

QUEEN
HC
120
.C6
T414
1990

Le manuel de l'organisateur

*(Un abrégé de conseils
pratiques, d'idées sur la
publicité et la planification
à ajouter à votre propre
ingéniosité et créativité.)*

Faisons équipe pour un marché dynamique

Consommateurs • Entreprises • Gouvernements

Semaine nationale des consommateurs

Consommation
et Corporations Canada

Consumer and
Corporate Affairs Canada

Canada

Queen
Kc
120
.Cb
T414
1990

Faisons équipe pour un marché dynamique :
consommateurs, entreprises, gouvernements

SEMAINE NATIONALE DES CONSOMMATEURS

Le manuel de l'organisateur

(Un abrégé de conseils pratiques, d'idées sur la publicité
et la planification à ajouter à votre ingéniosité et
créativité)

Nous tenons à remercier le Conseil national de la consommation du Royaume-Uni et le Service de consommation des États-Unis pour avoir mis à profit leurs idées et l'information contenues dans leurs manuels d'organisation d'une Semaine nationale des consommateurs.

TABLE DES MATIÈRES

	<u>PAGE</u>
MESSAGE DU MINISTRE	1
AVANT-PROPOS	2
LES RUDIMENTS DE LA SEMAINE NATIONALE DES CONSOmmATEURS	3
LA PARTICIPATION A SES AVANTAGES	4
DES IDÉES INSPIRANTES!	5
Éducateurs	5
Les associations communautaires et les regroupements de citoyens	7
Associations commerciales et professionnelles	8
Le monde des affaires	9
Groupes de consommateurs	11
Fonctionnaires municipaux	12
LES MÉCANISMES POUR FAIRE AVANCER LES CHOSES	13
COMMENT ATTIRER L'ATTENTION	19
ENTHOUSIASME ET ZÈLE	22
QUOI FAIRE ET NE PAS FAIRE	24
UN EXEMPLE POUR "LA PROCLAMATION DU MAIRE"	25
UN EXEMPLE DE "COMMUNIQUÉ"	26
LE RÔLE DE CONSOMMATION ET CORPORATIONS CANADA	27
LE RÔLE DES GROUPES PARTICIPANTS	28
ÉCRIVEZ-NOUS, NOUS VOULONS SAVOIR...	29

MESSAGE DU MINISTRE

La dernière semaine pleine du mois d'avril sera dorénavant consacrée **Semaine nationale des consommateurs**. Cette année, l'événement se tiendra du 23 au 29 avril 1990.

Cette Semaine sera l'occasion rêvée d'accentuer la sensibilisation, l'éducation et la participation de tous les intervenants du marché. Son but sera de promouvoir le partenariat entre les consommateurs, les entreprises et les gouvernements.

Les gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux désirent que les entreprises, les associations de gens d'affaires, les groupes de consommateurs, les écoles, les organismes communautaires, les associations commerciales et professionnelles, les médias, les administrations municipales prennent part à la **Semaine nationale des consommateurs**. On favorisera les activités, de petite ou grande envergure, qui sauront promouvoir ce partenariat. Des événements et des activités peuvent avoir lieu dans votre ville ou votre communauté afin d'aider à améliorer la qualité du marché pour les consommateurs.

Le succès de la Semaine dépend de votre participation.



Harvie Andre

AVANT-PROPOS

6h du matin.

Il fait noir dans votre chambre.
Le réveille-matin sonne.

Dès lors, vous faites partie du marché. Vous n'êtes pas seul; tous vos partenaires sont là avec vous. Les entreprises ont fourni l'électricité, le gouvernement a certifié le compteur qui la mesure et vous avez fait confiance aux concepteurs, manufacturiers, distributeurs, grossistes et détaillants de ce réveille-matin pour démarrer... pour plonger dans cette journée très occupée qui vous attend.

À chaque instant de la journée, les Canadiens consomment de l'énergie, effectuent des transactions, utilisent des appareils, font appel à des services... pour former une gigantesque pyramide d'inter-relations économiques, juridiques, morales et personnelles. Il en est de même pour le marché. Vous, le consommateur, et vos partenaires, les entreprises et les gouvernements, avez un rôle à jouer. Nous faisons tous partie d'une équipe dont les membres se complètent.

La Semaine nationale des consommateurs est l'occasion de renforcer cette équipe et d'améliorer le marché pour les consommateurs et le monde des affaires.

Le but premier de cette Semaine nationale des consommateurs est d'impliquer le plus grand nombre d'acteurs : les éducateurs, les gens d'affaires, tous les niveaux de gouvernement, les médias et bien sûr les consommateurs ...en les sensibilisant au partenariat entre les consommateurs, entreprises et les gouvernements. La façon d'y arriver consiste à organiser des activités communautaires, des concours, des jeux, des programmes et des événements qui mettent l'emphase sur ce partenariat. Ces activités peuvent durer la semaine, une fin de semaine ou une journée. L'implication du secteur des affaires est cruciale... Les activités que vous organiserez durant la Semaine nationale auront comme unique limite votre ingéniosité et les ressources de votre groupe.

