



# LES COMMUNICATIONS



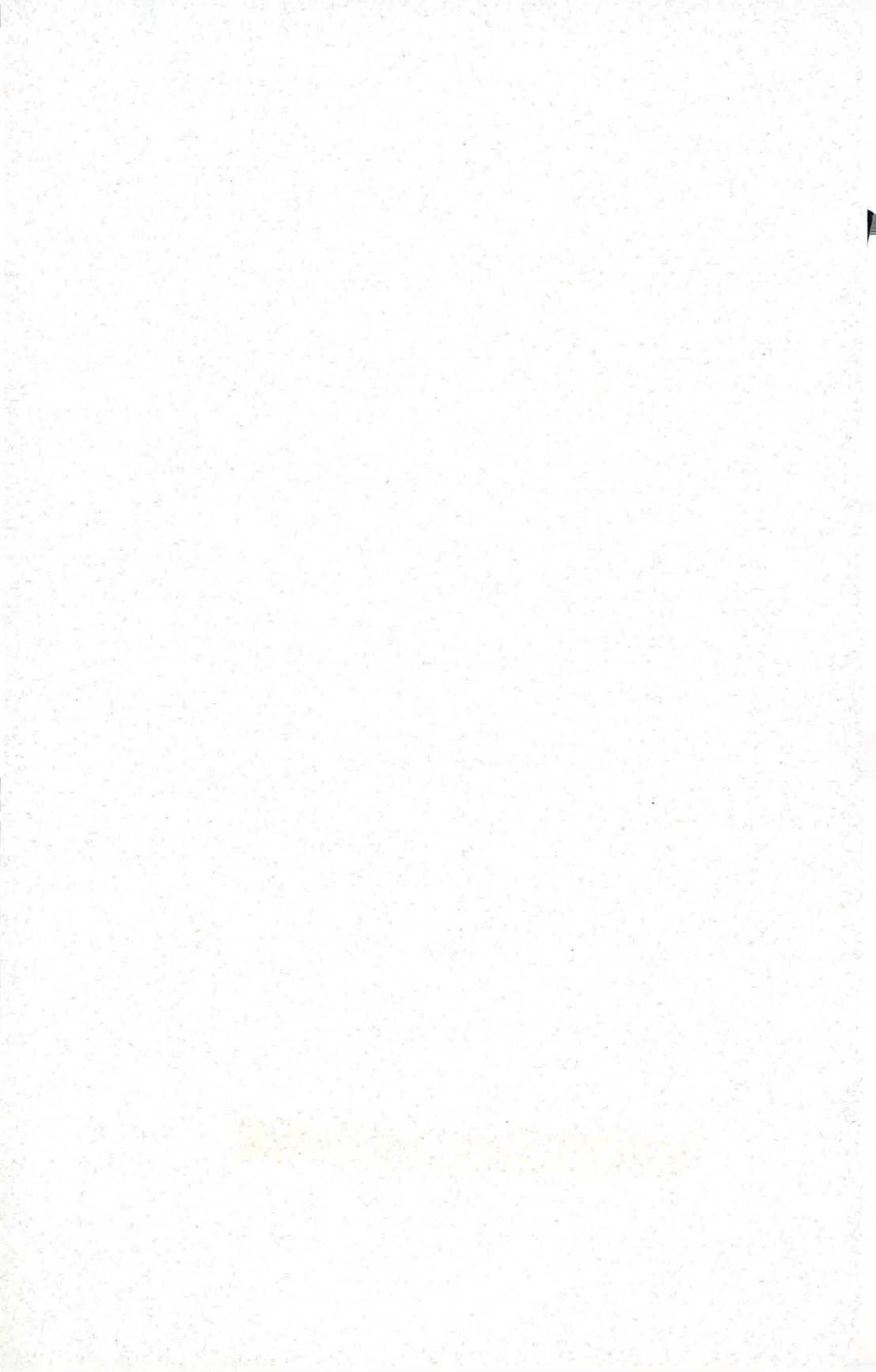
À  
VOTRE  
SERVICE



Statistique  
Canada

Statistics  
Canada

Canada





# LES COMMUNICATIONS À VOTRE SERVICE

Guide des produits et  
services de la Division  
des communications

CS COS





Pour obtenir d'autres exemplaires du présent guide, veuillez vous adresser à la :

