

Rallier le maire d'une municipalité à une stratégie de tente à contes à déployer par des bibliothèques

Exemple fictif d'une stratégie de
communication d'influence à partir
de la démarche PourRallier



www.pourrallier.com

Vous démarrez une démarche de stratégie de communication d'influence avec PourRallier ? Ou alors, vous êtes curieux d'en savoir plus, de voir ce que cela peut donner ? Nous avons préparé pour vous un exemple, inventé de toute pièce, mais créé à partir d'une situation plausible qui pourrait être la vôtre. Nous espérons que cet exemple de stratégie de communication d'influence sera inspirant, utile et agréable.

N'oubliez pas ! Il s'agit d'un exemple fictif, et toute ressemblance avec une personne ou une organisation est fortuite.



Bonjour ! Nous sommes un organisme en petite enfance qui offre des services dans la **municipalité de Bitain**, au Québec. Nous souhaitons rallier **le maire** de la ville à notre **plan de déploiement de tentes à contes par le personnel des bibliothèques**. À notre avis, c'est une bonne solution, qui permettra d'avoir un effet positif sur la valorisation de la lecture des parents et des tout-petits.

Ce plan de déploiement est pour nous très important, et nous avons besoin de **l'adhésion de la municipalité** pour sa réalisation. Le maire de Bitain assume un leadership positif dans la ville, leadership qui rayonne même au-delà de cette dernière.

C'est pourquoi nous l'avons ciblé comme **décideur clé**. Nous savons que cette démarche est importante, et qu'elle ne devrait pas être laissée au fruit du hasard. **Le langage, les enjeux, les défis, les alliés, les orientations, il y a beaucoup de différences entre ce maire et nous**. Des différences que « l'amour de notre cause » ne suffira pas à combler.

Enjeu et solution



EXEMPLE

Pourquoi est-ce important ? Parce que « l'amour de notre cause » ne sera pas suffisant !

Il existe certainement des scénarios dans lesquels le maire de Bitain adhérerait à notre enjeu et à notre solution, et d'autres où il dirait « non ». Il nous faut trouver les terrains d'intérêts communs, en quoi notre enjeu ou notre solution est intéressant pour lui. Notre enjeu doit être clair, et nous devons démontrer qu'il est important pour lui. Mais surtout, notre solution doit être tout aussi claire. Nous ne proposons pas un problème, nous proposons une solution au problème.

1 Quelle personne en mesure de prendre une décision souhaitez-vous rallier pour l'enjeu qui vous préoccupe et la solution que vous proposez ?



Le maire de la municipalité de Bitain

Nous dépersonnalisons cet exemple sans nommer de personne ou d'organisme particuliers. Nous considérerons donc le cas hypothétique du maire d'une municipalité fictive. Cependant, dans votre stratégie, vous devez être très précis, comme nous le mentionnons dans les explications : nom, prénom et fonction.

2 Sur quel enjeu précis l'interpellez-vous ?



L'enjeu concerne les difficultés de lecture des enfants.

À Bitain, plusieurs enfants qui entrent à la maternelle présentent des facteurs de vulnérabilité, dont les développements cognitif et langagier. Puisqu'une difficulté de lecture à l'âge de 7 ans est un indicateur probant de possibilité de décrochage au secondaire, cela en fait un enjeu important.

3 À quoi désirez-vous que la personne que vous souhaitez rallier dise « oui » ou que voulez-vous qu'elle fasse ?



La solution que nous proposons est la suivante : un plan de déploiement chapeauté par le personnel de la bibliothèque municipale, afin qu'il rende disponible des tentes à contes de lecture partagée dans différents services et activités de la municipalité (aréna, piscine, parc, bibliothèque, fête de la pêche et autres événements).

Enjeu et solution



4 L'enjeu et votre solution sont-ils considérés comme urgents ou prioritaires, et partagés par plusieurs acteurs dans votre collectivité ?



L'enjeu est largement partagé par le grand public : 91 % des parents d'enfants de 0 à 5 ans jugent important que leur municipalité offre plus de services et d'activités destinés aux tout-petits. Et 62 % des Québécois estiment que l'on n'en fait pas assez pour favoriser le développement des enfants et que les municipalités devraient en faire plus.

