relations publiques

**Guide de planification
à l'intention des
centres de la petite enfance,
des garderies et
des bureaux coordonnateurs
de la garde en milieu familial**

Édition 2006

Réalisation

Ministère de la Famille, des Aînés et de la Condition féminine

Coordination

Direction des relations publiques et des communications

Rédaction

Direction de la coordination et du soutien aux opérations
Direction des relations publiques et des communications

Collaboration

Bureau du sous-ministre adjoint
Direction des services à la famille du Sud

Révision linguistique

Direction des relations publiques et des communications

Graphisme

Direction des relations publiques et des communications

Table des matières

Introduction	1
1. Élaboration d'un plan de communication.....	2
2. Partage des rôles et des responsabilités en matière de communication	5
3. Moyens de communication.....	6
4. Relations avec les médias.....	9
5. Conseils pour la conférence de presse	12
6. Conseils pour l'invitation.....	14
7. Conseils pour les allocutions	16
8. Conseils pour la rédaction d'une allocution	18
9. Canevas d'un plan d'organisation	22
10. Aide-mémoire pour les points à vérifier.....	26

Annexes

- Annexe 1 : Modèle d'un plan de communication annuel
- Annexe 2 : Modèle d'un plan d'organisation
- Annexe 3 : Modèle d'invitations
 - 3.1 Invitation générale
 - 3.2 Invitation personnalisée
 - 3.3 Invitation aux médias
- Annexe 4 : Modèle de déroulement d'une activité
- Annexe 5 : Modèle d'allocution
- Annexe 6 : Modèle d'un communiqué

Introduction

Qu'il s'agisse d'une première pelletée de terre symbolique, d'une inauguration officielle, d'un anniversaire de fondation ou de la signature d'une entente avec des partenaires, un centre de la petite enfance, une garderie ou un bureau coordonnateur de la garde en milieu familial est appelé à organiser des activités de communication destinées à sa clientèle, au public, à ses partenaires ainsi qu'aux médias locaux et régionaux. Il est important de bien planifier, coordonner, mettre en œuvre et superviser ces activités.

Étant donné leur rayonnement grandissant dans la collectivité, les services de garde doivent de plus en plus souvent utiliser des moyens de communication nécessaires pour réaliser certaines activités ou manifestations publiques.

Planifier ses communications contribue à entretenir de bonnes relations avec ses partenaires, à mieux informer la communauté des activités de l'organisation et à donner de celle-ci une image dynamique. Il aide aussi à susciter un sentiment d'appartenance chez le personnel et de fierté chez la clientèle.

Conçu comme un outil de base pouvant s'adapter à diverses situations, ce guide vise donc à soutenir les centres de la petite enfance, les garderies et les bureaux coordonnateurs de la garde en milieu familial dans ces activités. Il présente les principaux éléments de relations publiques efficaces, allant du plan de communication à l'organisation d'une conférence de presse et aux conseils pour rédiger une allocution.

La première partie porte sur la planification des activités de communication, sur les diverses facettes des communications et sur les moyens usuels. On y trouvera des conseils concernant l'ordre de salutation des invités et invitées au début d'une allocution, l'ordre dans lequel ils prendront la parole ainsi que des conseils sur la rédaction d'allocutions.

La seconde partie est constituée d'exemples pratiques : modèles d'invitation aux médias, d'invitation officielle, d'allocution et de communiqué de presse.

Précisons enfin que ce guide peut servir tant pour la planification annuelle que pour la planification d'une activité particulière.

1. Élaboration d'un plan de communication

Historique

L'historique est la narration des événements marquants dans leur ordre chronologique. Il peut servir de canevas pour les activités de communication et se révéler nécessaire pour suivre l'évolution des événements qui ont conduit à la situation présente.

État de la situation

Il consiste à analyser la situation, à établir les tenants et les aboutissants d'un dossier. Il trace, en somme, le portrait de la situation et explique la raison d'être du plan de communication.

Problématique

L'examen de la problématique permet de cerner et de comprendre les éléments qui commandent une action de communication et de déterminer le besoin à satisfaire. À partir de l'analyse de la situation, de l'activité ou de la décision, on pourra mesurer les conséquences.

Voici quelques exemples de questions qu'il peut être utile de se poser au cours de cet exercice :

- quelles sont les particularités des services offerts?
- existe-t-il des projets innovateurs?
- l'organisation est-elle bien connue dans la communauté?
- quel est le degré de satisfaction de sa clientèle? Comment cette dernière manifeste-t-elle ses opinions? L'organisation reçoit-elle des suggestions? Des plaintes? De qui proviennent-elles?

Cet examen permet de dégager les thèmes prioritaires de communication à exploiter de même que les aspects à corriger ou à faire connaître.

Objectifs de communication

De façon générale, les communications visent à informer, à sensibiliser, à mobiliser le public, à modifier ou à renforcer les opinions, à mieux les faire comprendre, etc.

À cette étape, on précise les résultats attendus de l'activité de communication. Quels en sont les motifs et les objectifs? Veut-on informer, susciter l'intérêt ou tout simplement souligner les efforts déployés? Cherche-t-on à augmenter sa clientèle, à faire connaître de nouveaux services, à recruter de nouvelles personnes responsables d'un service de garde en milieu familial?

Les objectifs devraient déterminer les publics cibles et le résultat à atteindre. On n'en est pas encore au choix des moyens pour y parvenir.

Publics (clientèles)

Dès que l'on songe à l'organisation d'une activité, on a déjà une certaine idée des publics cibles. Il faut s'assurer qu'il existe une relation directe entre les publics et les objectifs visés. Les publics cibles peuvent être :

- les parents utilisateurs des services de garde;
- l'ensemble des parents d'enfants de moins de cinq ans;
- les organismes de santé et de services sociaux (ex. : CLSC);
- les instances gouvernementales;
- les organismes communautaires;
- etc.

Il faut faire connaître à l'avance au personnel le plan de communication afin qu'il soit partie prenante dans l'activité. On crée ainsi des conditions favorables pour atteindre les objectifs de communication.

Stratégie

Comment atteindre ses objectifs? Quelle est l'approche à privilégier?

En règle générale, la stratégie dépend beaucoup du moment choisi pour l'activité, du type de communication retenu (ex. : choix des invités, invitation de la presse, lettre aux parents, etc.).

Voici les étapes de base pour établir la stratégie :

1. Participation des divers intervenants :

- i. les municipalités;
- ii. les ministères concernés;
- iii. les élus;
- iv. les partenaires (ex. : architecte, entreprise de construction, commanditaire, association représentative).

2. Mobilisation du personnel

- Sa collaboration est essentielle à la réussite de l'activité.

3. Choix d'un porte-parole officiel**4. Pochette de presse**

Axe de communication

A-t-on un message à transmettre? Quelle est l'idée maîtresse qui oriente et détermine l'activité de communication?

Moyens

Quels outils permettront d'atteindre les objectifs fixés? Aura-t-on recours à l'imprimé (feuillet, affiche, lettre circulaire, etc.)? On doit s'assurer d'une adéquation entre les dépenses prévues, le public et les objectifs visés.

Il faut prévoir les installations et le matériel nécessaires : salle pour la tenue de l'activité, photocopie, décoration, articles-souvenirs, animation, etc.

On devrait choisir les moyens en fonction des objectifs visés.

Le meilleur atout : la créativité.

Budget

Quelles seront les ressources (humaines, financières et matérielles) nécessaires pour mettre en œuvre le plan de communication?

Répartir le budget selon les moyens prévus.

Toujours prévoir une réserve pour les imprévus.

Échéancier

Dans quelle séquence devra-t-on préparer et mettre en œuvre les différents moyens prévus par le plan?

Toujours prévoir un délai suffisant et se laisser une marge de manœuvre.