Division des communications  
Statistique Canada  
Immeuble R.-H.-Coats, 10e étage  
Parc Tunney  
Ottawa (Ontario)  
K1A 0T6

Statistique Canada  
1992



*Imprimé sur du papier recyclé*



## À VOTRE SERVICE

De bonnes communications sont un gage d'excellence .....	5
Planification et conseils .....	6
Diffusion officielle et édition.....	8
Relations publiques.....	10
Relations avec les médias .....	12
Relations avec les répondants.....	14
Relations fédérales-provinciales .....	16
Services de rédaction et autres.....	18
Communications internes .....	20
Liste des personnes à votre service.....	22







## **DE BONNES COMMUNICATIONS SONT UN GAGE D'EXCELLENCE**

En tant qu'organisme statistique national, Statistique Canada entretient des relations avec tous les niveaux de gouvernement, avec le monde des affaires, les organisations syndicales, les établissements d'enseignement et les organismes sociaux, ainsi qu'avec les associations professionnelles, le grand public et le milieu statistique international.

En remplissant notre mandat, nous devons constamment nous adapter aux attentes et aux besoins d'information changeants de ces divers groupes. Il est donc essentiel d'établir et d'entretenir de bonnes communications.

Pour communiquer efficacement, membres de la haute direction, personnel de la Division des communications et des bureaux régionaux, chercheurs, analystes et gestionnaires de programmes, tous doivent collaborer étroitement. C'est là une responsabilité partagée.

Par son programme cadre et l'aide fournie aux gestionnaires pour le développement et la mise en oeuvre efficaces des éléments de communication que comportent leurs programmes, la Division des communications assure le soutien nécessaire au Bureau pour la réalisation de ses objectifs globaux.

Nous pouvons vous assister dans vos activités de communication internes et externes, que ce soit avec les employés ou avec les répondants, les médias ou le grand public.

Le présent guide donne un aperçu des responsabilités de la Division des communications ainsi que de ses produits et services. On y explique chaque activité de communication de même que le rôle de la Division dans les fonctions et politiques qu'elle administre. De plus, vous y trouverez des exemples de services offerts par chacune des sections. La plupart des services font l'objet d'un recouvrement de coûts.

À la fin du document figure une liste de personnes-ressources désireuses de vous offrir leur aide, que ce soit pour des projets de communication précis ou pour un service complet de soutien à la planification et à la mise sur pied de votre programme.

Nous souhaitons que ce guide vous soit utile et vous invitons à nous faire part de vos commentaires et suggestions. Nous espérons avoir le plaisir de travailler avec vous prochainement.



## PLANIFICATION ET CONSEILS

Une bonne planification des communications améliore l'efficacité, l'efficience et l'économie des programmes et peut, par ailleurs, aider à raffermir le moral des employés. Aussi, la planification des communications fait-elle partie intégrante du travail des gestionnaires de projets, qu'il s'agisse de nouveaux programmes ou de ceux qui sont déjà en cours.

Une planification adéquate des communications aide les gestionnaires à prévoir les enjeux, à évaluer les comportements, soit à l'interne ou à l'externe, et à déterminer les options de communication appropriées. Par conséquent, les gestionnaires sont en mesure de prendre des décisions plus éclairées qui se fondent sur les besoins du Bureau et de ses clients.

La Division des communications apporte son soutien au Statisticien en chef pour l'administration de la *Politique du gouvernement en matière de communications*, qui assure l'efficacité et l'uniformité des communications au sein du gouvernement fédéral.

Chaque année, nous préparons, en collaboration avec le Comité des communications, le *Plan stratégique de communication* du Bureau, dans lequel on établit les objectifs globaux et les priorités de communication pour l'année à venir.

En fonction de ce plan et des données recueillies auprès des divisions du Bureau, nous préparons le *Plan opérationnel de communication*, qui expose en détail les diverses activités de communication que projette de réaliser Statistique Canada au cours de l'année à venir (dont la publicité, la surveillance de la couverture des médias, les publications et les relations publiques). Nous préparons aussi le *Synopsis des communications* et le *Plan de communication* pour les *Mémoires au Cabinet*.

La Division des communications offre une vaste gamme de services de planification, depuis les stratégies exhaustives de communication jusqu'à celles qui s'appliquent à un programme ou à un projet en particulier. Dans la plupart des cas, ces services font l'objet d'un recouvrement de coûts.