5 L'enjeu est-il bien documenté et défini ?



- Le développement de l'enfant au cours des premières années de sa vie influence sa capacité d'apprendre et sa réussite en maternelle, et ce, tout au long de son existence.
- De plus, les recherches indiquent qu'une difficulté en littératie à l'âge de 7 ans constitue un prédicteur fiable de décrochage au secondaire.
- Il devient primordial d'intervenir avant que les difficultés se présentent chez le jeune pour réduire les écarts entre bons et moins bons lecteurs, puisque ces écarts ont tendance à se creuser avec le temps et à avoir un effet sur l'ensemble des disciplines scolaires.

6 La solution est-elle bien définie : efficace, réaliste, adaptée, éprouvée et documentée ?



Les activités éducatives, comme l'éveil à la lecture, favorisent le développement des tout-petits.

Efficace : la lecture partagée est une pratique évaluée et jugée efficace.

Réaliste : la municipalité a la capacité de mettre en place cette action qui demande peu de moyens.

Adaptée : nous proposons d'inclure la solution dans des activités qui existent déjà.

Éprouvée : d'autres municipalités utilisent déjà cette formule avec satisfaction.

Documentée : nous disposons d'évaluation de la lecture partagée, d'implantation de tentes à contes et de partenaires qui les ont utilisées et qui peuvent en témoigner.

Enjeu et solution



7 Si votre solution est une innovation, comment pouvez-vous démontrer qu'elle est prometteuse et adaptée à l'enjeu ?



Dans notre exemple, la méthode de la lecture partagée n'est pas une innovation, car elle a déjà été éprouvée. Mais l'idée de la tente à contes peut être considérée comme innovante dans plusieurs municipalités.

8 Pourquoi est-ce vous (en tant qu'acteur ou organisation) qui faites cette proposition et pas un autre acteur de votre milieu ?



En tant que direction d'un organisme communautaire du milieu, nous portons depuis des années des actions structurantes et concertées en lien avec l'éveil à la lecture des jeunes enfants. Nous avons pu constater les effets bénéfiques de la lecture partagée en tentes à contes auprès des familles vulnérables et nous aimerions que davantage de familles y aient accès.



Personne à rallier



EXEMPLE

Pourquoi est-ce important ? Parce que notre réputation ne sera pas suffisante !

L'erreur que nous devons éviter, c'est de vouloir exprimer au maire de Bitain à quel point notre organisation est influente et crédible, en pensant que cela sera un argument de choix pour nous faire confiance. Qui est-il ? Que connaissons-nous de lui ? De ses orientations ? Ses objectifs ? Savons-nous en quoi notre action peut l'aider ? Nous imaginer dans sa perspective nous permettra de mieux comprendre en quoi nous pouvons être complémentaires pour lui.

1 Quels sont les liens entre ce qui anime la personne à rallier et l'enjeu ou votre solution mis de l'avant ?



La Municipalité s'est dotée d'une **politique familiale** dont l'un des objectifs généraux est de créer des milieux de vie favorables au bien-être et à l'épanouissement des familles et des aînés d'aujourd'hui et de demain.

Elle est aussi signataire d'une **entente sectorielle** pour la réussite éducative dont l'un des objectifs généraux est la valorisation de la lecture auprès des jeunes et des parents.

Dans le cadre des **priorités régionales de développement**, la table régionale des élus municipaux a priorisé des actions qui soutiennent l'accès aux arts et à la culture et aux pratiques innovantes ou structurantes pour favoriser celle-ci.

Lors d'une allocution, le maire a exprimé sa volonté personnelle de favoriser le développement du plein potentiel de tous les jeunes citoyens de sa municipalité dans une perspective de développements économique et social.



Personne à rallier



2 En quoi l'enjeu et votre solution s'inscrivent-ils dans les motivations et les objectifs professionnels et personnels de la personne à rallier ?



Lors de l'allocution mentionnée précédemment, le maire a exprimé sa volonté personnelle de favoriser le développement du plein potentiel de tous les jeunes citoyens de sa municipalité dans une perspective de développements économique et social.

3 Croyez-vous que la personne que vous souhaitez rallier soit plus sensible aux solutions novatrices ou aux solutions éprouvées ?



Dans la municipalité de Bitain, le maire est soumis à l'acceptabilité sociale de l'ensemble des citoyens. Il est sensible aux innovations, mais leurs fondements doivent être éprouvés. C'est un acteur qui est fier des nouveautés dans sa municipalité.