Prévoir un délai pour la distribution de l'information (ex. : un feuillet remis à tous les parents).

Autorisation

Il est important d'obtenir au préalable l'autorisation écrite des parents ou tuteurs des enfants susceptibles d'être photographiés, de même que celle de toute personne dont on pourrait prendre des photos.

2. Partage des rôles et des responsabilités en matière de communication

L'élaboration d'un plan de communication exige temps et réflexion. Cette étape franchie, on passe à la réalisation du plan. Le succès de l'activité repose souvent sur le travail d'équipe et il est important que les tâches et les responsabilités soient définies et connues.

Conseil d'administration ou titulaire de permis	<p>Approuve le plan de communication ou l'élaboration d'un projet de communication.</p> <p>Désigne le ou la porte-parole.</p> <p>Fait les invitations et signe les communiqués de presse.</p> <p>Propose un budget annuel consacré aux activités de communication lors de l'assemblée générale.</p>
Responsable de la gestion	<p>Élabore le plan de communication puisqu'il est au fait des nombreux éléments à prendre en compte.</p> <p>Compte tenu de sa tâche, il peut se faire assister par une ou deux personnes. Ses collaborateurs doivent connaître les besoins, les difficultés, les ressources de l'organisme et le type de démarche à effectuer.</p> <p>Réalise le plan ou l'activité en collaboration avec d'autres personnes : membres du conseil d'administration, parents utilisateurs, membres du personnel ou ressources externes.</p>
Rédacteur	<p>Rédige le message dans un langage clair et accessible : le texte doit être revu par l'instance désignée, soit la personne responsable de la gestion ou le conseil d'administration, notamment pour vérifier le contenu et s'assurer que le texte ne contient ni erreur, ni faute d'orthographe.</p>
Porte-parole	<p>S'exprime au nom de l'organisation et répond aux questions des médias.</p> <p>Peut être le président ou la présidente du conseil d'administration, le titulaire de permis ou la personne responsable de la gestion.</p>
Parents utilisateurs, responsables d'un service de garde en milieu familial, personnel	<p>Peuvent être des communicateurs hors pair et des aides précieuses dans la réalisation de l'activité.</p> <p>S'assurer de leur collaboration en les tenant bien informés des orientations et des caractéristiques de l'organisation. Leur contribution favorise un climat propice à une communication efficace.</p>

Petit conseil : pour ne rien omettre, utiliser l'aide-mémoire suggéré dans le document.

3. Moyens de communication

Identification visuelle	<p>Consiste en une illustration ou un symbole accompagné du nom du centre de la petite enfance, de la garderie ou du bureau coordonnateur de la garde en milieu familial pour le faire connaître et reconnaître. Le logo ou le graphisme sert pour tout le matériel de communication ou de promotion : papier à en-tête, cartes professionnelles, enveloppes, etc.</p> <p>Doit être facile à reproduire en différentes dimensions et pouvoir s'enrichir d'autres éléments (pour une enseigne extérieure ou une affiche, par exemple).</p>
Dépliant	<p>Peut être conçu pour présenter les caractéristiques générales de l'organisation, pour présenter de l'information particulière quant aux groupes d'enfants, aux activités, aux heures d'ouverture, etc.</p> <p>Ne donne que les renseignements essentiels, car comme son nom l'indique, c'est un feuillet plié en deux, trois ou quatre volets. Le contenu détermine le nombre de volets.</p> <p>En règle générale, les deux faces visibles comportent le titre, le sous-titre ou un slogan, un élément visuel, le nom du centre de la petite enfance, de la garderie ou du bureau coordonnateur de la garde en milieu familial, son logo et ses coordonnées. Les autres faces communiquent le message présenté sous un ou plusieurs titres.</p> <p>Questions à se poser :</p> <ul style="list-style-type: none">• Les renseignements risquent-ils de changer rapidement? Si c'est le cas, prévoir un tirage limité et des révisions périodiques, ce qui entraîne d'autres frais.• Produira-t-on un dépliant maison ou confiera-t-on certaines étapes à des professionnels, par exemple le graphisme ou l'impression?• Quel mode de diffusion serait le plus approprié?
Brochure	<p>Se prête à une diffusion visant une clientèle plus large et contient des renseignements généraux.</p> <p>Outil plus coûteux que le dépliant mais plus complet. On peut y présenter un bref historique de l'organisation, ses orientations générales, sa structure et ses activités. Il faut choisir un nombre restreint de thèmes mais les exposer de façon à tracer un portrait clair du service.</p>

Document mettant en valeur l'organisation	<p>Tout document qui met en valeur les caractéristiques du centre de la petite enfance, de la garderie ou du bureau coordonnateur de la garde en milieu familial, qui reflète sa personnalité, constitue un outil de promotion (ex. : programme d'activités spécifique ou coordination territoriale des services de garde en milieu familial).</p>
Commandite	<p>Moyen de communication simple et financièrement avantageux pour les deux parties.</p> <p>Permet au centre de la petite enfance, à la garderie ou au bureau coordonnateur de la garde en milieu familial de profiter de la visibilité associée au commanditaire tout en obtenant un financement pour un projet donné.</p> <p>Conseils : Bien établir ses priorités. Lorsqu'on cherche des commanditaires, s'assurer que leurs valeurs de base correspondent à celles de l'organisation.</p> <p>Estimer la valeur globale du projet et la part de cette valeur que l'on est prêt à céder à un ou des commanditaires.</p> <p>Bien évaluer le plan de visibilité offert. Celui-ci doit prendre en compte l'importance de l'investissement et être équitable.</p> <p>Déterminer ce que l'on offre :</p> <ul style="list-style-type: none"> • installation d'une bannière; • prise de parole durant l'activité; • message de la part du commanditaire ou remerciements dans la documentation de l'activité; • publicité conjointe avec logo; • présence sur les lieux lors de l'activité et possibilité d'offrir ses produits; • identification visuelle du commanditaire (par exemple, afficher son logo à l'entrée des locaux ou dans la page d'accueil du site Internet en reconnaissance de sa contribution au financement); • etc.
Affiche	<p>Permet de communiquer le message en un instant et lui assure une visibilité maximale. Le texte sert à concrétiser et verbaliser ce que l'image représente.</p> <p>Normalement utilisé pour annoncer une activité, lancer un mot d'ordre ou propager une image à l'aide d'un slogan. C'est un bon support pour une campagne de financement, de recrutement, ou toute autre campagne.</p>

Internet

Permet de se faire connaître à peu de frais car il abolit les distances et ouvre la porte du centre de la petite enfance, de la garderie ou du bureau coordonnateur de la garde en milieu familial sans exiger de déplacement de la part de ses visiteurs. Un site de base fonctionne un peu comme une brochure d'entreprise, c'est-à-dire qu'il présente de l'information générale sur l'organisation, une description de ses services ainsi que ses coordonnées.

Toutefois, Internet reste un support auquel il convient d'appliquer les mêmes règles qu'à tout document public :

- des objectifs clairement définis;
- une adéquation entre le moyen et le public cible;
- une bonne présentation écrite et un intérêt visuel;
- une information à jour (si on décrit une activité qui a eu lieu il y a plusieurs mois, on perd de la crédibilité).

N. B. : Il est important d'enregistrer le site Internet dans les moteurs et répertoires de recherche en plus de le publiciser.

4. Relations avec les médias

Recourir aux médias peut se révéler efficace pour faire connaître ses activités à un large public.

Catégories de médias

Les médias, qu'ils soient nationaux, régionaux, locaux ou communautaires, se distinguent par leurs objectifs, leurs publics cibles, leurs supports (imprimé, radio, télévision et Internet) et leur fonctionnement.

Il est important de connaître le public cible des médias choisis, le type d'information véhiculé et la fréquence de diffusion.

