Été 2007

Dans ce numéro

Un programme de prix à Ottawa? Nous voulons connaître votre opinion!.....3

Négocier avec son fournisseur de services audio-visuels 4

Professionnels des relations publiques recherchés 5

La séance de perfectionnement professionnel de février 7

VOX

LA VOIX DE LA SCRP OTTAWA/GATINEAU

Société canadienne des Relations publiques

Message du président

Par Stephen Heckbert
Président, SCRP Ottawa/Gatineau

Bonjour à tous les membres de la SCRP,

C'est avec grand plaisir que je vous écris aujourd'hui pour la dernière fois en tant que président sortant de la SCRP Ottawa/Gatineau. Je dis avec grand plaisir, car j'éprouve beaucoup de fierté d'avoir travaillé avec des personnes remarquables au cours des trois dernières années à titre de président. Et aussi parce que, selon moi, la division se porte maintenant beaucoup mieux, et ce, grâce à l'arrivée de plusieurs nouveaux administrateurs et à des membres qui, de plus en plus, souhaitent s'investir.

À l'heure actuelle, de nombreux sujets liés à votre division et à votre société méritent notre attention. Cette année, notre volet perfectionnement professionnel a connu beaucoup de succès, nous avons établi de nouvelles communications avec le gouvernement du Canada, et avons répondu, en votre nom, à une demande de commentaires de l'industrie émise par Travaux publics et Services gouvernementaux sur une nouvelle approche en matière d'approvisionnement.

Qu'avons-nous appris ensemble au cours des trois dernières années? Nous avons constaté la venue imminente d'une pénurie de communicateurs. Nous avons également appris que notre voix de conseiller gagne en importance auprès de l'industrie et du gouvernement dans le cadre des communications d'aujourd'hui.

Que devons-nous faire de plus? Nous devons faire plus de relations publiques pour faire valoir les relations publiques. Nous élaborons actuellement un plan qui vise à accroître la visibilité de l'important travail que nous accomplissons, dans l'exercice de notre profession. En outre, nous devons encourager la participation d'un plus grand nombre de personnes. Ainsi, joignez-vous à nous. La qualité de notre société dépend de nos contributions conjointes.

J'aimerais également remercier toutes les personnes dévouées qui, aujourd'hui, offrent leur temps bénévolement. Votre association professionnelle a besoin de vous, et vous remplissez votre engagement.

Veuillez participer à la conversation comme vous le pouvez, soit en tant que mentor pour des étudiants ou comme membre d'un comité bénévole du conseil.

Merci encore de soutenir la division locale. Je vous offre mes meilleurs vœux pour un superbe été.

Quant à moi, je resterai engagé l'année prochaine, mais je me joins à une longue lignée d'anciens présidents qui comprennent le rôle que doit jouer un ancien président, soit celui de sage conseiller, qui s'éclipse discrètement dans un rôle de soutien. Bref, il est préférable de s'effacer graduellement que de s'éteindre.

Stephen Heckbert,
Président

La SCRP reconnaît les nouveaux membres agréés à la Conférence nationale

Lors de la récente conférence «en accéléré» de la Société canadienne des relations publiques (SCRP) qui a eu lieu à Edmonton, la SCRP a reconnu 6 des 23 relationnistes qui ont assisté à la conférence et qui ont complété les exigences requises pour l'obtention de l'agrément de la SCRP en 2006.

Ces dernières obtentions de l'agrément apportent le nombre de membres accrédités à 481, ce qui signifie que 30% des membres de la SCRP sont maintenant accrédités. Pour devenir un membre accrédité et obtenir l'agrément (ARP), le/la candidat(e) doit entreprendre des études spécialisées, passer des tests écrits et oraux rigoureux, et soumettre une ébauche de travail détaillée.

suite à la page 3

WE KNOW YOU HAVE ISSUES.

MEDIAVANTAGE

Stay on top of it all with MediaVantage – a revolutionary media monitoring and issues management tool.

Scan thousands of media sources across print, TV, Internet and weblogs. Track an unlimited number of issues using unlimited pre-set or ad-hoc search terms. Get instant results you can share easily with your colleagues. Do it all from your desktop. All from a single provider. CNW Group. For more information visit www.newswire.ca or call 1.866.805.9530.

Powered by DNA 13
Manage, Monitor & Measure
Communications – Accurately.

CNW GROUP

suite de la page 1

Pour se qualifier pour écrire l'examen de l'agrément de la SCRP, le/la candidat(e) doit également avoir une réputation intègre et des normes d'éthique exemplaires et doit avoir complété un minimum de cinq ans de travail à temps plein dans le domaine des relations publiques.