LES RUDIMENTS DE LA SEMAINE NATIONALE DES CONSOMMATEURS

Quand

Les gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux participent activement à cette Semaine nationale des consommateurs. Celle-ci aura lieu la dernière semaine du mois d'avril, en même temps qu'un événement similaire tenu aux États-Unis. Les consommateurs, les entreprises et les gouvernements organisent les activités de cette Semaine, lesquelles se tiendront soit toute la semaine, soit une fin de semaine ou soit une journée. Tout le monde a au moins une bonne raison de s'impliquer. Tout le monde a quelque chose à y gagner.

Les buts

Nous avons tous avantage à favoriser la sensibilisation aux questions de consommation, à entretenir le partenariat consommateurs-entreprises-gouvernements et à rendre le marché plus attentif aux besoins de chacun. Par conséquent, il devient important d'impliquer le plus d'individus et de gens d'affaires possible. Invitez les gens de tous âges et de toutes conditions sociales à participer à des événements collectifs intéressants et amusants durant cette Semaine. Le gouvernement fédéral, en collaboration avec les gouvernements provinciaux et territoriaux, souhaite la participation de tous les secteurs du marché aux activités organisées dans le cadre de la Semaine nationale des consommateurs.

Lieux

Étant un véritable événement populaire, la Semaine nationale des consommateurs peut se dérouler à peu près n'importe où. Un des endroits les plus appropriés serait sans nul doute les mails des centres commerciaux où l'on retrouve consommateurs et détaillants. Aussi, d'autres lieux comme les centres communautaires, les commerces, les bureaux, etc., peuvent très bien être utilisés.

LA PARTICIPATION A SES AVANTAGES

... en tant qu'individu :

- . vous êtes actif dans votre communauté;
- . vous participez à une fascinante expérience;
- . vous rencontrez les gens de tous les âges et de tous les milieux;
- . vous améliorez vos connaissances à propos des produits et des services;
- . vous avez l'occasion d'échanger vos idées sur l'évolution du marché;

... en tant que membre d'une association, d'une entreprise ou d'un groupe :

- . vous faites connaître votre organisation;
- . vous aidez à simplifier les choix dans un marché complexe;
- . vous investissez temps et énergie à une activité dont tous les consommateurs tirent profit;
- . vous aidez les consommateurs, les gens d'affaires et le gouvernement à mieux comprendre les avantages d'un partenariat actif;
- . vous créez un événement stimulant pour votre communauté.

DES IDÉES INSPIRANTES!

La Semaine nationale des consommateurs a été mise sur pied pour favoriser le partenariat entre les consommateurs, les entreprises et les gouvernements. Le genre d'activités organisées seront aussi variées que les gens qui les organiseront. Voici une liste de projets possibles :

Éducateurs

- . Utilisez le slogan de la Semaine nationale des consommateurs pour vos activités.
- . Interviewez des parents et grand-parents afin de comparer comment la vie a pu changer au fil des ans en ce qui a trait à la protection du consommateur, à la qualité des produits et aux coûts et aux choix qui sont offerts.
- . Discutez de quelle façon les produits et les services peuvent changer à l'avenir.
- . Organisez des dégustations de différents produits tels les boissons gazeuses, les grignotines, les céréales, les bonbons, etc. Comparez différentes marques connues avec des produits en vrac.
- . Inventez un jeu-questionnaire "Vrai ou Faux". Les questions peuvent être lues publiquement et, le lendemain, les réponses seraient données. Ou encore le test peut être disponible à un comptoir aux consommateurs ou publié dans un bulletin. Il serait même intéressant d'offrir des prix aux gagnants.
- . Inventez des sketches sur la consommation; par exemple sur la façon de porter plainte ou de poser les bonnes questions avant d'acheter.
- . Demandez à des étudiants d'identifier des produits et des services mal conçus qu'ils utilisent régulièrement puis demandez-leur d'écrire aux manufacturiers pour proposer des améliorations.
- . Utilisez un autre jeu : il s'agirait de comparer les prix d'articles tels que des blue-jeans, des espadrilles, des casse-croûtes, des breuvages, des lecteurs de cassettes portatifs puis publiez les résultats dans un communiqué ou un bulletin.
- . Produisez des annonces publicitaires sur des produits ou des services déjà existants ou inventez-en afin d'apprendre des techniques de marketing.

- . Discutez de sujets de consommation en classe : comment acheter de la nourriture, des vêtements, des vélos, des équipements sportifs et des produits de divertissement.
- . Effectuez des enquêtes sur les habitudes de consommation des étudiants. Examinez les sources de revenu, la moyenne des revenus, les sortes de marchandises et de services achetés, le pourcentage des revenus utilisés à l'achat de produits et de services, les économies, etc.
- . Comparez l'attitude des consommateurs des différentes provinces du Canada avec les autres pays : les habitudes de consommation face aux différents biens et services, les différents régimes de protection des consommateurs et les différences de coûts, qualité, variété des produits et des services.
- . Enregistrez une série de communiqués sur la façon d'acheter des produits et des services de consommation et les diffuser.
- . Rédigez un manuel de suggestions de produits de consommation achetés habituellement par les étudiants.
- . Mettez sur pied un club de placement qui apprendrait aux étudiants l'art de la planification financière.
- . Proposez une dissertation sur l'importance d'être un consommateur averti.
- . Invitez une personne faisant affaires dans votre localité ou appartenant à un groupe de consommateurs à venir discuter de la sécurité des produits, de l'étiquetage, de la publicité trompeuse et d'autres sujets de consommation.
- . Effectuer la tournée des différents commerces de votre localité pour voir comment les produits et les services sont présentés. Vérifiez le degré de satisfaction des consommateurs.