Les centres de la petite enfance, les garderies et les bureaux coordonnateurs de la garde en milieu familial sont susceptibles d'utiliser les médias locaux ou communautaires pour faire connaître leurs services et leurs activités, augmenter leur clientèle et, selon le cas, recruter du personnel ou des responsables d'un service de garde en milieu familial. Il peut donc être utile de :

- constituer une liste de ces médias;
- cibler les chroniques ou les émissions susceptibles de s'intéresser au dossier des services de garde;
- prendre note des jours et des heures de tombée (date et heure limites pour fournir les communiqués et les articles à diffuser);
- noter les coordonnées des journalistes qui couvrent les secteurs à caractère social.

Formes de l'information

Communiqué de presse

Sert à transmettre un message relativement court pour annoncer une manifestation, une activité ou une nomination, expliquer une situation, donner un point de vue, etc.

Rédigé avec sobriété et concision de manière à fournir l'information la plus pertinente : qui fait quoi, pourquoi et comment, quand et où?

Pour qu'il soit publié, le communiqué doit susciter l'intérêt du journaliste; de là l'importance d'un titre éloquent et d'une rédaction claire.

Dossier de presse

Contient un ensemble de documents écrits (dont le communiqué), et visuels (photos, illustrations). Il sert à présenter l'organisation, à compléter ou illustrer l'information fournie dans le communiqué.

Chronique	Efficace en raison de son caractère régulier. Il est important de respecter cette régularité ainsi que les délais de publication. Il faut aussi bien connaître le lectorat afin de proposer des sujets appropriés et s'assurer d'avoir suffisamment de matière.
Article	Permet d'approfondir un sujet. Pour susciter l'intérêt de la publication à laquelle on propose l'article, il faut présenter des arguments percutants sur un sujet, mais surtout présenter celui-ci de façon originale.
Entrevue	Permet de faire connaître ses services, ses activités, ses points de vue. C'est un bon moyen pour toucher un vaste public. L'objectif étant de renseigner, il est important que le message soit clair. Par conséquent, une bonne préparation s'impose.
Publicité	A l'avantage de présenter tel quel le message que l'on veut transmettre. Pour les services de garde, les médias régionaux et locaux sont les plus efficaces tout en offrant des tarifs accessibles. Il peut arriver aussi que l'achat de publicité offre la possibilité de diffuser un communiqué, de faire publier des articles, des photos, etc.
Autres canaux de diffusion	Peuvent compléter les autres moyens de communication. Il faut se tenir à l'affût pour trouver des moyens efficaces et adaptés à la réalité de la région ou du quartier, par exemple : <ul style="list-style-type: none"> • journaux d'association ou d'entreprises; • bottin de quartier; • service d'annonces communautaires; • tableaux d'affichage de commerces; • portails régionaux et Internet.
Relations publiques	Permettent le contact direct avec la clientèle. Il faut établir ses objectifs de communication et déterminer son public cible. Il est important de s'informer des activités populaires et des endroits fréquentés.
Stand d'exposition	Lieu privilégié pour communiquer, il permet de s'intégrer dans une manifestation à caractère régional (colloque, exposition, etc.) et de recueillir des renseignements utiles sur les perceptions du public et sur ses attentes relativement aux services offerts par l'organisation.
Journée portes ouvertes	Consiste à inviter la population à venir sur les lieux pour prendre connaissance des activités offertes et découvrir l'environnement dans lequel celles-ci se déroulent. Traduit bien la volonté de s'ouvrir sur son milieu et de se rapprocher de la population.

Permet d'amorcer des échanges utiles, de mettre en contact les personnes qui ont des intérêts communs. C'est un bon moyen de prendre le pouls de la population à propos de l'organisation.

Activités spéciales

Peuvent être envisagées pour souligner un événement marquant (le premier anniversaire du centre de la petite enfance, de la garderie ou du bureau coordonnateur de la garde en milieu familial), une entente de service avec un partenaire, la contribution d'un commanditaire, etc. Entretenir un climat propice aux échanges s'avère toujours rentable.

Exemples d'activités :

- 5 à 7;
- pique-nique;
- brunch;
- dégustation de spécialités régionales ou autres;
- gala de remise de prix d'excellence;
- collecte de fonds;
- etc.

5. Conseils pour la conférence de presse

Faire une liste des médias à inviter	Vérifier la liste avant de faire les invitations : <ul style="list-style-type: none">- presse écrite : quotidiens et hebdos de la région;- presse électronique : stations de radio et de télévision de la région.
Date	<p>S'informer des jours de tombée pour les hebdos régionaux si on désire un article dans l'édition de la prochaine fin de semaine.</p> <p>Tenir la conférence à 10 h ou 10 h 30 est idéal si on désire que le bulletin d'information du midi en fasse état.</p>
Invitation	<p>L'envoyer quelques jours (environ dix jours) avant la date de la conférence. Un rappel téléphonique la veille ou le matin de l'activité est indispensable.</p> <p>L'invitation doit être claire, originale, afin de susciter la curiosité et l'intérêt des journalistes et ainsi les convaincre d'assister à la conférence.</p> <p>Attention! On ne parle pas de convocation des médias, mais plutôt d'invitation puisque leurs représentants et représentantes ont le choix de couvrir ou non l'événement.</p>
Formule de l'invitation	<p>Le texte doit préciser le nom de la personne qui sollicite la présence des médias. Ce n'est pas le centre de la petite enfance, la garderie ou le bureau coordonnateur de la garde en milieu familial qui invite mais plutôt le directeur ou la directrice, le président ou la présidente du conseil d'administration ou le titulaire de permis.</p> <p>Préciser d'abord l'objet de la conférence, puis les coordonnées : date, heure, lieu et, au besoin, indications sur le trajet pour s'y rendre et sur le stationnement. Il est préférable de préciser si un goûter sera servi. Mentionner la source, c'est-à-dire la personne qui peut donner des compléments d'information.</p>
Rappel téléphonique	Il permet de s'assurer de la présence des journalistes et du nombre de médias qui ont l'intention d'assister à la conférence.
Matériel d'information	L'élaboration du message, la rédaction des discours et du communiqué doivent présenter les éléments d'information qui expliquent l'importance de l'événement qui fait l'objet de la conférence.

Pochette de presse

On peut y mettre un bref historique du centre de la petite enfance, de la garderie ou du bureau coordonnateur de la garde en milieu familial, des documents sur sa mission et sur le déroulement de la conférence, les textes de remerciements particuliers, des dessins d'enfants et le communiqué de presse, etc. Ne pas oublier, s'il y a lieu, les photos, plans, etc.

Pour faciliter la tâche des médias

Si on a réservé une salle dans un immeuble qui en compte plusieurs, prévoir des panneaux de signalisation pour que les journalistes puissent trouver rapidement le lieu de la conférence.

Vérifier la possibilité de branchements électriques et audio (raccord de sonorisation) si on invite des médias électroniques.

Fournir la liste et le titre des personnes qui prendront la parole ou, si elles sont assises à une table, les identifier au moyen de chevalets de table.

Prévoir, derrière les intervenants, un panneau ou une affiche où figurera le logo du centre de la petite enfance, de la garderie ou du bureau coordonnateur de la garde en milieu familial, de façon que cet élément visuel soit bien visible dans les photos et les images télévisuelles, s'il y a lieu.

Prévoir aussi un vestiaire, de l'espace suffisant pour la presse, une table d'accueil, du café, etc.

Le jour J

Arriver assez tôt pour inspecter la salle et juger de l'effet d'ensemble.

Convoquer les intervenants au moins une demi-heure avant le début de la conférence. Leur rappeler le déroulement détaillé de l'activité et s'assurer d'avoir des copies supplémentaires des discours prononcés par les membres de la direction de l'organisation.