## Planification et conseils à votre service

- ✓ Vous êtes en train de mettre sur pied une nouvelle enquête. Nous pouvons vous aider à :
  - déterminer et analyser les tendances d'opinion chez les utilisateurs, les répondants et le grand public;
  - effectuer la recherche et l'analyse des enjeux, afin de préciser les défis et les occasions de communication qui s'offrent, tant à l'interne qu'à l'externe;
  - déterminer des objectifs de communication appropriés et compatibles;
  - préciser les messages et les activités de communication en tenant compte des programmes et des objectifs du Bureau ainsi que de l'attribution des ressources.
- ✓ Vous gérez un programme d'enquête depuis un an sans pourtant obtenir les résultats escomptés de vos activités de communication. Afin d'améliorer le taux de réponse, nous pouvons :
  - mettre à jour votre plan de communication de façon qu'il reflète l'évolution de la situation ou en préparer un s'il n'en existe pas;
  - offrir des suggestions en vue d'améliorer vos communications internes et externes;
  - évaluer vos stratégies et vos activités de communication et suggérer d'autres possibilités;
  - recommander les outils de communication les plus efficaces pour atteindre vos publics cibles.



Pour de plus amples renseignements,  
veuillez communiquer avec  
**Daniel Scott, au 951-1121.**



## DIFFUSION OFFICIELLE ET ÉDITION

La diffusion de l'information de Statistique Canada au public requiert une grande diversité de produits et services, ainsi qu'un mécanisme efficace pour en faire connaître la disponibilité. La Division des communications a la responsabilité d'annoncer au public et aux clients du Bureau toute nouvelle information qui devient disponible et de créer de nombreux produits d'information d'intérêt général.

*Le Quotidien* est le véhicule officiel de Statistique Canada pour diffuser l'information au public. La *Politique sur le Quotidien de Statistique Canada (diffusion officielle)* exige que la disponibilité de l'information statistique soit annoncée dans *Le Quotidien* avant que toute autre diffusion puisse se faire. L'annonce d'information peut varier considérablement : il peut s'agir d'articles résumant des constatations d'importance majeure, accompagnés de tableaux, de graphiques et d'information promotionnelle, mais aussi d'une simple annonce faisant état d'un nouveau produit maintenant en vente.

La plupart des reportages des médias traitant de l'information que diffuse Statistique Canada sont fondés sur *Le Quotidien*. Si l'on veut obtenir une couverture médiatique exacte et étendue, il est donc essentiel de publier des articles bien écrits et bien présentés. Le personnel du *Quotidien* aide les divisions spécialisées à préparer des annonces efficaces et surveille l'application de la *Politique sur les faits saillants des publications*.

En collaboration avec les divisions spécialisées, nous établissons également un échéancier de diffusion. Les dates prévues sont communiquées aux médias et à d'autres clients jusqu'à un an d'avance pour les principaux indicateurs; des mises à jour quotidiennes, hebdomadaires et mensuelles viennent compléter l'information d'ordre général. Les employés du *Quotidien* surveillent le processus de parution des communiqués, s'assurant que les dates de diffusion sont respectées.



Parmi les autres publications de la Division des communications, mentionnons :

- *Infomat*, un sommaire hebdomadaire de la diffusion des données les plus importantes;
- *L'Annuaire du Canada*, un ouvrage de référence bisannuel, destiné au grand public, qui traite de toute la gamme d'information diffusée par le Bureau;
- *Un portrait du Canada*, une publication bisannuelle ayant gagné la faveur d'un vaste public, qui contient de l'information statistique sur les tendances sociales et économiques et qui situe le Canada dans le contexte international;
- *Un coup d'oeil sur le Canada*, un dépliant rapportant des faits d'intérêt général.

### **Diffusion officielle et édition à votre service**

- ✓ Vous êtes responsable de la diffusion officielle d'une nouvelle publication que produit votre division. En travaillant de concert avec vous tout au long du processus de diffusion officielle, nous pouvons :
  - faire en sorte que vos données obtiennent une couverture médiatique maximale et que votre publication suscite un vif intérêt;
  - préparer une annonce de diffusion pour *Le Quotidien* – y compris les faits saillants – accompagnée de tableaux et de graphiques, et prévoir un encadré de première page comportant une photo de votre publication;
  - prévoir le moment de la diffusion de façon à vous assurer la meilleure couverture possible;
  - aviser les médias et les autres utilisateurs de la date officielle de diffusion en recourant à nos calendriers de diffusion et à l'*Annnonce des principaux communiqués*;
  - préparer un communiqué de suivi de diffusion pour *Infomat*, en y incluant une photo de votre publication.



