

PLAN DE COMMUNICATION



PROPOSITION

TRAMWAY QUÉBEC

Réalisé par ROBERT LANGDEAU

PLAN DE COMMUNICATION

PROPOSITION

L'efficacité des communications est déterminante dans les résultats d'un projet. Il importe donc, pour les organisations, de bien véhiculer le message qu'elles veulent transmettre.

Dans ce document, je vous offre quelques pistes de solutions structurantes afin de rendre vos communications plus performantes dans le dossier du tramway.

Depuis le mois de janvier dernier, le maire Régis Labeaume, les ministres François Bonardel et Jonatan Julien, le directeur du projet M. Daniel Genest ainsi que plusieurs autres personnes influentes, dont l'éditorialiste au Journal de Québec, Karine Gagnon, ont souligné l'importance d'accorder une attention particulière à l'amélioration des communications de ce projet totalisant plus de 3 milliards de dollars.



PLAN DE COMMUNICATION

OBJECTIF ET PRIORITÉS

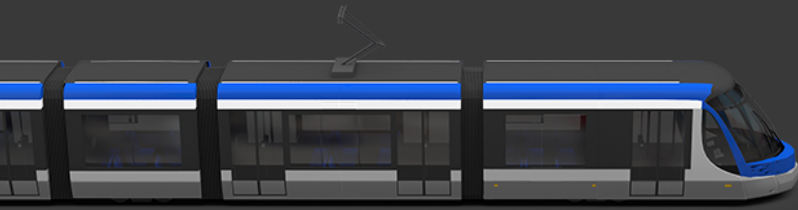
L'objectif actuel est de faire accepter le projet du tramway par la majorité des citoyens de Québec. Il est donc primordial, pour ce faire, de publier, maintenant et quotidiennement, dans les médias traditionnels et numériques, afin de bien informer la population.

La publication en abondance dans les médias doit précéder le prochain sondage, car les résultats de la dernière enquête effectuée en décembre 2019, ont démontré que 46 % des citoyens étaient en faveur du réseau de transport structurant, ce qui représente une baisse considérable.

Un sondage négatif supplémentaire apporterait des munitions aux détracteurs du projet, je pense ici à certains animateurs de radio. Évidemment, cela nuirait grandement à l'avancement du projet.

Dans ces publications, il est également impératif de mettre à l'avant-plan le maire Régis Labeaume et le directeur du projet, M. Daniel Genest. Les campagnes publicitaires du projet tramway, impliquant le maire Labeaume, sont nettement insuffisantes.





URGENCES

- Le service des communications dédié au projet doit travailler dans les locaux du bureau du réseau structurant. Cela permettra aux gens de situer le projet afin de le rendre crédible et accessible ;
- L'équipe en place doit s'entourer de conseillers en communication ayant beaucoup d'expérience à l'écrit et à l'oral et s'assurer de les former en gestion des médias sociaux pour les rendre multifonctionnels ;
- L'équipe doit mettre en place une veille stratégique médiatique efficace afin de contrer rapidement et dans le respect, les propos négatifs des animateurs de radio et des internautes . À Québec, une attention particulière devra être portée aux émissions de radio du matin, à CHOI, avec Dominique Maurais et du midi, au FM93, avec Éric Duhaime ;
- Le service des communications doit s'assurer de la présence du projet dans tous les médias traditionnels et les médias numériques.
- Sélectionner plusieurs personnalités qui seraient prêtes à appuyer publiquement ce projet et les faire réagir via des capsules vidéo dans les médias sociaux, à tour de rôle, une fois par semaine. Cela implique évidemment la sollicitation d'influenceurs/créateurs de contenu. Ces porte-paroles viendraient appuyer le maire Labeaume et le directeur du projet, M. Genest, dans leurs démarches

PLAN DE COMMUNICATION

URGENCES (SUITE)

- Bâtir la crédibilité du grand défenseur du projet, M. Daniel Genest, qui est peu connu de la population de Québec ;
- Expliquer et réexpliquer quotidiennement la décision prise du choix du tramway comme moyen de transport de différentes façons, en insistant sur le fait que les 3 milliards \$ consentis par les gouvernements provincial et fédéral ne peuvent être transférés sur un autre projet.



PLAN DE COMMUNICATION

ÉQUIPE

Il est important de créer une équipe communicative multifonctionnelle. Chaque collaborateur aurait bien sûr, des tâches spécifiques, mais pour pallier à d'éventuelles problématiques, la polyvalence serait l'une des qualités professionnelles recherchée.

Il faut prévoir deux rencontres par jour avec tous les membres de l'équipe. La première en début de matinée pour planifier la journée de travail et l'autre, après le dîner pour permettre l'évaluation du travail et la préparation de l'échéancier jusqu'au lendemain.