Pour une conférence de presse efficace

- Ne pas stresser les intervenants;
- Éviter les longs discours;
- Éliminer tout jargon hermétique;
- Respecter le protocole pour la prise de parole;
- Prévoir une période de questions dirigée par l'animateur ainsi que du temps et l'espace approprié pour les entrevues individuelles avec les médias régionaux;
- Faire un suivi dès la fin de la conférence (on peut également faire parvenir une pochette aux médias qui n'ont pas donné suite à l'invitation).

6. Conseils pour l'invitation

La carte d'invitation doit fournir des renseignements brefs et précis qui résument l'activité annoncée.

Qui invite?

La présidente du conseil d'administration
La directrice générale
La présidente du conseil d'administration et la directrice
Le propriétaire
Le président du conseil d'administration

À qui s'adresse l'invitation?

- a le plaisir de vous* inviter...
- ont l'honneur de vous* inviter...
- a le plaisir d'inviter _____ *

** Habituellement, on n'inscrit pas sur une carte d'invitation le nom, ni le titre de la personne que l'on a invitée, sauf dans le cas d'une invitation personnalisée où l'on inscrit à la main le titre, le nom et le titre ou seulement le nom :*

- *Madame la ministre de la Famille, des Aînés et de la Condition féminine*
- *Madame ..., ministre de la Famille, des Aînés et de la Condition féminine ou Madame ...*

Pour quel motif ou pour quelle occasion transmet-on l'invitation?

- à l'inauguration de...
- à la réception donnée à l'occasion de...
- à la cérémonie d'ouverture de...
- à la conférence de presse organisée à l'occasion de...
- à la signature d'une entente...
- au dévoilement de...
- au lancement de...
- à la remise de...
- à la journée portes ouvertes
- à la cérémonie de la première pelletée de terre des travaux de... et à la conférence de presse qui suivra

Quand l'activité est-elle prévue?

- le vendredi 13 décembre 2006, à 17 heures
- le lundi 16 décembre 2006, à 17 h 30
- le mardi 17 décembre 2006, de 17 h à 18 h 30

Le cas échéant, en présence de qui aura lieu l'activité?

- Ce lancement aura lieu en présence :
- de madame ..., ministre de la Famille, des Aînés et de la Condition féminine,
 - de madame ...,
 - de la députée de... (nom de la circonscription)
 - des représentants des médias

**À quel endroit
aura lieu
l'activité?**

- à la salle 3.2 de l'hôtel de ville de Choseville, situé au... (adresse)
- dans les nouveaux locaux du Centre de la petite enfance L'alphabet au complet, situés au... (adresse)
- au futur emplacement de la Garderie Un, deux, trois situé à... (lieu, adresse)

**Quels sont les
autres
renseignements
pertinents?**

- sortie 122 de l'autoroute Jean-Lesage (20), en direction de Choseville
- métro Jean-Talon
- accès par l'entrée sud
- stationnement gratuit au 225, rue du Parc
- en cas de pluie, l'activité sera reportée au lendemain
- en cas de pluie, l'activité aura lieu à la salle... (nom et adresse)

**Par quels
moyens peut-on
répondre à
l'invitation?**

- RSVP avant le 6 décembre 2006
Téléphone : 514 123-1234 – Télécopieur : 514 123-1245
- Prière de répondre avant le 6 décembre 2006
- Nous vous prions de confirmer votre présence par téléphone avant le 6 décembre 2006 auprès de madame ..., au 514 123-1234

7. Conseils pour les allocutions

Les allocutions sont généralement un temps fort des activités publiques ayant un caractère officiel. Il faut donc porter une attention particulière autant à la préparation des allocutions qu'au cadre dans lequel elles seront prononcées.

Contenu des allocutions

Quelques idées maîtresses, des phrases courtes, un vocabulaire précis, l'élimination des formes négatives, ainsi qu'une utilisation judicieuse de l'humour, de statistiques et de références à l'actualité ou au contexte figurent parmi les moyens de rendre une allocution efficace.

Il est de mise pour les porte-parole de s'informer mutuellement du contenu des textes qui seront prononcés et, le cas échéant, des communiqués de presse qui seront diffusés.

Structure des allocutions

Il est d'usage dans une allocution :

- de saluer les invités et invitées dans l'ordre hiérarchique, du plus important au moins important;
- de remercier les membres de l'auditoire d'être présents et pour le privilège de pouvoir s'adresser à eux. Par exemple, remercier les participants, les représentants des médias d'avoir accepté l'invitation;
- de faire une entrée en matière rappelant le message associé à l'activité, les circonstances, les motifs, les attentes ou l'historique ayant mené à la démarche ou à la réalisation soulignée;
- de souligner la contribution de ceux et celles qui ont été associés à la démarche ou à la réalisation (*qu'ils soient présents ou non*);
- de témoigner de son engagement à l'égard de l'événement ou de l'idée qui rassemble les membres de l'auditoire. Par exemple, l'épanouissement des enfants, la qualité des services, le soutien à la famille;
- et de conclure en évoquant une perspective d'avenir. Par exemple, avec un engagement, un souhait, une promesse, une vision d'avenir.

Préséance dans la prise de parole

Au départ, l'hôte prend brièvement la parole pour accueillir les membres de l'auditoire.

Ensuite, l'hôte ou le maître de cérémonie invite dans l'ordre hiérarchique, du moins important au plus important, les orateurs à prendre la parole.

La dernière allocution est donc réservée à la personne la plus importante, sous réserve d'un réaménagement parfois nécessaire en raison de sa disponibilité ou de ses préférences.

Ordre des salutations initiales

En début d'allocution, on salue les invités et invitées en ordre décroissant d'importance, c'est-à-dire d'abord la personne dont le statut est le plus élevé sur le plan hiérarchique, puis les autres invités jusqu'au moins important. (*Monsieur le Premier Ministre, Madame la Ministre d'État, Monsieur le Ministre, Madame la Ministre déléguée, Monsieur le Député, Monsieur le Maire, Monsieur le Sous-Ministre, Madame la Présidente du conseil d'administration, etc.*).

On recommande de grouper les salutations lorsque plusieurs personnalités de même rang sont présentes (*Mesdames et Messieurs les Ministres, Mesdames et Messieurs les élus*), si le temps fait défaut et que l'activité réunit un grand nombre d'invités d'honneur (*Chers invités*).

Durée des allocutions

Il importe de limiter la durée de l'ensemble des allocutions à une période maximale de 15 à 20 minutes.

Il est de mise de déterminer avec précision le temps alloué à chacun des orateurs et de les en informer d'avance en leur transmettant le déroulement détaillé de l'activité.

On alloue quelques minutes de plus à l'orateur principal.

Nombre d'orateurs

Seules des personnes qui ont un lien direct avec l'événement que l'on souligne sont invitées à prononcer une allocution.

Une seule personne s'exprime au nom d'un établissement ou d'une organisation.

8. Conseils pour la rédaction d'une allocution

Les phrases courtes facilitent la lecture. De plus, on recommande d'utiliser un caractère à empattements (par exemple Times Roman) de 16 ou 18 points à double interligne et de paginer le tout.