Pour de plus amples renseignements,  
veuillez communiquer avec  
Greg Thomson, au 951-1116.





## RELATIONS PUBLIQUES

Les programmes de relations publiques ont pour but d'établir une interaction et un mode de communication efficaces entre Statistique Canada et ses principaux publics. Employés, députés, fonctionnaires fédéraux, médias, répondants, clients et grand public figurent parmi ces derniers. Compte tenu de leur importance stratégique, les relations avec les employés, les médias et les répondants font l'objet de sections distinctes dans le présent guide.

Les programmes de relations publiques peuvent viser divers objectifs. Ils peuvent renforcer l'appui au mandat et aux programmes de Statistique Canada ou sensibiliser les gens à ces programmes, à un aspect d'un programme ou à un événement particulier. Les activités de relations publiques peuvent favoriser le marketing en faisant connaître aux clients actuels et éventuels les programmes, les produits ou les services du Bureau et en les mettant au fait des applications de l'information statistique. Ils contribuent également à donner au Bureau une image publique positive en établissant sa pertinence, sa fiabilité, son objectivité et l'exactitude des données qu'il publie.

La Division des communications élabore et met en oeuvre un programme de base de relations publiques pour tout le Bureau. Voici quelques exemples de produits et de services clés que nous offrons à nos clients :

- *Vue d'ensemble*, un bulletin trimestriel destiné aux utilisateurs de données;
- *Qui consulter à Statistique Canada*, une liste des personnes-ressources de l'organisme;
- *Échéancier*, une liste annuelle des dates de diffusion de certains indicateurs économiques;
- *Guides de l'utilisation des données de Statistique Canada*, une trousse d'information donnant aux clients des indications utiles sur la façon de trouver et d'utiliser l'information que diffuse le Bureau;
- *Pleins feux sur l'avenir*, un bulletin trimestriel qui donne des renseignements sur les produits et services du recensement;
- *Modules d'exposition et Jeux-questionnaires informatisés*, des programmes qui s'adressent aux clients actuels ou éventuels et qui sont présentés lors de foires commerciales et de conférences, ou dans des centres scientifiques et d'autres sites externes;
- *Lettres aux sous-ministres*, un programme qui signale aux hauts fonctionnaires fédéraux la diffusion de certaines données pouvant présenter pour eux un intérêt particulier;
- *Statistique Canada, c'est nous*, une production vidéo sur Statistique Canada conçue pour les auditoires internes et externes.

La Division des communications offre également un large éventail de services de relations publiques aux autres divisions. Plusieurs de nos produits, comme *Vue d'ensemble*, sont conçus pour vous aider à atteindre vos objectifs de relations publiques. Vous pouvez également faire appel à notre expertise pour vous aider à planifier, élaborer et réaliser certaines activités de relations publiques pour votre programme, qu'il s'agisse de la production d'un vidéo, du montage d'un module d'exposition destiné à une conférence, de la coordination d'un envoi à tous les députés, ou encore de la production d'une brochure.

## Relations publiques à votre service

- ✓ Vous menez une enquête qui indique des résultats ou des changements importants. Si vous répondez aux critères du programme, la Division des communications peut vous aider à faire connaître les constatations significatives de votre enquête au sein de l'administration publique. Nous pouvons entre autres préparer des lettres pour la signature du Statisticien en chef, pour faire connaître aux sous-ministres concernés les renseignements qui s'appliquent à leur secteur.
- ✓ Un député demande des données tirées de votre enquête. Nous pouvons vous conseiller sur les privilèges des parlementaires en matière d'information.
- ✓ Vous souhaitez mettre vos produits en montre et expliquer la nature et la portée de vos services à l'occasion d'une conférence à venir. Nous pouvons vous conseiller sur le contenu de votre module d'exposition, y compris le matériel audiovisuel approprié; vous proposer des façons d'assurer l'accueil à votre stand; former votre personnel à une approche proactive; prendre des dispositions pour assurer le transport de votre matériel.
- ✓ Vous êtes gestionnaire d'une nouvelle enquête importante. Vous désirez produire un vidéo afin d'expliquer les objectifs de cette enquête au personnel de collecte des données, aux médias et aux utilisateurs de données éventuels. La Division des communications vous conseillera et participera activement à tous les aspects de la réalisation, du scénario à la distribution du produit.