Les nouveaux membres accrédités ont été traités au champagne et ont reçu leur épinglette et certificat durant le gala des prix. Ottawa-Gatineau est fier de reconnaître trois membres de la région qui ont reçu cette accréditation : **Danielle Côté** ARP, **Cindy Goldberg** ARP et **Lin Moody** ARP.

Un programme de prix à Ottawa? Nous voulons connaître votre opinion!

La division de la SCRP Ottawa/Gatineau répond aux besoins de la communauté locale de relations publiques au moyen de la mise en place et du maintien de normes professionnelles, de formation et de déontologie. En plus des avantages que procure le Bureau national, la SCRP Ottawa/Gatineau offre également :

- Des séances de perfectionnement professionnel et des programmes spéciaux pour les membres de la SCRP et autres professionnels;
- Des occasions de rencontres entre les professionnels des relations publiques.
- Des mises à jour au moyen d'un bulletin (VOX) et d'un site Internet (**http://www.cprsottawa.com**)
- Des offres d'emplois en ligne qui procurent des renseignements sur les occasions d'emploi pour les professionnels des relations publiques dans la région d'Ottawa/Gatineau et à l'échelle du Canada.
- Une assemblée générale annuelle.
- La surveillance du processus d'obtention de titre.

Alors que plusieurs divisions de la SCRP offrent un programme de prix professionnels visant à mettre en valeur les communicateurs locaux et leur travail, la division Ottawa/Gatineau n'en possède pas.

Pour créer un programme de prix qui reflète les besoins des membres de notre division, nous voulons connaître votre opinion. Lorsque vous recevrez notre sondage par courriel au cours du mois, veuillez le remplir et le retourner avant la date limite. Vous nous aiderez ainsi à créer un programme de prix qui reflétera notre division et nos membres. En outre, vous pourriez gagner une paire de billets pour assister à une pièce de la saison 2007-2008 de la *Great Canadian Theatre Company* au *Irving Greenberg Theatre Centre* (coin Wellington et Holland).

Si vous désirez être bénévole, communiquez avec moi au loli@loliproductions.com ou publicity@gctc.ca.

NÉGOCIER AVEC SON FOURNISSEUR DE SERVICES AUDIO-VISUELS

En tant que professionnel des relations publiques, vous serez peut-être appelé à effectuer des achats de services audio-visuels pour des conférences de presse, des évènements spéciaux ou des réunions. Toutefois, obtenir de bons services sans dépasser votre budget peut parfois paraître impossible. Le support multimédia fait maintenant partie intégrante de la façon dont on se présente, alors négocier en vue d'obtenir la meilleure solution possible s'avère un atout important.

Les négociateurs talentueux s'appuient sur une position de force, mais certains professionnels des relations publiques se retrouvent par mégarde en position de faiblesse quand vient le temps de négocier. Certains relationnistes font parvenir des listes d'équipement prédéterminées, mais ils n'acceptent pas les suggestions que leur formulent les soumissionnaires. Ou encore, les relationnistes font une offre de prix, mais prennent une décision peu de temps avant le début d'un événement, et parfois, le meilleur équipement et le personnel ne sont plus disponibles. D'autres choisiront même la soumission la moins coûteuse et devront débourser un supplément pour de l'équipement ou du personnel de dernière minute.

Voici quelques conseils que les professionnels des relations publiques peuvent suivre afin de mieux réussir en la matière :

- Commencez le plus rapidement possible et demandez des propositions plutôt que d'émettre des appels d'offres, surtout si vous organisez un événement d'envergure. Vous profitez de l'expertise d'un spécialiste de l'audio-visuel et des technologies les plus récentes.
- Assurez-vous d'inclure, dans votre demande de proposition, les objectifs, le format et le public cible pour que le fournisseur puisse déterminer quelle place il doit accorder au style par rapport au contenu.
- Assurez-vous d'inclure le programme de l'événement dans votre demande afin que le soumissionnaire puisse évaluer le coup de la main-d'œuvre avec précision.
- Fournissez un budget. La concurrence incitera le fournisseur à offrir le meilleur service au plus bas prix, qui se traduit souvent par un budget en deçà des limites fixées.
- Organisez une réunion avec les soumissionnaires afin de connaître les raisons qui ont motivé leurs choix d'équipement et de personnel, de discuter des solutions proposées et d'explorer d'autres avenues.
- Considérer le soumissionnaire comme un membre de l'équipe pour la durée de l'événement.

Mettez ces suggestions en pratique lors de vos négociations. Vous serez agréablement surpris de la bonne tournure que prendront vos réunions et de ce que vous obtiendrez pour votre argent.

Cet article vous est présenté par Ducom Canada Inc. commanditaire de la Société canadienne des relations publiques, Ottawa/Gatineau.