<p>Madame la Ministre (ou Monsieur le Ministre),</p> <p>Madame la Députée (ou Monsieur le Député),</p> <p>Madame la Mairesse (ou Monsieur le Maire),</p> <p>Madame la Présidente du conseil d'administration (ou Monsieur le Président),</p> <p>Madame la représentante ou Monsieur le représentant du ministère de la Famille, des Aînés et de la Condition féminine,</p> <p>Mesdames et Messieurs les représentants des médias,</p> <p>Chers invités, Chers enfants,</p>	<p>Saluer les invités par ordre de préséance, du plus important au moins important.</p> <p>Regrouper les salutations semblables : Mesdames et Messieurs les Ministres, Mesdames et Messieurs les Députés...</p> <p>En l'absence d'un ministre ou d'un député et d'un membre de cabinet remplaçant la ministre de la Famille, des Aînés et de la Condition féminine, saluer la représentante ou le représentant du ministère de la Famille, des Aînés et de la Condition féminine (directeur ou directrice des services à la famille, conseillère ou conseiller aux services à la famille).</p> <p>S'il y a de nombreux invités et invitées, saluer seulement l'invité principal et regrouper les autres invités dans une seule salutation.</p>
<p>Je suis très heureux de vous accueillir à l'inauguration*</p> <p>du Centre de la petite enfance L'alphabet au complet**.</p>	<p>Exprimer le plaisir de recevoir les invités à cette occasion. Remercier les membres de l'auditoire d'avoir accepté l'invitation.</p> <p>* ou à :</p> <ul style="list-style-type: none">- ce x^e anniversaire;- cette première pelletée de terre symbolique;- cette journée portes ouvertes;- cette cérémonie qui marque la fin des travaux de rénovation;- l'ouverture de nouveaux locaux;- la coupe symbolique du ruban;- la signature officielle. <p>** ou de :</p> <ul style="list-style-type: none">- notre installation, de notre nouvelle installation

<p>Je tiens à vous remercier d'avoir accepté notre invitation.</p> <p>Vous êtes les témoins, aujourd'hui, d'une réalisation dont nous sommes très fiers, puisqu'elle résulte de la mise en commun de nombreux efforts.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - notre bureau coordonnateur de la garde en milieu familial; - notre nouveau programme; - l'entente entre notre garderie et... <i>(le nom du partenaire)</i>.
<p>En effet, l'aboutissement de notre projet :</p> <ul style="list-style-type: none"> - montre la force du partenariat; - illustre notre volonté d'offrir des services adaptés aux besoins des enfants et des familles; - confirme notre engagement à l'égard du développement des enfants; - met en lumière l'engagement des parents et de nos autres partenaires à l'égard du mieux-être des enfants et des familles; - comble un besoin bien réel dans notre communauté; - illustre l'esprit novateur et le dynamisme de notre milieu; - redonne la priorité à une offre de services diversifiée. 	<p>Souligner les éléments distinctifs et innovateurs du projet. Par exemple sa situation, son architecture, la réponse aux besoins des clients, l'intégration d'une clientèle particulière, l'adaptation au contexte culturel, l'apport des autres partenaires, la mise en commun de ressources, l'éveil à la lecture, etc.</p>

Au nom des parents et des enfants, je voudrais remercier ceux et celles qui ont collaboré à cette réalisation, tout particulièrement :

- les membres du conseil d'administration (et, en particulier, M^{me} ou M. XYZ, pour...);
- les membres de la direction et du personnel (du centre de la petite enfance, de la garderie ou du bureau coordonnateur de la garde en milieu familial) et, tout spécialement, M^{me} ou M. XYZ, pour...;
- la chargée ou le chargé de projet, M^{me} ou M. XYZ, pour...;
- la municipalité de XYZ (et, en particulier, M^{me} ou M. XYZ, pour...);
- la commission scolaire ou le cégep XYZ (particulièrement, M^{me} ou M. XYZ, pour...);
- la Conférence régionale des élus de... (*la région*) pour...;
- le CLSC, le CLD, etc.

Dans le cas de courtes allocutions ou pour éviter toute redondance avec les autres allocutions :

1) adresser des félicitations générales

ou

2) s'il le faut absolument, féliciter seulement les organisations et les personnes qui ont apporté une contribution plus significative (*voir les exemples ci-contre*)

<p>Je tiens également à souligner le soutien que notre projet a reçu du ministère de la Famille, des Aînés et de la Condition féminine, sur le plan financier et sur le plan technique.</p>	<p>Mentionner le soutien financier et technique du Ministère dans la mise en œuvre du projet et dans son soutien futur.</p>
<p>En conclusion, je vous invite à vous joindre à nous :</p> <ul style="list-style-type: none"> – pour la traditionnelle coupe du ruban; – pour le dévoilement de la plaque commémorative soulignant...; – pour la visite de notre nouvelle garderie; – pour la levée de la première pelletée de terre de notre future installation; – etc. 	

9. Canevas d'un plan d'organisation

<p style="text-align: center;">TITRE DE L'ACTIVITÉ DE COMMUNICATION</p> <p style="text-align: center;">CANEVAS D'UN PLAN D'ORGANISATION</p> <p style="text-align: center;">(DATE)</p>

DATE :	(jour/mois/année)
HEURE :	xx h xx
LIEU :	(adresse complète/nom ou numéro de la salle)

RESPONSABLE :	
	Téléphone :
	Télécopie :
	Courriel :

1. Type d'activité (première pelletée de terre, inauguration, conférence, portes ouvertes, etc.)

2. Lieu

3. Porte-parole (directeur ou directrice, président ou présidente du CA, titulaire de permis)

4. Scénario proposé et déroulement

Animateur ou animatrice :

Invités et invitées d'honneur :

Déroulement

xx h xx Mot de bienvenue
Présentation des invités et invitées

xx h xx Allocution(s)
1. (Nom et fonction du ou de la porte-parole) :
Durée : x minutes
Sujet :

•

2. (Nom et fonction du ou de la porte-parole) :
Durée : x minutes
Sujet :

•

3. (Nom et fonction du ou de la porte-parole) :
Durée : x minutes
Sujet :

•

xx h xx Coupe du ruban, remise de plaques, remise de dessins, de cadeaux-souvenirs, etc.

xx h xx Période de questions
xx h xx Bénédiction des lieux ou autre rituel de circonstance
xx h xx Visite guidée
xx h xx Réception (vins et fromages)
xx h xx Fin de l'activité

Responsable de l'accueil et de l'organisation de la salle :

5. Principales personnes-ressources (ministère de la Famille, des Aînés et de la Condition féminine, élus, municipalités, partenaires, CLSC, entrepreneur, etc.)

6.

6.1 Invitations

Préparation de la liste des invités et invitées

Responsable :
Échéancier :

Préparation et envoi de l'invitation (carte, lettre, communiqué, etc.)

Responsable :
Échéancier :

Préparation et envoi de l'invitation aux médias

Responsable :
Échéancier :

Suivi des confirmations

Responsable :
Échéancier :

6.2 Dossier de presse

Contenu (ex. : communiqué, allocution, message, etc.)

Rédaction du communiqué :

Responsable de l'envoi du communiqué :

6.3 Allocution

Rédaction :

7. Logistique

Coordination :

Réservation de la salle :

Matériel nécessaire (micros et système de son, tables, lutrins, chaises, chevalet, drapeau, décoration, nappes, etc.) :

Buffet :

Spectacle ou animation :

8. Coût prévisionnel de l'opération

Goûter et rafraîchissements	\$
Décoration	\$
Location chaises et tables	\$
Micros, nappes et lutrins	\$
TOTAL :	\$

9. Communications internes (note au personnel, lettres aux parents, affiche, bulletin, intranet, etc.)**10. Suivi de l'activité**

(Ex. : remerciements, envoi des dossiers de presse aux médias locaux, etc.)

Responsable :

Échéancier :

11. Autres personnes-ressources / fournisseurs

(traiteur, photographe, imprimeur, entreprise de location d'équipement, de mobilier, etc.)