Pour de plus amples renseignements,  
veuillez communiquer avec  
Suzanne Massie, au 951-8224.





## RELATIONS AVEC LES MÉDIAS

À Statistique Canada, nous collaborons étroitement avec les médias afin d'assurer une vaste diffusion de notre information. Les médias procurent au Bureau un moyen efficace de livrer son information au plus grand nombre de lecteurs possible. Chaque contact avec les médias constitue une occasion de promouvoir Statistique Canada auprès du public.

La Division des communications administre les politiques et mène à bien les programmes qui encadrent les relations du Bureau avec les médias. Nous fournissons aussi aux gestionnaires de programmes une vaste gamme de services qui visent à relever le niveau et à améliorer la qualité de la couverture médiatique ainsi qu'à favoriser de meilleures relations avec les médias.

Par l'entremise de nos programmes et services de relations avec les médias, nous :

- planifions la promotion médiatique et vous conseillons sur ce sujet;
- gérons la *Politique concernant la distribution à titre gracieux aux médias* et la *Politique en matière des réponses aux affirmations erronées des médias*;
- gérons le programme de surveillance de la couverture médiatique du Bureau (*Les Actualités*);
- tenons des huis clos pour les médias lors de la diffusion des données de l'Enquête sur la population active, de l'Indice des prix à la consommation ainsi que de celles sur le commerce international et sur les comptes nationaux des revenus et dépenses;
- préparons et distribuons les calendriers qui tiennent les médias au courant des dates de diffusion des données;
- offrons un service d'orientation des demandes d'information des médias;
- procurons une formation en relations avec les médias aux porte-parole du Bureau.

La Division des communications élabore des stratégies médiatiques adaptées à des programmes et à des projets spécifiques, participe à l'élaboration du matériel destiné aux médias et coordonne la promotion médiatique de Statistique Canada partout au pays.



## Relations avec les médias à votre service

- ✓ Vous êtes sur le point de diffuser les résultats d'une enquête, ou encore vous avez décidé d'inclure une étude spéciale dans votre publication régulière. Afin de vous aider à promouvoir la diffusion de vos données ou de votre publication auprès des médias, nous pouvons :
  - déterminer si le matériel se prête à un communiqué et vous aider à rédiger et à distribuer un texte suscitant l'intérêt médiatique;
  - identifier les journalistes susceptibles de s'intéresser à votre sujet et élaborer une stratégie pour assurer une bonne couverture;
  - assurer la liaison avec les agents de communication des bureaux régionaux afin de favoriser la couverture régionale;
  - offrir une formation en relations avec les médias à votre personnel et organiser des entrevues;
  - vous aider à prévoir les questions des médias et à élaborer les réponses pertinentes;
  - surveiller la couverture médiatique, par l'entremise des *Actualités*, afin de vous prévenir rapidement des questions ou problèmes potentiels et aussi d'évaluer votre stratégie.
  
- ✓ Vous avez découvert qu'une certaine couverture médiatique donne des renseignements erronés ou trompeurs sur votre enquête ou sur les données qui ont été diffusées. Conformément à la *Politique en matière des réponses aux affirmations erronées des médias*, nous pouvons :
  - déterminer s'il convient d'intervenir et, le cas échéant, vous conseiller sur la façon de le faire, afin de protéger l'image du Bureau et de maintenir des relations positives avec les médias concernés;
  - travailler de concert avec vous pour préparer votre réponse, incluant l'obtention des approbations nécessaires.



Pour de plus amples renseignements,  
veuillez communiquer avec  
Lyne Bélanger, au 951-1199.



## RELATIONS AVEC LES RÉPONDANTS

Le programme de relations avec les répondants du Bureau apporte un soutien aux gestionnaires d'enquêtes dans leurs activités destinées à créer et à maintenir un climat qui favorise la collaboration des répondants. De bonnes relations et des communications positives avec les répondants peuvent assurer la participation de ces derniers, accroître le taux de réponse et, ainsi, améliorer la qualité des données.