Pour ce faire, je propose la création d'une équipe composée de :

UN (E) DIRECTEUR (TRICE) DU SERVICE DES COMMUNICATIONS

UN (E) INFOGRAPHISTE

SIX CONSEILLERS (ÈRES) EN COMMUNICATION



PLAN DE COMMUNICATION

RÔLES

DIRECTEUR (TRICE) DU SERVICE DES COMMUNICATIONS

Responsable de tous les membres de l'équipe des communications dédiés au projet du réseau structurant de transport en commun

Responsable des demandes d'entrevues des médias touchant le projet du réseau structurant de transport en commun

Travaille en collaboration étroite avec l'équipe du maire Labeaume et celle de la direction du projet

Affecte quotidiennement l'équipe des communications du projet

Administre le budget consacré au service des communications du projet du réseau structurant

Planifie les interventions du maire Labeaume avec le service des communications de la Ville et celles du directeur du projet, M. Genest

Responsable de l'achat et de la location des équipements nécessaires aux membres de l'équipe des communications

Forme les conseillers en communication et porte-paroles en communication afin de les rendre multifonctionnels

Organise et participe à des événements pour faire la promotion du projet du tramway

PLAN DE COMMUNICATION

RÔLES (SUITE)

INFOGRAPHISTE

Relève du directeur des communications du projet

Travaille avec tous les conseillers en communication afin de bien illustrer chacune de leurs publications

Travaille en étroite collaboration avec les infographistes du bureau des communications de la Ville de Québec

Participe activement à toutes les réunions d'affectation des conseillers

CONSEILLERS (ÈRE) EN COMMUNICATION

Relèvent du directeur des communications du projet

Formés (es) pour devenir multifonctionnels comme journalistes, caméramans, monteurs audio et vidéo et infographistes

Effectuent la veille des médias sociaux

Rédigent des textes pour les interventions que livreront les porte-paroles

Secondent les porte-paroles dans différentes activités pour faire la promotion du projet de tramway

Participent aux rencontres quotidiennes



ÉCHÉANCIER

Semaine 1

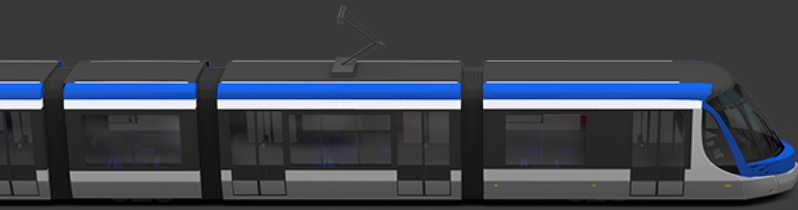
Rencontres de groupe et individuelles avec les conseillers en communication sur leurs tâches de travail actuelles et espérées. Lundi- mardi

Prendre connaissance de tout le matériel écrit, audio et vidéo produit sur le projet depuis 2019. Lundi-mardi

Contacter des formateurs selon les besoins, leurs disponibilités et produire un horaire pour la semaine suivante. Mercredi- jeudi- vendredi

Démarches, au besoin, auprès de candidats potentiels pour compléter l'équipe des communications du projet. Mercredi- jeudi- vendredi

Début des travaux pour l'aménagement de l'espace dédié à l'équipe des communications ainsi que des locaux pour le son, la vidéo et la salle de conférence. Mercredi- jeudi- vendredi



ÉCHÉANCIER (SUITE)

Semaine 2

Formation pour tous les conseillers en communication. Lundi au vendredi

Poursuite des travaux pour l'aménagement de l'espace dédié à l'équipe des communications : Lundi au vendredi

Achat et location d'équipements pour les conseillers en communication dédiés au projet : Lundi au vendredi

Installation d'une carte, format géant, dans la salle de conférence identifiant tous les secteurs de la Ville de Québec, incluant la ville de Saint-Augustin-de-Desmaures et celle d'Ancienne-Lorette.

Production d'un plan de match au niveau des communications du projet approuvé par la direction des communications de la Ville de Québec. Mercredi – jeudi

Production du plan de communication officiel du projet et présentation de l'équipe des communications lors d'un dîner d'équipe dans les nouveaux locaux. Vendredi

Visite des locaux dédiés à l'équipe. Vendredi



ÉCHÉANCIER (SUITE)

Semaine 3

Présentation de tous les membres du service des communications et explication des tâches de chacun à l'équipe du maire Labeaume, tous les membres du conseil municipal, la Direction et les membres de l'équipe du réseau structurant, la Direction et les conseillers en communication de la Ville de Québec et la Direction et les conseillers du RTC. Lundi- mardi

Début de la mise en ligne du matériel rédigé et enregistré pour les médias sociaux et le site web. Lundi au vendredi

Démarches auprès de personnalités de la ville de Québec afin qu'elles deviennent des porte-paroles pour appuyer le projet, le maire Régis Labeaume et le directeur du projet M. Daniel Genest Lundi au vendredi

Rédaction des textes et formation des premiers porte-paroles. Semaine suivante.

SUITE DE L'ÉCHÉANCIER SUR DEMANDE