Les associations communautaires
et
les regroupements de citoyens

- . Utilisez le slogan de la Semaine nationale des consommateurs pour vos activités.
- . Invitez une personne faisant affaires dans votre localité ou appartenant à un groupe de consommateurs à venir discuter avec vos membres.
- . Rencontrez des représentants faisant affaires dans votre localité ou des représentants de la Chambre de commerce pour discuter de leur rôle et de leurs responsabilités face au marché.
- . Organisez une "rencontre avec vos élus" où ces derniers pourront passer en revue ce qui a été fait pour améliorer le marché pour les consommateurs et les entreprises.
- . Publiez dans votre bulletin ou revue un jeu-questionnaire traitant de divers sujets de consommation.
- . Avec l'aide de gens d'affaires de votre localité, commanditez une activité éducative pour les consommateurs.
- . En utilisant le slogan de la Semaine nationale des consommateurs, proposez aux postes de radio et télévision des messages d'intérêt public s'adressant aux consommateurs et aux gens d'affaires.
- . Parrainez des ateliers d'entretien d'automobiles. Invitez des mécaniciens, des vendeurs d'automobiles, des responsables de clubs automobiles et des concessionnaires à parler de leur domaine respectif.

Associations commerciales et professionnelles

- . Utilisez le slogan de la Semaine nationale des consommateurs pour vos activités.
- . Annoncez vos activités dans les bulletins et revues des associations.
- . En utilisant le slogan de la Semaine nationale des consommateurs, produisez des messages d'intérêt public pour la radio et la télévision.
- . Sensibilisez vos membres aux besoins spécifiques de certains consommateurs qui ont des problèmes (malentendants, personnes aveugles, personnes handicapées, etc.).
- . Produisez un supplément pour votre bulletin en mettant de l'emphase sur la Semaine nationale des consommateurs et demandez à votre président d'écrire un article spécial décrivant l'importance des consommateurs pour votre industrie.
- . Publiez des conseils en matière de consommation reliés à vos produits ou services.
- . Dans les mails des centres commerciaux, organisez des expositions ou des démonstrations de vos produits et de vos services.
- . Invitez des conférenciers aux différents événements qui auront lieu dans les écoles ou dans la communauté pour qu'ils puissent parler de votre industrie ou de votre profession du point de vue de la consommation.

Le monde des affaires

- . Utilisez le slogan de la Semaine nationale des consommateurs pour vos activités.
- . Demandez à votre président ou directeur d'écrire une lettre à tous les employés, leur annonçant la Semaine nationale des consommateurs et soulignant l'importance d'un bon service à la clientèle.
- . Parrainez une association de consommateurs ou un organisme communautaire pour qu'il puisse mener à bonne fin un projet dans le cadre de la Semaine nationale des consommateurs.
- . Annoncez vos activités dans le cadre de la Semaine nationale des consommateurs dans le bulletin ou la revue de l'entreprise.
- . Organisez une journée d'accueil afin de présenter au public les préposés au service à la clientèle, les gérants et autres employés de votre entreprise.
- . Dans les factures envoyées aux clients, insérez des encarts donnant des conseils en matière de consommation.
- . Installez une boîte de suggestions pour les clients et les employés pour améliorer vos produits et services.
- . Organiser des colloques pour informer vos clients sur vos différents produits et services.
- . Mettez sur pied des séances de formation pour vos employés afin d'améliorer le service à la clientèle. Vous pourriez même leur proposer de témoigner sur leur engagement face à la clientèle.
- . Offrez des prix aux employés qui réussissent le mieux à bien servir les clients.
- . Trouvez des façons de mieux régler les plaintes des consommateurs.
- . Installez à l'intention des consommateurs une ligne sans frais (la 800).
- . Assurez-vous de fournir à votre clientèle l'information adéquate quant aux services qui lui sont offerts.
- . Effectuez un sondage auprès de votre clientèle pour mesurer sa satisfaction et comment vous pourriez améliorer vos produits et services.

- . Reformulez vos brochures d'information sur les produits, les garanties ou les modes d'emploi dans un langage simple.
- . Organisez des rencontres de consultation auxquelles participeront vos clients.
- . Félicitez vos employés pour leur bon travail auprès des clients.
- . Proposez des conseils sur les moyens d'épargner ou de faire des achats judicieux.
- . Dans les centres commerciaux ou autres lieux publics, mettez sur pied des expositions ou faites des démonstrations de vos produits, vos services ainsi que vos services à la clientèle.
- . Préparez une exposition de vos meilleures réclames ou organisez un visionnement des meilleures publicités de l'année.