4 Pour quelles raisons cette personne vous dirait-elle « oui » ?



Personnelles : ce maire est lui-même un père et grand-père personnellement interpellé par le bien-être et la qualité de vie des jeunes enfants.

Professionnelles : il s'agit d'une action éprouvée avec une certaine innovation qui a un très bon potentiel de rayonnement pour lui.

Organisationnelles : c'est une action structurante qui s'insère dans la nouvelle politique familiale en place, en cohérence avec l'entente en réussite éducative dont il est membre, et les priorités régionales de développement. De plus, cela permettra à Bitain de se distinguer des municipalités avoisinantes.

5 À quoi a-t-elle dit « oui » dernièrement ?



Dans le cadre de la politique familiale, le maire a récemment appuyé des collaborations :

- entre des Centres de la petite enfance (CPE) et la bibliothèque de la municipalité pour instaurer un bibliobus ;
- une activité Croque-livres au service de garde d'une école primaire.

Personne à rallier



6 Pourquoi cette personne vous dirait-elle « non » ?



La politique est déjà adoptée et prévoit des mesures dans lesquelles ne s'inscrit pas notre plan de déploiement.

Le fait que le maire doive convaincre la personne responsable de la bibliothèque peut être un frein.

Une contribution financière est nécessaire pour le besoin en ressources humaines.

Il faudra s'assurer de l'engagement d'une ressource de la bibliothèque qui sera responsable des tentes de lecture partagée.

Certains membres du conseil pourraient juger que des dossiers plus prioritaires nécessitent des investissements.

7 Qui a de l'influence sur la personne que vous souhaitez rallier ?



Élu responsable des loisirs/la direction générale/la direction de l'école primaire/les citoyens

8 Votre solution a-t-elle été adoptée par un leader du même secteur d'activité ?



Une Municipalité voisine soutient financièrement un organisme communautaire en lui offrant des locaux gratuitement. Cet organisme propose des activités éducatives animées par une éducatrice spécialisée pour les enfants âgés de 2 ans et demi à 5 ans. En plus de permettre la tenue d'activités favorables au développement des tout-petits, l'offre de locaux gratuits à des organismes permet de revitaliser certains quartiers ou certaines installations municipales désertées.

Le Service des loisirs d'une autre ville a mis sur pied une panoplie d'activités variées dédiées aux bambins. Plusieurs de ces initiatives sont devenues des rendez-vous incontournables : un club de lecture pour les 3 à 12 ans, des heures du conte en pyjama à la bibliothèque ou encore dans les parcs, une activité d'échanges entre les enfants et les élus locaux, etc.

Personne à rallier



9 Si vous tentez de rallier plusieurs personnes, lesquelles seraient plus enclines à vous dire « oui » ?



Dans cet exemple, nous ne cibons qu'un seul décideur, toutefois si vous souhaitez rallier plusieurs municipalités :

Vous pourriez commencer par cibler celles qui se sont engagées dans l'adoption de mesures favorisant les saines habitudes de vie. Elles sont déjà plus sensibilisées au rôle qu'elles peuvent jouer sur la qualité de vie des familles. Ou encore, les municipalités membres du réseau québécois des Municipalités amies des enfants (MAE), qui se sont engagées par voie de résolution à mettre les enfants au cœur de leurs préoccupations.

10 Que pense la personne à rallier de votre organisation ou de vos partenaires ?



Le maire est sensible à tout ce qui concerne les tout-petits et notre mission l'interpelle. Il a déjà participé à une activité que nous avons organisée.

De plus, son épouse a siégé à notre conseil d'administration pendant deux ans.

11 Par quels canaux, activités ou événements, pourrez-vous joindre la personne à rallier ?



Nous prévoyons assister à quelques réunions du conseil, participer au déjeuner du maire et assister à différentes activités municipales.

L'hebdo local est aussi un média utilisé par le maire.

Nous savons aussi qu'il est très actif sur les réseaux sociaux, nous comptons le suivre, aimer et commenter ses publications.

Contexte



EXEMPLE

Pourquoi est-ce important ? Parce que nous ne sommes pas seuls !

Bien comprendre notre contexte nous permettra, par exemple, de se référer à l'actualité, ou à des enjeux tirés de consultations publiques. Cela pourrait aussi nous laisser savoir si l'enjeu de la valorisation de la lecture gagne en popularité, ou si au contraire personne n'en parle. Dans la majorité des cas de figure, rallier le maire de Bitain restera possible. Pour y arriver, nous devons bien nous documenter sur la situation afin d'évaluer les éléments à considérer parce qu'ils représentent un sérieux défi.