Professionnels des relations publiques recherchés

par Mélanie Lamoureux et Claudine Gagné, étudiantes et Jean-Maurice Lafond, professeur

Les attentes grandissantes du marché du travail

Peu importe leurs activités, les petites comme les grandes entreprises comptent de plus en plus sur les relations publiques pour atteindre leurs objectifs. Quelles sont donc les attentes des employeurs à l'égard de ces professionnels hautement recherchés de la communication et comment la formation collégiale répond-elle à leurs exigences?

Selon une recherche menée par le Centre d'études NATIONAL de la Chaire en relations publiques de l'UQÀM[1], les gestionnaires comptent en particulier sur les relationnistes pour leurs capacités en communication stratégique, en rédaction, en gestion de crise, en relations médiatiques et en communications d'entreprise. Pour développer des relations de confiance avec un environnement de plus en plus revendicateur et médiatisé, le relationniste doit utiliser de façon proactive des outils de communications adaptés et intégrés. En outre, ses capacités de recherche, d'analyse et d'empathie devront lui permettre de mieux connaître et comprendre ses divers interlocuteurs et les enjeux qui les touchent.

> Les relations publiques occupent une place de plus en plus importantes dans les stratégies de communication des entreprises alors que les achats publicitaires diminuent. La formation des nouveaux relationnistes est-elle à la hauteur?

La réponse du collège des meilleures pratiques

Pour répondre aux besoins du marché, La Cité collégiale offre une formation de deux ans basée sur la pratique des relations publiques et l'élaboration d'outils de communication efficaces. La première année est consacrée aux apprentissages de base en relations publiques, en rédaction, en techniques de communication, en recherche, en outils informatiques, en relations de presse et en marketing. Une fois leur première année complétée, les étudiants sont rapidement plongés dans un environnement de travail professionnel où ils approfondissent et appliquent les principes et méthodes de travail en s'imprégnant du code d'éthique de la SCRP. Durant cette deuxième année, faite de projets concrets internes et externes, les futurs relationnistes approfondissent les communications d'entreprise, les principes de publicité, l'organisation d'événements, la gestion d'agence et de projets ainsi que la gestion de crise. Des cours en français, en anglais, en culture et médias viennent compléter le programme de formation. Le tout se termine sur un stage pratique de sept semaines en milieu de travail.

Un programme à la hauteur des attentes mais …

Le programme de La Cité collégiale permet donc aux futurs relationnistes, de non seulement connaître et comprendre les exigences actuelles du métier, mais aussi d'y répondre concrètement. Tout n'est cependant pas seulement affaire de connaissances et de méthodes. La profession de relationniste exige aussi une personnalité toute particulière où la curiosité, le sens des valeurs, la connaissance de soi et des autres, l'esprit d'équipe et le souci du travail bien fait prédominent. Le métier de relationniste en 2007 est exigeant mais passionnant. Devenir parfait relationniste est le défi d'une vie.

Des relationnistes heureux de la couverture médiatique …
Assis: Véronique Mathurin-Gendreau, Valérie Charron, Éric Desrivières-Labonté, étudiants.
Debout: Jean-Maurice Lafond, professeur.

1 Centre d'Études NATIONAL sur l'industrie des relations publiques, Chaire en relations publiques de l'UQAM, Enjeux de la communication d'entreprise : les tendances canadiennes, Bulletin Recherche RP, Juin 2006

« Ce qui se conçoit bien s'énonce clairement et les mots pour le dire viennent aisément »

—Nicolas Boileau

"Whatever we conceive well we express clearly, and words flow with ease"

Chez Dyade, c'est cette recherche fondamentale qui nous inspire et qui anime notre volonté d'offrir des services de qualité inégalée. Qu'il s'agisse de services linguistiques, de communication visuelle ou de relations publiques, nous croyons que le succès réside dans la quête d'idées nouvelles et de meilleures pratiques.

Dyade is inspired by this fundamental research and motivated by the will to offer services of unparalleled quality. Whether you seek our services in linguistics, visual communication or public relations, we believe that success lies in the quest for new ideas and best practices.