12. Approbation du conseil d'administration ou du titulaire de permis (date) :

10. Aide-mémoire des points à vérifier

Suivi	Liste des points à confirmer	Responsable	Échéancier
	<ul style="list-style-type: none"> Type d'activité : inauguration, première pelletée de terre, conférence de presse, fête, etc. 		
	Lieu Date Heure		
	Coordination de l'activité		
	Scénario de l'activité		
	Animation		
	Organisation de la salle et de l'accueil		
	Personnes-ressources : MFACF : Ville : Circonscription :		
	Invitations : <ul style="list-style-type: none"> au cabinet de la ministre de la Famille, des Aînés et de la Condition féminine aux représentants du MFACF aux élus aux partenaires au personnel et aux parents utilisateurs 		
	Suivi des réservations		
	Préparation et envoi de l'invitation générale		
	Préparation et envoi de l'invitation à la presse		
	Contenu de la pochette de presse Rédaction du communiqué Envoi du communiqué		
	Rédaction de l'allocution		
	Logistique : <ul style="list-style-type: none"> matériel pour la conférence réception spectacle ou animation (ballons, coupe du ruban, plaque, etc.) 		
	Communications internes		
	Suivi de l'activité (remerciements, photos, envoi de la pochette de presse)		

ANNEXES

PLAN DE COMMUNICATION ANNUEL

**CENTRE DE LA PETITE ENFANCE
L'ALPHABET AU COMPLET**

2006-2007

Approuvé le : 2006-01-18

Historique

Le Centre de la petite enfance L'Alphabet au complet était, à l'origine, une garderie sans but lucratif administrant, depuis 1990, une installation de 60 places dans des locaux loués à l'école Bernard.

À la suite d'un avis de reprise des locaux, l'ancienne garderie a pu se relocaliser dans le bâtiment du 150, rue Manceville, grâce à la signature en 1994 d'un bail emphytéotique avec la Ville de Saint-Bernard-de-la-Côte.

En 1998, le centre a fait au Ministère une demande de 30 places pour le milieu familial et de 20 places additionnelles pour son installation. Ces places ont été autorisées en septembre 1999 et, après les travaux d'agrandissement en mars 2000, le centre était en mesure d'offrir ses 80 places en installation.

De décembre 2003 à mai 2004, le centre a préparé un projet de deuxième installation en collaboration avec le Cégep de la Côte, qui lui a offert les locaux nécessaires dans son bâtiment principal. En mai 2005, le centre a présenté au Ministère une demande de 40 places pour la mise sur pied de sa deuxième installation.

En janvier 2006, le Ministère a autorisé ce projet qui n'exigeait aucune subvention d'implantation et qui répondait aux besoins de la clientèle du Cégep et d'un secteur peu couvert de la municipalité.

Il est prévu qu'au 1^{er} juin 2006, le bureau coordonnateur de la garde en milieu familial prendra le relais du centre dans la gestion de ses places en milieu familial.

Le centre prévoit ouvrir les portes de sa deuxième installation le 21 août 2006 et l'inaugurer le 5 septembre 2006.

Parmi les autres partenaires de ce projet figurent la Caisse populaire de Saint-Bernard-la-Côte, Parent Brodeur et Fils pour le mobilier ainsi que Chagnon et Associés pour les équipements de jeu.

État de la situation

Le Centre de la petite enfance L'Alphabet au complet a évolué énormément depuis 2001, notamment avec l'ajout prochain d'une deuxième installation qui a amené de nouveaux acteurs et partenaires à travailler avec le centre, sans oublier le travail constant du personnel, des personnes responsables d'un service de garde en milieu familial et des parents des enfants inscrits.

Il faut prévoir chaque année plusieurs activités, qui demandent organisation et planification, afin d'informer la clientèle et la communauté.

Problématique

On a constaté, à l'occasion d'activités de communication, que l'on avait oublié d'inviter certaines personnes et que les journalistes demandaient souvent des documents écrits sur lesquels ils peuvent se baser pour écrire un article sur une activité du centre.

De plus, le manque d'organisation et de planification a occasionné des dépassements de coûts qui auraient pu être évités.

Objectifs de communication

- Faire connaître les services et les activités offerts par le centre de la petite enfance dans le cours de l'année
- Accroître la participation à la vie communautaire du centre
- Accroître la participation du centre à la communauté

Clientèles

Clientèles directes

Les utilisateurs et futurs utilisateurs des services (enfants et parents), le personnel, la direction et les membres du conseil d'administration.

Partenaires

La caisse populaire, le regroupement régional des centres de la petite enfance, la municipalité et les élus provinciaux, le bureau coordonnateur de la garde en milieu familial, le CLSC, le centre communautaire, le centre jeunesse (DPJ), la bibliothèque, les établissements d'enseignement (école, cégep et université), l'hebdo *Le Saint-Bernard*, Brodeur et Fils et Chagnon et Associés.

Stratégie de communication

Le centre désire notamment privilégier une activité spéciale en mai afin de faire connaître les activités et les manifestations annuelles, incluant l'ouverture et l'inauguration de la deuxième installation, qui se succèdent à partir de septembre.

De plus, on souhaite organiser, chaque saison, une grande activité regroupant l'ensemble des clientèles et de petites activités s'adressant expressément aux clientèles directes.

Le centre recommande, entre autres, que les communications se fassent au moyen d'invitations transmises par courrier aux clientèles. Un communiqué de presse sera aussi diffusé pour chaque manifestation d'importance.

Un comité de cinq personnes, formé en janvier, s'occupera de la planification du calendrier annuel des activités et des manifestations. Il comprendra des parents utilisateurs, un éducateur et un membre du conseil d'administration.

Le comité aura le mandat de recommander au conseil d'administration un ou une porte-parole pour l'année et de trouver des moyens pour mobiliser les clientèles directes tout au long de l'année.

Axe de communication

Le centre désire être une ressource et un endroit sécurisant pour la population de Saint-Bernard-de-la-Côte.

Moyens

L'annonce du calendrier annuel aux clientèles se fera par la poste.

L'information concernant les activités saisonnières sera communiquée sous forme de lettre photocopiée ou toute autre forme au tableau d'affichage du centre et remise à toutes les clientèles directes :

- parents (lorsqu'ils viennent chercher leurs enfants);
- personnel des installations (remise en main propre);
- personnel de direction (remise en main propre);
- membres du conseil d'administration (transmise par la poste au domicile);
- autres clientèles (articles, publiereportages ou placements publicitaires dans l'hebdo local; affichage chez les partenaires).

À compter de septembre, les manifestations regroupant l'ensemble des clientèles se tiendront à la deuxième installation, dans la salle multifonction.

Le centre prévoit la présence d'un photographe pour chaque occasion. Les photographies seront affichées après chaque activité et vendues, au besoin.

Budget

Location (tables, chaises, assiettes, verres, etc.)

Location d'équipements (ex. : micros)

Location d'espace publicitaire

Photocopies

Impression des cartes d'invitation

Photos

Service de traiteur

Timbres

Décoration

Échéancier

Janvier :

Formation du comité de coordination des activités.

Février :

Dépôt au conseil d'administration d'un projet de calendrier annuel, modifications, s'il y a lieu. Proposition d'un ou d'une porte-parole.

Mars :

Dépôt au conseil d'administration d'un échéancier des travaux annuels, de la liste des personnes responsables, du budget et des moyens préconisés. Modifications au besoin.

Avril :

Négociation des contrats, réservations. Rédaction et envoi des invitations.

Mai

Mise en place pour l'activité.