1 Qu'est-ce qui joue en votre faveur dans votre contexte ? Est-ce le bon moment ?



La politique familiale a été récemment adoptée dans la municipalité.

Une réflexion sur l'organisation des services municipaux, dont la bibliothèque, est en cours.

Bitain fait partie du réseau des Municipalités amies des enfants, rejoignant le mouvement international partenaire de l'UNICEF, qui regroupe plus de 3 000 villes amies des enfants.

2 Qu'est-ce qui pourrait jouer en votre défaveur ?



Le maire est nouvellement élu dans la municipalité. L'équipe administrative et le maire apprennent à collaborer.

3 Qui, dans votre collectivité, propose une solution similaire ?



Il y a déjà des initiatives de tentes à contes portées par quelques partenaires, qui font justement partie du comité de pilotage du projet (CPE, Maison de la famille, école primaire). La stratégie avec la Municipalité permettrait de faire rayonner les actions de tous les partenaires, et de les inscrire dans un plan local concerté.

Contexte



4 Est-il question de l'enjeu ou de votre solution dans l'actualité ?



Selon un sondage, 91 % des parents d'enfants de 0 à 5 ans jugent important que leur municipalité offre plus de services et d'activités destinés aux tout-petits.

La question de la lecture revient chaque année lors de la Semaine de l'alphabétisation populaire, et tout au long de l'année, plusieurs articles en font aussi mention dans l'actualité.

Quant aux enjeux de la réussite éducative et de la transition vers la maternelle, ils sont régulièrement à l'une de différents grands médias.

Les journées de la persévérance scolaire et la Grande semaine des tout-petits sont des moments où les médias peuvent être particulièrement sensibles à notre enjeu.

5 Que pensent la population et les médias de l'enjeu ou de votre solution ?



La population est sensible aux enjeux reliés aux tout-petits. Les récentes études démontrent les liens directs entre les habiletés de lecteurs dès le jeune âge et la réussite scolaire.

Aussi, 91 % des parents d'enfants de 0 à 5 ans jugent important que leur municipalité offre plus de services et d'activités destinés aux tout-petits. De plus, 62 % des Québécois estiment que les municipalités devraient en faire plus pour favoriser le développement des enfants.

Les médias sont particulièrement sensibles aux sujets qui touchent les bambins et les jeunes, surtout lorsque les sujets sont accompagnés de témoignages de parents ou de jeunes.



Contexte



6 Qui minimise l'enjeu et s'oppose à votre solution ?



Les élus municipaux sont depuis longtemps conscientisés et convaincus du rôle important qu'ils peuvent jouer pour améliorer la qualité de vie des familles et contribuer au développement global des tout-petits. Toutefois, ils ont besoin d'être accompagnés dans le passage à l'action.

7 Quels partenaires peuvent vous aider à vous rendre crédible auprès de la personne que vous souhaitez rallier ?



Différents organismes communautaires partenaires nous accompagneront dans la démarche. Nous souhaitons aussi approcher le conseiller municipal responsable du dossier « famille », la direction générale de la MRC et les parents de Maison de la famille.

8 Y a-t-il une compréhension partagée de vos objectifs et des limites de votre communication d'influence au sein de votre organisation ou de votre regroupement ?



Dans notre organisation, les objectifs et orientations de la stratégie s'inscrivent dans la planification stratégique et le plan d'action de l'organisation. Le conseil d'administration et la direction générale ont contribué à établir ces documents. L'équipe est mise à contribution dans la réflexion et la mise en œuvre de certaines actions.

Stratégie



EXEMPLE

Pourquoi la stratégie est-elle importante ? Elle représente la différence entre l'action et l'agitation.

Nous allons réfléchir à notre stratégie à la lumière de tous les aspects précédant notre analyse. À partir d'une étude de l'enjeu et de la solution, de la personne que nous tentons de rallier et du contexte, il est possible de structurer et de planifier notre démarche de stratégie de communication d'influence en y intégrant tous les alliés qui peuvent nous fournir un appui concret.

1 À l'aide de quoi allez-vous décrire et présenter l'enjeu ?