Groupes de consommateurs

- . Utilisez le slogan de la Semaine nationale des consommateurs pour vos activités.
- . Annoncez vos événements et thèmes dans vos bulletins et revues en mettant de l'emphase sur le partenariat entre les consommateurs, les entreprises et les gouvernements.
- . Offrez un prix de reconnaissance à l'individu qui s'est le plus engagé à promouvoir les intérêts des consommateurs. Organisez une cérémonie de remise de prix et une réception afin de souligner l'événement.
- . Donnez un prix de reconnaissance à l'entreprise qui offre le meilleur service à la clientèle. Organisez une cérémonie de remise de prix et une réception pour souligner cet événement.
- . Aidez les bibliothèques à installer le "Coin des consommateurs" et demandez-leur de le faire connaître à leurs usagers.
- . Mettez sur pied une liste des conférenciers locaux à l'intention des groupes communautaires, des écoles, des services et des organismes municipaux.
- . Proposez à la presse des articles sur la consommation; proposez des entrevues aux stations de télévision et de radio; participez à des lignes ouvertes.
- . Organisez des colloques ou des ateliers, dans des écoles, des collèges ou des centres communautaires, sur la façon d'utiliser les produits, de lire les étiquettes, de protéger les cartes de crédit, de planifier sa retraite, etc.
- . Encouragez les stations de radio et de télévision et les journaux de votre région à mettre l'accent sur différents sujets de consommation.
- . Produisez et distribuez par l'intermédiaire des gens d'affaires des conseils et des mises en garde en matière de consommation.

Fonctionnaires municipaux

- . Utilisez le slogan de la Semaine nationale des consommateurs pour vos activités.
- . Demandez au maire ou au président du Conseil de proclamer la Semaine nationale des consommateurs dans votre municipalité ou votre ville et demandez-leur également d'écrire une lettre à tous les employés afin de les informer (voir l'exemple de la Proclamation du maire, page 25).
- . Proposez aux groupes de consommateurs, aux organismes communautaires et aux commerces d'utiliser les équipements municipaux pour leurs activités de la Semaine nationale des consommateurs.
- . Encouragez les commerçants et les gens d'affaires de votre localité à prendre part aux activités de la Semaine nationale des consommateurs.

LES MÉCANISMES POUR FAIRE AVANCER LES CHOSES

Vous avez décidé de mettre à profit vos talents, vos énergies et votre créativité dans l'organisation d'un événement ou d'un programme d'activités durant la Semaine nationale des consommateurs. Vous tardez à démarrer le projet? Courage, avec un peu de méthode, vous y arriverez. Commencez d'abord par l'essentiel. Vous devez vous organiser et garder les choses simples, bien coordonnées, tout en respectant les échéanciers.

1. Identifiez les buts et objectifs

Il est essentiel que vous définissiez clairement ce que vous voulez faire dans le cadre de la Semaine nationale des consommateurs. Que ce soit pour une activité ou plusieurs, un exposé clair et bref des paramètres de votre profil vous fournira un cadre de références et évitera les malentendus. Il faut toujours garder en mémoire, si vous faites partie d'une organisation déjà établie, d'obtenir l'accord de votre administration ou de la direction.

2. Formez une équipe

Cette partie est relativement facile. Tout ce que vous avez à faire c'est de trouver quelques personnes qui vont s'engager à fond dans l'organisation d'un événement ou de plusieurs activités. La première étape consiste à tenir une session d'information afin de présenter les grandes lignes de votre projet. Élisez un président, un co-président (qui agira en l'absence du président) et un secrétaire.

3. Qui fait quoi

Vous avez trouvé ce que vous vouliez faire, maintenant la question qui se pose est "Qui fait quoi?". Il s'agit, en premier lieu, de dresser une liste de toutes les tâches à accomplir ainsi qu'un emploi du temps, de trouver qui fait quoi puis de répartir les autres tâches équitablement. Des réunions régulières permettent une meilleure coordination et de résoudre les problèmes au fur et à mesure qu'ils se présentent. Assurez-vous que les décisions prises soient bien exécutées et notées. Faites en sorte que les responsabilités soient bien respectées.

4. Les choses sérieuses

L'étape suivante dans la planification est de voir à tous les détails. Déterminez la durée de l'activité (de quelques heures à plusieurs jours), le temps de la journée le plus approprié, les gens susceptibles d'être intéressés, etc.

Tous ces renseignements influenceront vos choix. Un budget préliminaire, si vous n'en avez pas déjà préparé un, est très important.

5. Déléguez les tâches

Il est nécessaire de déléguer. Que votre projet soit assez important pour faire appel à plusieurs comités de travail ou qu'il exige l'engagement d'une seule personne pour s'occuper de chacun des secteurs spécifiques, il est essentiel d'identifier les responsabilités de chacun et de distribuer une liste donnant les noms des responsables et leur numéros de téléphone.