**INAUGURATION DE LA DEUXIÈME INSTALLATION
DU CENTRE DE LA PETITE ENFANCE
L'ALPHABET AU COMPLET**

PLAN D'ORGANISATION

(31 juillet 2006)

DATE : 5 septembre 2006

HEURE : 17 h

LIEU : Bâtiment principal du Cégep de la Côte
360, chemin de la Côte
Saint-Bernard-de-la-Côte

RESPONSABLE : Madame Laviolette
Directrice générale du centre de la petite enfance L'alphabet au complet
Téléphone : 546 123-4567
Télécopie : 546 123-4578
Courriel : laviolette@alphabet.org

1. Type d'activité

Inauguration des locaux de la deuxième installation du centre de la petite enfance

2. Lieu

La salle multifonction de la deuxième installation du centre de la petite enfance

3. Porte-parole

Madame Laviolette, directrice générale du centre de la petite enfance L'alphabet au complet
Madame Rose, présidente du conseil d'administration

4. Scénario proposé et déroulement

Animateur ou animatrice :

Madame Laviolette

Invités et invitées d'honneur :

Madame ..., ministre de la Famille, des Aînés et de la Condition féminine

Madame Lebrun, conseillère au ministère de la Famille, des Aînés et de la Condition féminine

Monsieur Legris, maire de Saint-Bernard-de-la-Côte

Monsieur Martineau, directeur général du Cégep de la Côte

Monsieur Leblanc, curé

Scénario A (présence de la ministre)

Scénario B (absence de la ministre)

Scénario A (présence de la ministre)		Scénario B (absence de la ministre)	
17 h 30	Mot de bienvenue Présentation des invités et invitées	17 h 30	Mot de bienvenue Présentation des invités et invitées
	Madame Laviolette, directrice générale du centre de la petite enfance		Madame Laviolette, directrice générale du centre de la petite enfance
17 h 35	Allocution(s)	17 h 35	Allocution(s)
	1. Madame Rose, présidente du conseil d'administration		1. Madame Rose, présidente du conseil d'administration
	Durée : 3 minutes		Durée : 3 minutes
	Sujet		Sujet
	• Présentation du projet		• Présentation du projet

	2. Monsieur Martineau, directeur général du Cégep de la Côte Durée : 3 minutes Sujet <ul style="list-style-type: none"> • Une collaboration exemplaire des acteurs du milieu 		2. Monsieur Martineau, directeur général du Cégep de la Côte Durée : 3 minutes Sujet Une collaboration exemplaire des acteurs du milieu
	3. Monsieur Legris, maire de Saint-Bernard-de-la-Côte		3. Madame Lebrun, représentante du ministère de la Famille, des Aînés et de la Condition féminine, conseillère aux services à la famille
	Durée : 3 minutes		Durée : 3 minutes
	Sujet :		Sujet :
	<ul style="list-style-type: none"> • Une ville à l'écoute des familles 		<ul style="list-style-type: none"> • L'aboutissement d'un travail d'équipe
	4. Madame..., ministre de la Famille, des Aînés et de la Condition féminine		4. Monsieur Legris, maire de Saint-Bernard-de-la-Côte
	Durée : 6 minutes		Durée : 6 minutes
	Sujet :		Sujet :
	<ul style="list-style-type: none"> • Un geste de plus pour les enfants et les familles 		<ul style="list-style-type: none"> • Une ville à l'écoute des familles
17 h 50	Coupe du ruban, remise de plaques, remise de dessin, cadeau-souvenir, etc.	17 h 50	Coupe du ruban, remise de plaques, remise de dessin, cadeau-souvenir, etc.
17 h 55	Période de questions	17 h 55	Période de questions
18 h 10	Bénédictio des lieux	18 h 10	Bénédictio des lieux
18 h 15	Visite guidée par M ^{me} Langevin, directrice adjointe et responsable de la deuxième installation	18 h 15	Visite guidée par M ^{me} Langevin, directrice adjointe et responsable de la deuxième installation
18 h 45	Réception (vins et fromages)	18 h 45	Réception (vins et fromages)
20 h	Fin de l'activité	20 h	Fin de l'activité
Responsable de l'accueil et de l'organisation de la salle : Madame Laviolette			

5. Principales personnes-ressources

Madame Langevin, directrice adjointe et responsable de la deuxième installation
 Madame Lorange, conseillère au ministère de la Famille, des Aînés et de la Condition féminine
 Madame Jacinthe, Direction des communications du ministère de la Famille, des Aînés et de la Conditions féminine
 Monsieur Fougère, agent d'information, municipalité de Saint-Bernard-de-la-Côte
 Madame Auclair, adjointe du député Maurice Lenoir
 Monsieur Desormes, Conférence régionale des élus

6.

6.1 Invitations

Préparation de la liste des invités et invitées

Responsable : Monsieur Blanchette

Échéancier : 2 août 2006

Préparation et envoi de l'invitation (carte, lettre, communiqué, etc.)

Responsable : Monsieur Blanchette

Échéancier : 7 août 2006

Préparation et envoi de l'invitation aux médias

Responsable : Monsieur Blanchette

Échéancier : 25 août 2006

Suivi des confirmations

Responsable : Monsieur Blanchette

Échéancier : 31 août et 5 septembre 2006

6.2 Dossier de presse

Responsable du contenu : Monsieur Blanchette

Rédaction du communiqué : Madame Laviolette

Responsable de l'envoi du communiqué : Madame Laviolette

6.3 Allocution

Rédaction : Madame Rose

7. Logistique

Coordination : Monsieur Blanchette

Réservation de la salle : Monsieur Blanchette

Matériel nécessaire :

- 2 micros et système de son
- 1 lutrin
- 4 tables :
 - une pour les documents et les journalistes
 - une pour les rafraîchissements
 - deux pour le goûter
- 4 nappes
- 50 chaises
- décoration : ballons et dessins, affiche (logo)

Buffet : Banquet Garni inc.

Spectacle ou animation : Bozo Lafleur

8. Coût prévisionnel de l'opération

Goûter et rafraîchissements	600 \$
Décoration	75 \$
Location chaises et tables	75 \$
Micros et système de son, nappes et lutrin	75 \$
TOTAL :	825 \$

9. Communications internes

Invitation remise aux parents et au personnel
Affiches dessinées par les enfants

10. Suivi de l'activité

Remerciements et envoi des dossiers aux médias locaux
Reportage dans le site Internet

Responsable : Monsieur Blanchette

Échéancier : 6 septembre 2006 pour le dossier de presse et pour le reportage
11 septembre 2006 pour les remerciements

11. Autres personnes-ressources / fournisseurs

Monsieur Deschênes, photographe
Monsieur Poirier, imprimeur
G. Tou, location d'équipement
Monsieur Lapensée, micros, système de son, lutrin

12. Approbation du conseil d'administration :

14 août 2006

Annexe 3



Invitation spéciale

Centre de la petite enfance L'alphabet au complet



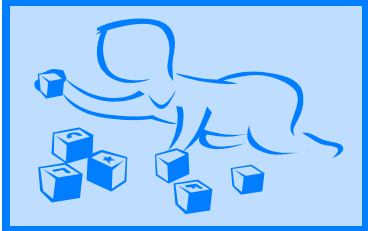
Le Centre de la petite enfance L'alphabet au complet a le plaisir de vous inviter à l'inauguration de sa deuxième installation (service de garde), le mardi 5 septembre, de 17 h à 20 h, dans le bâtiment principal du Cégep de la Côte, au 360, chemin du Campus, à Saint-Bernard-de-la-Côte.

Au programme de cette soirée : brèves allocutions, coupe du ruban, dévoilement du nom et du logo de l'installation, visite guidée des locaux et dégustation de cidre et de fromages.

Nous vous prions de bien vouloir confirmer votre présence en composant le 546 123-4567.



Invitation personnalisée - Annexe 3.2



Centre de la petite enfance L'alphabet au complet
150, rue Manceville
Saint-Bernard-de-la-Côte (Québec) J3Y 2P4
Téléphone : 546 123-4567

Madame la Ministre,

Les membres du conseil d'administration du Centre de la petite enfance L'alphabet au complet, la direction et le personnel ont le plaisir de vous inviter à l'inauguration de la deuxième installation du centre.

Cette activité aura lieu mardi le 5 septembre de 17 h à 20 h dans les locaux de cette nouvelle installation, qui sont situés dans le bâtiment principal du Cégep de la Côte, au 360, chemin du Campus, à Saint-Bernard-de-la-Côte.