Nous utiliserons des témoignages de parents dont les enfants ont participé aux activités de lecture partagée. Nous souhaitons aussi obtenir l'avis d'un expert connu pour prendre part au débat public en faveur du développement des jeunes enfants.

2 Comment allez-vous décrire et présenter votre solution ?



Solution

Attrayante : les tentes à contes sont populaires chez les enfants et chez les parents. Elles offrent un « plus » aux activités lorsqu'elles sont présentes.

Efficace : la lecture partagée, la tente à contes et l'action concertée ont toutes trois fait leurs preuves par le passé. Nous proposons de combiner les trois afin de favoriser le développement des tout-petits de Bitain.

Simple : c'est simple parce que les ressources sont déjà existantes. L'essentiel est d'organiser les ressources en place et de structurer les actions et les responsables du projet dans un plan de déploiement. Il faut aussi que plusieurs partenaires d'expérience collaborent.

S'adresser...

À la tête : le développement des tout-petits est directement lié à la qualité de vie des citoyens de la municipalité, aux développements social et économique de Bitain.

Au cœur : tous les enfants n'arrivent pas à la maternelle avec le même développement, ce qui crée des iniquités dès le départ dans le parcours scolaire. Ces inégalités n'ont pas tendance à diminuer, mais plutôt à se creuser avec le temps, et c'est pourquoi il faut s'assurer d'agir tôt.

Au porte-monnaie : cette action structurante nécessite peu de ressources financières, et permet un gain important et durable chez les petits citoyens de Bitain.



Stratégie



3 Comment allez-vous répondre aux freins, aux menaces, aux défis ou aux opposants ?



Nous identifierons le fonctionnaire de la Municipalité qui est le plus sensible à notre enjeu pour obtenir sa collaboration afin de :

- nous aider à définir notre stratégie pour présenter nos informations aux personnes qui croient que la lecture n'est l'affaire que de l'école ;
- trouver des arguments pour présenter les éléments reliés aux ressources municipales nécessaires.

4 Qui pourrait vous accompagner pour promouvoir votre solution ?



Nous voulons être accompagnés du conseiller municipal responsable du dossier des politiques familiales. Nous avons identifié cette personne lors de l'analyse du contexte.

5 Quels canaux vous permettront de rejoindre la personne à rallier ?



Nous prévoyons assister à quelques réunions du conseil, participer au déjeuner du maire et assister à différentes activités municipales. De plus, nous comptons faire un publiereportage dans l'hebdo local pour faire parler de la lecture partagée.

6 Que ferez-vous si vous recevez tout de même une réponse négative ?



En cas de refus, nous allons proposer un projet pilote qui ne demande presque aucun engagement pour la localité et établir une rencontre avec quelques ressources de la Ville après la tenue de l'événement pilote.

Contenus et messages



EXEMPLE

Pourquoi est-ce important ? Personne ne pense comme nous, et personne ne connaît notre enjeu et notre solution comme nous.

Nous avons une très grande connaissance de l'enjeu de la valorisation de la lecture, et nous connaissons très bien la stratégie de la lecture partagée et les tentes à contes. Ce n'est absolument pas le cas du maire de Bitain ! Nous devons réfléchir à nos messages pour qu'ils lui « parlent », dans son langage, selon sa réalité. Nous ne nous attendons pas à ce qu'il fasse lui-même les liens entre son contexte et notre projet. Nous allons lui présenter ces liens, les vulgariser pour lui.

1 Qui peut vous aider à documenter l'enjeu et votre solution ?



Le Carrefour action municipale et famille (CAMF) pour ce qui touche au volet municipal. Et pour les aspects reliés aux enjeux de réussite éducative et de lecture chez les tout-petits : l'Observatoire des tout-petits, Naître et grandir, Le centre de transfert pour la réussite éducative du Québec (CTREQ), l'équipe de surveillance du centre intégré de santé et de services sociaux (CISSS), L'Instance régionale de concertation de la Capitale-Nationale (IRC-CN).

2 Qui est l'expert particulièrement reconnu de l'enjeu ou de votre solution ?



Nous consulterons la titulaire d'une chaire de recherche de l'université de la région qui est souvent invitée à commenter dans l'actualité au sujet des enfants et de l'éducation.