6. Planifiez votre temps

Établissez un calendrier où sont indiquées toutes les échéances. La planification à long terme dépend de la nature de l'événement et de son envergure ainsi que des talents de vos personnes bénévoles et co-équipiers. Une bonne planification mène à une belle réussite. En planifiant, il vous sera facile de faire votre budget. Ceci vous permettra de savoir exactement le montant d'argent qu'il vous faut et à quel moment vous en aurez besoin. Rappelez-vous qu'il n'est pas nécessaire de disposer d'un gros montant d'argent pour réussir un événement.

7. Structurez vos activités

Les différentes tâches qui relèvent de votre plan d'action devront être bien définies. Pour atteindre votre objectif, la formule "comité" est de loin la plus populaire et la plus pratique. Il vous revient de déterminer quelle structure convient le mieux à l'organisation de votre activité. Vous trouverez ci-dessous une liste des tâches qui vous aideront à déterminer si vous avez besoin d'une simple structure ou d'une structure plus élaborée. Veuillez noter qu'il ne s'agit pas d'une liste exhaustive.

L'ensemble des tâches

1. Préparez un échéancier pour l'organisation de l'activité;
2. Cherchez des groupes qui peuvent se joindre à vous pour organiser l'activité;
3. Programmez les activités;
4. Communiquez avec les conférenciers, les invités (le maire) pour confirmer leur présence, vérifiez la disponibilité des équipements requis et voyez aux autres détails;
5. Planifiez la cérémonie d'ouverture; préparez et livrez les invitations;
6. Le jour est enfin arrivé. L'événement a lieu;
7. Faites un rapport d'évaluation et assurez-vous d'un suivi (par exemple des lettres de remerciement) après l'événement;
8. Préparez un rapport sommaire de vos activités pour Consommation et Corporations Canada, lequel sera inclus dans son rapport sur la Semaine nationale des consommateurs.

Les finances et le budget

1. À partir du genre d'activités planifiées, déterminez le montant d'argent requis;
2. Calculez les coûts y compris ceux du matériel de bureau, de l'impression, de transport, des locations, des photocopies, des permis et des frais encourus pour les conférenciers;
3. Dressez une liste de tous les donateurs potentiels et tentez de multiplier les sources de financement;
4. Coordonnez la levée de fonds; rencontrez les commanditaires;
5. Ouvrez un compte en banque et gardez un oeil sur les états financiers;
6. Remerciez les commanditaires.

La publicité

1. Identifiez les organismes de votre communauté qui accepteraient de publier une annonce gratuitement dans leurs circulaires ou autres publications.
2. Rédigez les textes, faites la mise en page et imprimer les publications (brochures, manuels, dépliants, programmes ou autres); un ami qui a un ordinateur à la maison saurait faire le boulot;
3. Rédigez des communiqués de presse;
4. Distribuez vos publications;
5. Faites faire des gaminets (T-shirts), des affiches et des macarons pour promouvoir votre activité (si votre budget le permet);
6. Sollicitez du temps d'antenne gratuit afin d'annoncer les activités de la Semaine nationale des consommateurs, encouragez les animateurs à en parler --- pensez à faire des mises à jour quotidiennes (il ne faudra pas oublier les stations communautaires ni les câblo-distributeurs);
7. Sollicitez l'intérêt des journalistes et assurez-les qu'ils peuvent rejoindre votre porte-parole en tout temps;
8. Donnez les informations aux journalistes avant la tenue de l'événement et fournissez-leur toute la documentation nécessaire;
9. Organisez une conférence de presse pour les médias pour lancer vos activités et gardez contact avec les journalistes. Une session de photos pourrait également être organisée;
10. Montez un dossier sur la couverture des médias (articles de journaux, photos, vidéos, etc.) pour évaluation.

La logistique

1. Réservez tout l'espace nécessaire et prévoyez des rampes d'accès pour les personnes handicapées, le stationnement, le transport public, etc.;
2. Louez ou empruntez l'équipement nécessaire tel l'équipement audio-visuel, les chaises et les tables, le podium, les microphones, les porte-manteaux, etc.;
3. Assurez-vous que l'équipement et les installations répondent aux besoins;
4. Vérifiez les besoins en secours d'urgence, sécurité et assurances;
5. Prévoyez la nourriture et les breuvages;
6. Si c'est nécessaire, prévoyez des écriteaux pour indiquer où sont les toilettes, les aires d'activités, etc.;
7. Décorez les lieux;
8. Planifiez la mise en place, le démontage de l'équipement et le nettoyage des lieux.

Les ressources humaines

1. Déterminez vos besoins en personnes bénévoles et en personnel.
2. Recrutez les personnes bénévoles;
3. Affectez les personnes bénévoles à des tâches très spécifiques;
4. Exprimez votre reconnaissance aux personnes bénévoles par des lettres de remerciement et/ou en les invitant à une petite réception.

COMMENT ATTIRER L'ATTENTION

Votre événement peut être le mieux organisé, le mieux dirigé... mais si personne ne se pointe ou si les gens n'entendent pas parler, vous venez de rater l'objectif principal de la Semaine nationale des consommateurs. N'oubliez pas que le but est d'accentuer le partenariat entre les consommateurs, les entreprises et les gouvernements.