DYADE

CRÉATEUR DE NOUVELLES PERCEPTIONS
CREATOR OF NEW PERCEPTIONS

www.dyade.com

La séance de perfectionnement professionnel de février

Le 27 février 2007 la SCRP Ottawa-Gatineau a tenu une séance de perfectionnement professionnel ayant comme thème « Planifiez ce que vous ne pouvez contrôler : étude de cas du Bal de neige 2007 ». Guy Laflamme, vice-président de la CCN, Programmation, communications et marketing, a présenté un aperçu des préparatifs de la CCN visant à mettre au point un scénario en cas d'une météo défavorable à la tenue du Bal de neige. Grâce à plusieurs années de planification et à la collaboration des employés et des organismes locaux, un plan d'urgence détaillé était en place et prêt à être déployé à très court préavis. Ce plan prévoyait l'utilisation des musées et la fermeture de la promenade Colonel By à la circulation afin que les participants puissent y faire du patin à roues alignées. Heureusement pour eux, dame nature était de la partie faisant ainsi de l'édition 2007 du Bal de neige l'une des plus réussies de tous les temps. Les trois sites principaux de Bal de neige ont accueilli plus de 1,6 million de visiteurs et le festival a engendré plus de 151 millions de dollars en retombées économiques pour la région. Certains affirment que le succès qu'a connu la CCN peut être attribué à la tuque que portait M. Laflamme. Au cours d'une entrevue télévisée, M. Laflamme portait une tuque qui servait de support visuel afin de rappeler à la population que la ville d'Ottawa s'était bien préparée pour l'évènement, que les conditions météorologiques s'amélioraient constamment et qu'il faisait bel et bien froid dans la capitale nationale!

De gauche à droit : Lucie Caron, Directrice, Communications stratégiques par intérim; Kathryn Keyes, Conseillère en relations avec les médias; Guy Laflamme, Vice-président de la direction de la programmation nationale, des communications et du marketing; Chantal Comeau, Agente des relations avec les médias et Marie-Ève Létourneau, Conseillère en relations avec les médias.

Message de bienvenue à nos nouveaux membres

La SCRP Ottawa/Gatineau souhaite la bienvenue aux nouveaux membres de la division. Nous invitons ces nouveaux membres à se joindre à nous dans le cadre de nos événements de perfectionnement professionnel au cours de l'année. Si vous avez des questions ou des commentaires, n'hésitez pas à communiquer avec la directrice générale, Carmen Marson-Awad par courriel à info@cprsottawa.com ou en composant le 613-843-0150. Au plaisir de vous voir bientôt.

- Frances McRae,
  Bureau du Conseil privé
- Isabelle Des Chênes,
  Association des produits forestiers du Canada
- Philip D. Newton,
  Comité paralympique canadien
- Mark Salter,
  News Canada Inc.
- Annie Cuerrier,
  Industrie Canada
- Krista Kealey,
  Administration de l'aéroport international d'Ottawa
- France Clost,
  La Société d'aide à l'enfance d'Ottawa
- Daniel-Robert Gooch,
  Conseil des aéroports du Canada
- Caroline Grondin,
  CRTC
- Léa Werthman,
  Service Canada
- Yoan St. Onge,
  Construction de Défense Canada
- Johannus (John) C. Olsthoorn,
  Fondation canadienne de la recherche sur les services de santé
- Martin Sampson,
  Fleishman-Hillard Canada Inc.
- Diane Riddell,
  Gendarmerie royale du Canada
- PJ Vankoughnett-Olson,
  Société canadienne du sang
- Lorna Tessier,
  Société canadienne du sang

Conseil d'administration de la SCRP Ottawa/Gatineau 2006-2007

N'hésitez pas à communiquer avec n'importe lequel des membres de notre Conseil pour partager vos idées, vos commentaires et votre envie d'aider!

Président
Stephen Heckbert,
Thornley Fallis Communications
Téléphone : 613-231-3355, poste 225
Courriel : heckbert@thornleyfallis.com

Président désigné
Tim Power
Summa Strategies Canada
Téléphone : 613-235-1400
Courriel : tpowers@summa.ca

Secrétaire, Bulletin Vox
Aurélie Walsh
Blueprint Public Relations
Téléphone : 613-237-7400 x23
Courriel : aurelie@blueprintpr.ca

Relations avec les étudiants
Frances McRae
Bureau de Conseil privé
Téléphone : 613-957-5153
Courriel : fmcrae@bnet.pco-bcp.gc.ca

Agrément
Robyn Osgood, APR
Blueprint Public Relations
Téléphone : 613-237-7400 x25
Courriel : robyn@blueprintpr.ca

Commanditaire
Danielle Côté, APR
BKT Health Promotion
and Communications Inc.
Téléphone : 613-565-5600
Courriel : dfcote@bkthealth.com

Commercialisation
Keelan Green
Thornley Fallis Communications
Téléphone : 613-231-3355 x260
Courriel : green@thornleyfallis.com

Membres généraux

Annie Cuerrier
Industrie Canada
Téléphone : 613-947-1969
Courriel : cuerrier.annie@ic.gc.ca

Laurie Murphy
Téléphone : 613-421-0544
Courriel : publicist@loliproductions.com

Directrice générale
Carmen Marson-Awad
eMediat Communications
Téléphone : 613-843-0150
Courriel : info@cprsottawa.com

Nos commanditaires :