3 Quels seront vos messages clés, formulés dans un langage simple et adapté pour la personne à rallier ?



MESSAGE 1 : PRÉSENTATION DE L'ENJEU

Dans la région, plus d'un enfant sur 4 est vulnérable à la maternelle dans au moins un domaine de son développement. Cette proportion atteint 1 sur 3 dans les milieux les plus défavorisés.

Au cours des premières années de vie de l'enfant, son développement influence sa capacité à apprendre et sa réussite à l'école. Une difficulté en lecture à l'âge de 7 ans serait un indicateur probant de décrochage au secondaire. Le développement global de l'enfant est un enjeu important et un processus qui présente différentes dimensions, c'est pourquoi nous devons miser sur divers partenaires pour avoir un effet positif : familles, écoles, services de garde, Municipalité, etc.



Contenus et messages



3 Quels seront vos messages clés, formulés dans un langage simple et adapté pour la personne à rallier ? (SUITE)

 **MESSAGE 2 : NOTRE PROJET PERMET D'AGIR EFFICACEMENT SUR CET ENJEU**

Les activités éducatives, comme la stimulation précoce et l'éveil à la lecture, favorisent le développement des jeunes enfants. Une telle offre de service est déjà présentée par plusieurs municipalités.

MESSAGE 3 : NOTRE PROJET PEUT AIDER LA VILLE À ATTEINDRE SES OBJECTIFS D'ATTRACTION ET DE RÉTENTION DES FAMILLES, CAR IL RÉPOND AUX BESOINS DES CITOYENS

- 90 % des familles habitent désormais dans une municipalité dotée de sa propre politique familiale.
- 91 % des parents d'enfants de 0 à 5 ans jugent important que leur localité offre plus de services et d'activités destinés aux tout-petits.
- 40 % des Québécois estiment que les municipalités devraient en faire plus en matière de réussite éducative.

MESSAGE 4 : DE NOMBREUSES MUNICIPALITÉS SONT DÉJÀ PASSÉES À L'ACTION

Au Québec, 61 municipalités et 2 MRC font partie du réseau des Municipalités amies des enfants, rejoignant ainsi le mouvement international partenaire de l'UNICEF, qui regroupe plus de 3 000 Villes amies des enfants.


Une Municipalité soutient financièrement un organisme qui propose des activités éducatives animées par une éducatrice pour les enfants âgés de 2 ans et demi à 5 ans, en lui offrant des locaux gratuitement. En plus de permettre la tenue d'activités favorables au développement des tout-petits, l'offre de locaux gratuits à des organismes permet de revitaliser certains quartiers ou certaines installations municipales désertées.

Le service de loisirs d'une autre ville a mis sur pied une panoplie d'activités variées dédiées aux petits enfants. Plusieurs de ces initiatives sont devenues des rendez-vous incontournables : un club de lecture pour les 3 à 12 ans, des heures du conte en pyjama à la bibliothèque ou encore dans les parcs, une activité d'échanges entre les enfants et les élus locaux, etc.


Contenus et messages



4 Avez-vous prétesté votre message ?


 Nous avons prétesté le message auprès du conseiller municipal dédié au dossier « famille » et de conseillers municipaux dans une autre ville que Bitain.

5 Avez-vous conçu des moyens de communication adaptés à la personne que vous souhaitez rallier, afin de présenter votre message ?

 Le maire utilise beaucoup les réseaux sociaux, nous pourrions avoir une stratégie de diffusion de témoignages et d'images sur les réseaux sociaux. Et comme il aime les nouveautés et l'innovation, nous pourrions aussi faire un rappel de ces éléments trouvés sur les réseaux sociaux en créant de la documentation de style infographique.


Nous diffuserons un publiportage dans l'hebdo local utilisé régulièrement par le maire pour parler de lecture partagée. Nous aurons également une version Web de ce reportage pour publication sur les réseaux sociaux.

6 Si vous devez faire des présentations orales, avez-vous prévu un contenu en fonction du temps qui vous est accordé ?

 Nous respectons le temps qui nous est alloué pour nos présentations. C'est important. Cela démontre à la personne à rallier que nous comprenons sa réalité.

Lorsque nous utilisons un logiciel de présentation, nous calculons une minute par diapositive.

7 En prévision de ces mêmes présentations orales, avez-vous un avant-propos choc qui permettra de capter l'attention de la personne à rallier ?

 Notre présentation est constituée strictement d'images percutantes.