Vous avez besoin du maximum de publicité. La meilleure méthode et la moins coûteuse demeure les médias : la télévision, la radio, les journaux, les affiches, les bulletins communautaires et autres. Il est bon de se rappeler que les médias sont intéressés au type d'activités que vous organisez.

Les gens de la presse ont besoin qu'on les informe longtemps à l'avance, qu'on leur rappelle périodiquement la tenue de l'activité pour qu'ils puissent y affecter un journaliste. Idéalement, un reportage sur les préparatifs de la Semaine nationale des consommateurs débutera au moins une semaine à l'avance tandis que les comptes rendus et le calendrier des activités pourront être diffusés tout au long de la semaine.

Relations avec les médias

Développez une stratégie de négociation avec les médias. Dans la plupart des cas, particulièrement avec les principaux réseaux, il y aura déjà des émissions ou des chroniques traitant de questions de consommation. Renseignez-vous s'il y a des réalisateurs, des journalistes ou des pigistes qui s'occupent habituellement de sujets de consommation dans votre communauté.

Désignez une personne de votre groupe qui sera la personne-contact pour les médias, autant pour stimuler l'intérêt des médias que pour donner tous les renseignements dont ils auront besoin. Avant l'événement, cette personne diffusera l'information de base et les communiqués de presse. Étant donné que la plupart des activités présentées dans le cadre de la Semaine nationale des consommateurs seront considérées comme de "l'information courante", il serait peut-être bon de proposer différentes approches et de vérifier les réactions de la presse.

Il est très important que la personne-contact pour les médias soit bien informée de tous les aspects de l'activité. Durant l'événement, elle verra à organiser des entrevues avec le porte-parole et aidera les journalistes à préparer leurs topos.

Vos échanges avec les médias doivent être concis, articulés, réguliers et cordiaux. En général, vous pouvez probablement prévoir à l'avance le genre de questions qui vous seront posées. Si l'on vous prend par surprise, assurez-vous de pouvoir référer le journaliste à la personne qui pourra répondre à ses questions. Il est souvent efficace de fournir des exemples concrets afin d'illustrer vos propos.

Communiqués

Un mois avant votre événement, faites paraître un communiqué donnant les grandes lignes des activités planifiées, le nom des commanditaires et des organisateurs, les dates et lieux.

Une semaine avant l'événement, faire paraître un communiqué plus détaillé sur les mêmes questions. Inscrivez le nom de la personne-contact pour les médias avec numéros de téléphone (voir "Exemple de communiqué de presse", page 26).

Faites parvenir vos communiqués aux personnes suivantes :

- les réalisateurs des émissions d'affaires publiques de tous les médias;
- les rédacteurs en chef des quotidiens et hebdomadaires, des stations de radio et de télévision;
- les directeurs de l'information des chaînes de câblo-distribution;
- les directeurs des magazines de la ville ou de la région;
- les responsables des journaux ou bulletins des associations communautaires.

Un coup de pouce

On peut parler de vos activités lors d'entrevues télévisées ou de lignes ouvertes. Contactez les réalisateurs de ces émissions pour leur vendre l'idée, en utilisant les meilleures (et vraies) anecdotes touchant la consommation et les affaires que vous pourrez trouver pour bien illustrer l'importance et l'impact de la Semaine nationale des consommateurs.

Proclamations

Les maires, les présidents de conseil, les conseillers municipaux et les représentants des commissions scolaires font souvent des déclarations officielles; ils pourraient adopter une résolution soulignant la Semaine nationale des consommateurs. Contactez votre représentant auprès de ces organisations (voir "Proclamations du maire", page 25).

Calendriers communautaires

La plupart des journaux, des câblo-distributeur, les stations de télévision et les postes de radio offrent un service gratuit sous forme de calendriers des activités ou d'annonces de services publics pour faire connaître à la population les activités communautaires à venir. Téléphonnez au directeur des affaires publiques pour vous renseigner sur les heures de tombée.

Affiches et dépliants

Ces derniers peuvent être aussi originaux que vous pouvez vous le permettre ou aussi simples qu'un avis d'une page composé sur un ordinateur-maison. Vous pouvez faire appel aux commissions scolaires, aux églises, aux centres commerciaux, aux magasins, aux organismes bénévoles et aux représentants faisant affaires dans votre localité pour l'impression et la distribution.

Un compte rendu publicitaire

Vous pourrez avoir de la publicité jusqu'à la dernière minute si vous rédigez un communiqué tout de suite après votre événement principal. Par exemple, si vous avez organisé un concours, les prix pourraient être remis plus tard ou vous pourriez publier les résultats d'un sondage "Avant et après". Un compte rendu de votre événement pourrait paraître dans une publication d'une association de consommateurs ou d'un magazine d'affaires ou de commerce.

ENTHOUSIASME ET ZÈLE

La plus grande part du succès de votre activité dépendra de la façon dont vous attirerez le public en général et les médias. Derrière l'essentiel, on devrait pouvoir y trouver enthousiasme et zèle qui ajoutent de l'exaltation et de l'éclat -- un quelque chose qui fera que les gens aimeront votre activité un peu plus. Vous voulez de bonnes idées?