Voici le déroulement prévu :

- Accueil par le conseil d'administration qui a réalisé ce projet et présentation des membres qui composent le conseil d'administration de l'année en cours
- Présentation des collaborateurs et des partenaires financiers
- Période de questions
- Présentation du personnel
- Bénédiction des lieux par M. le curé Leblanc
- Coupe symbolique du ruban et dévoilement du logo de la nouvelle installation
- Visite guidée des lieux par la directrice adjointe et responsable de la nouvelle installation, M^{me} Langevin
- Réception

Le grand public est invité à visiter les lieux à partir de 18 h 30.

Nous vous prions de bien vouloir confirmer votre présence en remplissant le bulletin-réponse et en le retournant au plus tard le 25 août à l'adresse mentionnée ci-dessus.

Espérant vous compter parmi nos invités pour faire de cette inauguration une réussite, nous vous prions de recevoir, Madame la Ministre, nos salutations les plus distinguées.

La directrice,

Madame Laviolette

BULLETIN-RÉPONSE

Inauguration de la deuxième installation
du Centre de la petite enfance L'alphabet au complet
Saint-Bernard-de-la-Côte, le 5 septembre 2006

Nom : _____

Je serai présent, présente

Je serai absent, absente

Nombre de personnes : _____

Invitation aux médias - Annexe 3.3

Invitation aux médias

Le Centre de la petite enfance L'alphabet au complet vous convie à la conférence de presse organisée à l'occasion de l'inauguration de sa deuxième installation.

DATE : Le mardi 5 septembre 2006
HEURE : 17 h
LIEU : Bâtiment principal du Cégep de la Côte
360, chemin du Campus
Saint-Bernard-de-la-Côte

Renseignements : Madame Laviolette
Centre de la petite enfance
L'alphabet au complet
546 123-4567

**Première pelletée de terre
soulignant le début des travaux d'implantation
de la deuxième installation
du centre de la petite enfance L'Alphabet au complet**

Endroit : Pavillon principal du Cégep de la Côte
360, chemin de la Côte, Saint-Bernard-de-la-Côte
Date : 5 juin 2006

DÉROULEMENT DE L'ACTIVITÉ

17 h 45	Accueil	M ^{me} Rose, présidente du conseil d'administration
18 h	Mot de bienvenue	M ^{me} Laviolette, directrice générale du centre de la petite enfance
18 h 05	Présentation du projet	M ^{me} Rose, présidente du conseil d'administration
18 h 15	Message de la ministre, madame ...	Présenté par M ^{me} Laviolette, directrice générale du centre de la petite enfance
18 h 20	Allocution de la représentante du ministère de la Famille, des Aînés et de la Condition Féminine	M ^{me} Lebrun, conseillère aux services à la famille
18 h 25	Allocution du directeur général du Cégep de la Côte	M. Langevin directeur général du Cégep de la Côte
18 h 30	Allocution du maire	M. Legris, maire de Saint-Bernard-de-la-Côte
18 h 35	Présentation du personnel	
18 h 40	Première pelletée de terre symbolique (aire extérieure de jeu)	
18 h 45	Période de questions	M ^{me} Rose
19 h	Visite guidée des futurs locaux	M ^{me} Langevin, directrice adjointe et responsable de la nouvelle installation
19 h 30	Réception	

**Notes pour une allocution
à l'occasion de l'inauguration de la deuxième installation
du Centre de la petite enfance L'Alphabet au complet**

Monsieur le Député,

Madame la Mairesse,

Monsieur le Directeur général du Cégep de la Côte,

Madame la Présidente du conseil d'administration,

Madame la représentante du ministère de la Famille, des

Aînés et de la Condition féminine,

Mesdames et Messieurs les représentants des médias,

Chers invités,

Chers enfants,

Je suis très heureux de vous accueillir à l'inauguration de la deuxième installation du Centre de la petite enfance L'alphabet au complet. Je tiens à vous remercier d'avoir accepté notre invitation.

Vous êtes les témoins, aujourd'hui, d'une réalisation dont nous sommes très fiers, puisqu'elle résulte de la mise en commun de nombreux efforts.

L'aboutissement de notre projet illustre notre volonté d'offrir des services adaptés aux besoins des enfants et des familles. Ce projet comble un besoin bien réel dans notre communauté.

Au nom des parents et des enfants, je voudrais remercier tous ceux et celles qui ont collaboré à la réalisation du projet.

Tout particulièrement :

- les membres du conseil d'administration, pour leur très précieux apport à l'élaboration de ce projet;
- les membres du personnel, pour leur dévouement;
- la chargée de projet, M^{me} Lebrun, pour son beau travail;
- la municipalité de Saint-Bernard-de-la-Côte, pour sa collaboration sur le plan administratif;

- Parents Brodeur et Fils et Chagnon et Associés, respectivement pour le mobilier et pour les équipements de jeu, dont profiteront nos tout-petits;
- les Entreprises de rénovation A à Z, pour le bon travail accompli;
- la Caisse populaire de Saint-Bernard-de-la-Côte, pour son soutien à notre initiative;
- le Cégep de la Côte, pour sa collaboration et pour les locaux qu’il a mis à notre disposition pour la réalisation du projet;
- et, enfin, le ministère de la Famille, des Aînés et de la Condition féminine, pour son accompagnement et pour sa contribution financière essentielle au fonctionnement futur de notre nouvelle installation.

Ce fut un travail d’équipe merveilleux! Merci!

■ COMMUNIQUÉ ■

POUR DIFFUSION IMMÉDIATE

Inauguration de la deuxième installation du Centre de la petite enfance L'alphabet au complet

Saint-Bernard-de-la-Côte, le 5 septembre 2006 – Le Centre de la petite enfance L'alphabet au complet a inauguré aujourd'hui sa deuxième installation, située dans le bâtiment principal du Cégep de la Côte.

Déjà fonctionnelle depuis le 21 août 2006, cette nouvelle installation a permis de créer 15 nouveaux emplois dans la communauté et d'offrir à la clientèle du Cégep de la Côte ainsi qu'aux familles de Saint-Bernard-de-la-Côte 40 nouvelles places de services de garde éducatifs.

C'est en janvier 2006 que l'on a procédé à l'annonce de ce remarquable projet ayant reçu l'autorisation du ministère de la Famille, des Aînés et de la Condition féminine.

Un tel projet nécessite l'engagement soutenu de plusieurs acteurs et la collaboration généreuse de nombreux partenaires. Parmi eux, soulignons le Cégep de la Côte qui, dans son bâtiment principal, accueille désormais la seconde installation du Centre de la petite enfance L'Alphabet au complet.

Madame Rose, présidente du conseil d'administration, a tenu à souligner la collaboration du Cégep de la Côte de même que le soutien financier offert par le ministère de la Famille, des Aînés et de la Condition féminine pour le fonctionnement de l'installation.

Des remerciements ont été adressés à la chargée de projet, madame Lebrun, ainsi qu'aux Entreprises de rénovation de A à Z, Parents Brodeur et Fils pour le mobilier et Chagnon et Associés pour les équipements de jeu. Enfin, une mention particulière a rappelé les efforts déployés par le personnel du centre de la petite enfance et par la directrice générale, madame Laviolette.

La mission première d'un centre de la petite enfance (CPE) est d'assurer un milieu sain, sécuritaire et stimulant pour le développement affectif et intellectuel des enfants d'âge préscolaire. Le nouveau centre est une réalisation de premier plan qui favorise le développement des enfants et aide les parents à concilier leurs responsabilités familiales et professionnelles.

- 30 -

Source : Madame Rose
Présidente du conseil d'administration
CPE L'alphabet au complet
Tél. : 546 123-4567