Elle sera introduite avec l'information suivante :

En moyenne, un enfant de 3 ans issu d'un milieu défavorisé connaît 600 mots de moins qu'un enfant de milieu favorisé.

Ressources



EXEMPLE

Pourquoi les ressources sont-elles importantes ? Sans ressources, nous n'aurions que de bonnes intentions !

En évaluant à l'avance ce que nous aurons à déployer comme ressources, nous saurons si nous avons en main ce dont nous avons besoin pour débiter. Nous saurons aussi si nous devons prévoir un arrêt temporaire le temps de disposer de certaines ressources, ou encore si malgré notre très grande volonté, il ne vaudrait pas mieux pour nous de différer notre stratégie, le temps d'avoir accès aux ressources dont nous avons besoin.

1 **Disposez-vous du temps, des expertises, des processus, du budget ou de l'accès à des ressources et à des réseaux pour mettre en place votre stratégie d'influence ?**



Puisque nous nous associerons à plusieurs partenaires, le seul budget nécessaire à la production d'un document en soutien à notre présentation sera partagé.

2 **Devez-vous faire appel à des employés, des bénévoles, ou à des fournisseurs externes pour réaliser votre stratégie d'influence ?**



Nous aurons besoin de la collaboration de partenaires pour une ressource en communication puisque nous n'avons pas cette personne à l'interne.



Relations



EXEMPLE

Pourquoi est-ce important ? Parce que 1 + 1 = 3 !

Rallier le maire de Bitain à notre projet n'est pas une simple opération financière. Pour faire naître un véritable intérêt réciproque, nous allons devoir établir une relation avec le maire et ses partenaires, ainsi qu'avec toutes les personnes qui pourraient l'influencer.

Nous devons non seulement développer ces relations, mais aussi les soigner, les entretenir. Nous employer à rallier un décideur important est inutile si nous ne sommes pas prêts à nous investir à long terme.

1 **Comment pourriez-vous établir une relation plus continue avec la personne à rallier, particulièrement si vous devez la solliciter plus d'une fois au cours des prochaines années ?**



Nous participerons aux assemblées municipales. Nous suivrons le maire sur les réseaux sociaux et commenterons de temps à autre ses publications.

Nous partagerons des informations susceptibles de l'intéresser de temps en temps, sans le submerger.

Nous l'aviserons de notre intérêt à contribuer aux travaux sur les suivis et mises à jour de la politique famille.

Pour rejoindre plusieurs municipalités :

Présence dans les événements annuels de l'Union des municipalités du Québec (UMQ), la Fédération québécoise des municipalités (FQM) et le CAMF.

Proposer aux organisateurs un atelier, qui pourrait s'inscrire dans la programmation, que vous pourriez réaliser avec des élus qui ont déjà mis en place les mesures.

2 **Connaissez-vous des personnes influentes auprès de la personne à rallier qui pourraient vous donner accès à celle-ci, manifester leur appui à la solution que vous préconisez ou vous accompagner dans le cadre de votre stratégie ?**



Nous serons accompagnés du conseil municipal responsable du dossier « famille ».



Médias



EXEMPLE

Pourquoi est-ce important ? Rappelons-nous la composante Contexte !

Des contacts dans les médias seront de puissants alliés pour donner plus de crédibilité à notre enjeu et notre solution. Au-delà d'une simple « stratégie média », nous devons tenter de tisser et d'entretenir des liens véritables avec nos contacts dans le domaine. Savons-nous qui couvre principalement les nouvelles de notre secteur d'activité ? Quels médias sont crédibles auprès du maire ? Qu'est-ce que ces derniers couvrent comme actualités ?

1 **Croyez-vous pertinent de faire parler de l'enjeu de votre solution ou de votre organisation dans les médias, ou au contraire croyez-vous que cela pourrait vous nuire ?**



Notre enjeu est déjà très présent dans l'actualité et cela nous sera très utile. Nous tenterons d'augmenter la visibilité de notre solution dans les médias un peu avant la présentation, par la planification d'un publiereportage et par une stratégie de publication sur les réseaux sociaux.

2 **À quels types de médias la personne que vous souhaitez rallier est-elle le plus sensible ?**



L'hebdo local et les réseaux sociaux sont les plus utilisés par le maire.