Un peu de musique s.v.p.

Demandez à un orchestre de jouer devant un public et ce bénévolement ou à prix réduit. La musique attire toujours l'attention et un groupe plein d'avenir appréciera peut-être de jouer devant un auditoire.

Un spectacle sur commande

Embauchez un groupe d'artistes, jongleurs, acrobates, clowns, etc, qui sauront attirer les foules. Encore là des talents pleins d'avenir pourraient travailler pour la gloire!

L'année de la bannière

Installez une bannière en travers de la rue principale. Vérifiez d'abord si vous avez assez d'argent pour faire fabriquer cette bannière et obtenez la permission des autorités municipales. Assurez-vous que cette bannière est à l'épreuve des intempéries.

Et c'est la fête!

Offrez des chapeaux, des affiches ou autres articles. La plupart de ces articles pourraient vous être offerts gratuitement par les entreprises locales (avec, bien sûr, le logo de l'entreprise).

Lancez de la magie!

Invitez la presse locale, une personnalité sportive, une célébrité ou un politicien à participer à quelques-unes des activités ou à lancer officiellement les activités de la semaine. Faites des ententes avec un photographe pour qu'il prenne des photos de la cérémonie d'ouverture et des événements les plus marquants.

Ajoutez du faste!

Organisez une cérémonie d'ouverture officielle pour la Semaine nationale des consommateurs à laquelle participerait le maire ou un autre fonctionnaire de l'administration. Comme pour tout autre invité spécial, prévoyez un

responsable pour accueillir ces dignitaires, les présenter et leur faire visiter les lieux. Encouragez également votre député à participer!

QUOI FAIRE ET NE PAS FAIRE

- . Assurez-vous que vos buts et objectifs sont très clairs et que tous les organismes collaborateurs les comprennent bien;
- . N'attendez pas à la dernière minute pour tout faire. Allouez-vous amplement de temps pour planifier et exécuter les diverses tâches;
- . Tâchez d'obtenir une bonne couverture des médias. Plus les médias en parleront, plus les gens participeront et plus vos activités seront réussies;
- . N'oubliez pas de vous assurer de l'aide et de la participation des autres organismes qui peuvent recruter leurs membres et vous aider à distribuer du matériel tels des dépliants;
- . Suivez les foules, c'est-à-dire tenez vos activités dans les endroits où les gens ont l'habitude de se rassembler tels les centres commerciaux, les édifices à bureaux, les centres communautaires. Plus les gens participent mieux cela vaut;
- . Ne vous gênez pas pour ajouter un peu de piquant et d'éclat à votre activité... si vos ressources vous le permettent;
- . Rendez-vous sur le site proposé afin de vous assurer que tout est sous contrôle;
- . N'oubliez pas d'inviter vos conférenciers et vos personnalités longtemps à l'avance. Les plus populaires sont toujours réservés très vite;
- . Prévoyez plusieurs rencontres de planification afin de passer en revue la logistique. Souvenez-vous de la Loi de Murphy : "Quand ça va mal, ça va mal!";
- . Il est toujours bon de voir grand mais soyez soucieux de vos ressources humaines et financières. Il est préférable d'organiser un petit événement qui fonctionne à merveille plutôt qu'un grand événement qui rate. Vous pourrez toujours penser plus grand la prochaine fois!

UN EXEMPLE POUR "LA PROCLAMATION DU MAIRE"

ATTENDU QUE les gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux ont proclamé la dernière semaine pleine du mois d'avril la "Semaine nationale des consommateurs"; et

ATTENDU QUE la promotion de l'équité, de la sécurité et de l'efficacité du marché est bénéfique aux consommateurs, aux entreprises et aux gouvernements; et

ATTENDU QUE le partenariat existe vraiment sur le marché entre les consommateurs, les entreprises et les gouvernements; et

ATTENDU QUE l'intérêt des consommateurs peut être mieux stimulé dans un marché qui offre des choix adéquats, de l'information et des recours, là où existent un très grand sens des responsabilités et un partenariat entre consommateurs, éducateurs, médias, commerçants, gouvernements et groupes communautaires; et

ATTENDU QUE la Semaine nationale des consommateurs amènera à une plus grande sensibilisation en matière de consommation et d'éducation, et encourage les consommateurs, éducateurs, commerçants, gouvernements, médias et groupes communautaires à participer activement, dans un esprit de coopération, afin de promouvoir l'intérêt des consommateurs au Canada;

PAR CONSÉQUENT, je, _____, maire de _____, proclame par la présente la dernière semaine du mois d'avril en la ville de _____, la SEMAINE NATIONALE DES CONSOMMATEURS.

DATE _____ MAIRE _____

UN EXEMPLE DE "COMMUNIQUÉ" DE PRESSE

POUR PUBLICATION IMMÉDIATE

(nom de votre communauté) VOUS FAIT PART DU LANCEMENT DE LA SEMAINE NATIONALE DES CONSOMMATEURS.