Médias



3 **Dans votre région ou votre localité, quels sont les médias (journalistes, chroniqueurs, animateurs, blogueurs et influenceurs) qui parlent de votre cause, de l'enjeu ?**



L'enjeu étant national, la presque totalité des médias en parle. De façon plus précise, dans l'hebdo local, un journaliste précis s'intéresse à tout ce qui concerne les enfants. C'est à cette personne que nous nous adresserons pour le publiereportage.

4 **Connaissez-vous le style de communication des médias, ce qu'ils présentent (chiffres, controverse, récits, héros) ?**



Ce journaliste est très sensible aux données statistiques provenant de recherches, mais surtout aux témoignages et récits des citoyens.

5 **Quelle est la meilleure façon de solliciter ces médias ?**



Les activités et enjeux locaux constituent la préoccupation première de cet hebdo. Nous pourrions faire ressortir la nouveauté de l'activité dans la municipalité et la présenter comme étant novatrice dans la région.

4 **Comment pourriez-vous être utile aux médias ?**



Nous mettrons les médias dans notre liste de diffusion en lien avec les portraits, la recherche, le transfert, pour les aider (sans les nommer) à être à l'affût des dernières recherches et données.




Stratégie



EXEMPLE

Pourquoi est-ce important ? Parce que nous ne souhaitons pas refaire les mêmes erreurs !

Il est essentiel pour nous de poser un regard critique sur notre démarche afin d'apporter des changements au besoin. Une « non-réussite » pourrait nous offrir la chance d'appliquer les leçons apprises à nos prochaines démarches. Faire le lien entre ce que nous avons mis en place, et ce que nous avons réussi le sera tout autant, et nous assurera de reproduire ces éléments de succès.

- 1 Quel cadre d'évaluation mettez-vous en place pour constater si vous atteignez les objectifs de votre communication d'influence ?**
 Nous documenterons les actions suivantes :
 - Portée et partage de nos publications sur les réseaux sociaux ;
 - Contacts avec le maire lors des différents événements ;
 - Les témoignages recueillis ;
 - L'impact de la publication du publiportage.
- 2 Quand et comment allez-vous documenter la progression vers l'atteinte des objectifs de votre communication d'influence ?**
 Nous ferons une ligne du temps qui précise les événements où nous allons aller croiser le maire, les publications sur les réseaux sociaux et la publication dans l'hebdo, qui sont des moments clés. Nous ferons le prétest avec l' élu responsable de la politique famille après ces moments.
- 3 Avez-vous atteint vos objectifs, partiellement ou pas du tout ? Pourquoi ? Qu'avez-vous appris ?**
 Avec les éléments que nous captions au fur et à mesure, nous serons à même de comprendre ce qui a bien et moins bien fonctionné dans notre stratégie. Nous pourrons témoigner de nos différentes actions, et de ce que nous avons appris d'elles.



(22)




Effets de la solution



EXEMPLE

Pourquoi est-ce important ? Parce que cet enjeu nous tient réellement à cœur !

Savoir si notre solution, le plan de déploiement de tentes à contes en lecture partagée, a un réel effet sur l'enjeu de la valorisation de la lecture chez les enfants de Bitain, est quelque chose d'important pour nous, comme pour nos partenaires. Nous devons prévoir ce que nous allons vouloir capter en cours de projet. Le planifier nous permettra aussi de nous ajuster en temps réel.

- 1 Prévoyez-vous des façons de constater si la solution a bien été mise en œuvre ?**
 Des contacts réguliers avec la personne de la bibliothèque responsable des tentes à contes permettront de vérifier si les tentes sont déployées dans les différents événements et services de l'agglomération.
- 2 Avez-vous prévu les moyens de capter les effets de la solution sur l'enjeu ?**
 Nous avons créé un premier modèle logique de notre action de lecture partagée en tente à contes. À partir de ce cadre logique, qui précise les effets de notre action, nous avons identifié comment nous saurons si notre action a réellement eu cet effet, et comment nous nous y prendrons. Pour y arriver, nous devons aussi nous attarder à ce que nous avons mis en place et à la fréquentation effective. Une recherche sur le Web nous a permis de trouver des outils pour y arriver.
- 3 Quand et comment ferez-vous le suivi des effets de votre solution ?**
 Nous recueillerons des données tout au long de la démarche et à la fin de cette dernière.



(23)

**Nous sommes toujours heureux
d'avoir de vos nouvelles !**

Vous pouvez nous écrire à **info@pourrallier.com**

Ou nous appeler au **581-477-0172 poste 5**