(votre communauté) : du lundi 23 avril au dimanche 29 avril 1990, à (votre ville), aura lieu la Semaine nationale des consommateurs, un événement destiné à sensibiliser la population en général à un marché juste et équitable et au partenariat entre les consommateurs, les entreprises et les gouvernements. Le coup d'envoi déclenchera une série d'activités pour célébrer cette semaine.

Le maire _____ invite tous les résidents aux cérémonies d'ouverture qui se tiendront à l'hôtel de ville le lundi 23 avril à 11h. Ce lancement sera suivi d'une exposition sur la consommation dans le hall de l'hôtel de ville. Le thème de cette exposition sera " _____".

La Semaine nationale des consommateurs se tiendra à travers le Canada afin d'encourager une meilleure sensibilisation et la participation des consommateurs, des entreprises et des gouvernements.

Pour de plus amples renseignements au sujet de la participation de (votre ville), prière de rejoindre _____ au 123-456-7890.

-30-

- * lorsque vous rédigez un communiqué, souvenez-vous
- 1) du "Qui-que-quoi-quand-comment-pourquoi?" et
 - 2) de la structure de la pyramide renversée mentionnant les éléments les plus importants en premier.

LE RÔLE DE CONSOMMATION ET CORPORATIONS CANADA

C&CC aide à mener à bien la Semaine nationale des consommateurs en prêtant son assistance de la façon suivante :

- * en organisant une rencontre nationale avec la presse. Cette rencontre coïncidera avec le lancement de la Semaine nationale des consommateurs;
- * en publiant le Manuel de l'organisateur de la Semaine nationale des consommateurs;
- * en mettant à la disposition des organisateurs des reproductions du logo et du slogan et des affiches de la Semaine nationale des consommateurs;
- * en remettant à la presse nationale et régionale des trousseaux de presse et d'information sur la Semaine nationale des consommateurs;
- * en fournissant d'autres idées et suggestions par le biais des bureaux nationaux et régionaux de C&CC.

Bureaux de C&CC

ATLANTIQUE

1489, rue Hollis
Suite 1500
Halifax (Nouvelle-Écosse)
B3J 3M5
tél. : (902) 426-8358
Télécopieur (902) 426-6094

QUÉBEC

Complexe Guy-Favreau
Tour Est, suite 502
200, boul. René-Lévesque ouest
Montréal (Québec)
H2Z 1X4
tél. : (514) 283-3905
Télécopieur (514) 283-3096

PACIFIQUE

1400-800, rue Burrard
Vancouver (Colombie-Britannique)
V6Z 2H8
tél. : (604) 666-5019/4820
Télécopieur (604) 666-7981

ONTARIO

Édifice fédéral
6^e étage
4900, rue Yonge
Willowdale (Ontario)
M2N 6B8
tél. : (416) 224-3054
Télécopieur (416) 224-4032

LES PRAIRIES

201-260, avenue St. Mary
Winnipeg (Manitoba)
R3C 0M6
tél. : (204) 983-2826
Télécopieur (204) 983-2366

ADMINISTRATION CENTRALE

Place du Portage - Tour I
50, rue Victoria
Hull (Québec)
K1A 0C9
tél. : (819) 997-4440
Télécopieur (819) 997-2721

LE RÔLE DES GROUPES PARTICIPANTS

- . Mettre sur pied un comité organisateur pour la Semaine nationale des consommateurs.
- . Mobiliser des groupes communautaires et des agences, des commerces, des associations de personnes bénévoles pour promouvoir la Semaine nationale des consommateurs et pour organiser les activités durant la semaine.
- . Parler de la Semaine nationale des consommateurs à tous les citoyens afin de les encourager à participer.
- . Communiquer avec Consommation et Corporations Canada si on a besoin d'aide ou de conseils ou tout simplement pour lancer des idées.

ÉCRIVEZ-NOUS, NOUS VOULONS SAVOIR...

Nous aimerions savoir comment vous avez célébré la Semaine nationale des consommateurs. Consommation et Corporations Canada prépare un compte rendu et nous aimerions y inclure vos activités et événements.

Veillez compléter le formulaire ci-dessous et nous le faire parvenir accompagné de quelques photos (sous-titrées si possible), avant le 30 juillet 1990.

ORGANISME(S) : _____

ADRESSE :

PERSONNE-RESSOURCE : _____

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ
OU DE L'ÉVÉNEMENT :

NOMBRE APPROXIMATIF DE PARTICIPANTS : _____

LIEU DE L'ACTIVITÉ (école, centre commercial ou autre)

Retournez le formulaire à :

Semaine nationale des consommateurs
Consommation et Corporations Canada
Place du Portage - Tour I
50, rue Victoria
16^e étage
Hull (Québec)
K1A 0C9

QUEEN HC 120 .C6 T414 1990
Canada. Consommation et corp
Faisons équipe pour un marc

HE DYNAMIQUE : CONSOMMATEUR
S, ENTREPRISES, GOUVERNEMEN

INDUSTRY CANADA/INDUSTRIE CANADA



126332