Des activités de communication efficaces peuvent inciter les répondants à collaborer et à faire preuve de bonne volonté quant à leur participation aux enquêtes. Ceux-ci doivent savoir ce qu'on attend d'eux et pourquoi leur collaboration est importante; ils doivent aussi connaître leurs droits et leurs obligations. La qualité des relations qu'on entretient avec les répondants et l'amélioration qu'on y apporte font partie intégrante du processus d'enquête.

Dans le cadre de la *Politique d'information des répondants aux enquêtes*, la Division des communications prodigue des conseils aux gestionnaires d'enquêtes et les aide à préparer le matériel de communication dont ils ont besoin. Nous travaillons aussi de concert avec la Division des services d'accès et de contrôle des données pour réviser le matériel de communication découlant de cette politique. Nous devons aussi revoir les énoncés d'objectifs des questionnaires d'enquête afin d'assurer qu'ils expriment clairement l'usage qu'on fera des données et les avantages qui en résulteront.

De plus, nous réalisons des projets spéciaux financés par les divisions clientes. Ces projets comprennent des initiatives comme le programme d'information publique mené avec succès - conjointement par la Division des communications et les bureaux régionaux - dans le cadre des Recensements de la population et de l'agriculture de 1991.



Notre personnel peut vous aider à préparer un matériel efficace de relations avec les répondants et vous conseiller sur le niveau de langue et l'approche qui conviennent le mieux à la documentation d'une enquête. De plus, au besoin, nous pouvons renseigner les répondants sur les modalités d'une enquête, au moyen d'une publicité médiatique, de lettres et de brochures.

Nous produisons aussi des documents variés (comme le calendrier mensuel des enquêtes en cours) qui ont pour but d'aider le personnel de Statistique Canada à répondre aux questions des répondants et des utilisateurs de données.

### **Relations avec les répondants à votre service**

- ✓ Vous élaborerez une nouvelle enquête. Nous pouvons :
  - évaluer votre énoncé d'objectifs pour être certains qu'il se conforme à la *Politique d'information des répondants aux enquêtes*;
  - vous aider à préparer le matériel destiné aux répondants, allant des brochures et dépliants aux lettres de présentation;
  - renseigner les répondants sur les enquêtes en recourant à la publicité médiatique ou à des articles dans les bulletins de certaines associations choisies.
- ✓ Vous gérez une enquête depuis plusieurs années et vous vous demandez s'il ne serait pas opportun de réévaluer l'information fournie aux répondants. Nous pouvons vous aider à évaluer votre matériel en vue d'accroître le taux de réponse et de maintenir des relations positives avec vos répondants.



Pour de plus amples renseignements,  
veuillez communiquer avec  
**Johanne Beckstead, au 951-1115.**





## RELATIONS FÉDÉRALES-PROVINCIALES

En leur qualité de partenaires clés dans le système statistique national, les administrations provinciales et territoriales sont consultées et tenues au courant des projets et des développements liés aux programmes statistiques du Bureau. En vertu des dispositions de la *Loi sur la statistique*, elles recueillent et transmettent une information de base servant à certains de nos programmes et elles concluent des ententes de partage de données avec nous.

Dans le but de favoriser une communication efficace, chaque administration provinciale et territoriale a désigné un «coordonnateur statistique» qui voit à la coordination des activités menées de concert avec Statistique Canada. Avec le Statisticien en chef du Canada, les coordonnateurs des provinces et des territoires forment le Conseil consultatif fédéral-provincial de la politique statistique, organisme central responsable des relations fédérales-provinciales pour à peu près tout ce qui touche à la statistique. Treize sous-comités fédéraux-provinciaux ont aussi été créés pour traiter des questions spécialisées, comme la statistique des entreprises et le recensement. Il existe en outre d'autres arrangements consultatifs fédéraux-provinciaux dans les domaines de la santé, de l'éducation et de la justice.

Le Secrétariat des relations fédérales-provinciales relève de la Division des communications et apporte son soutien au secrétaire du Conseil (qui est présentement le directeur général de la Direction du marketing et des services d'information). À ce titre, nous administrons les politiques suivantes :

- la *Politique sur le remboursement des dépenses de déplacement des délégués provinciaux et territoriaux*;
- la *Politique sur la distribution des produits aux contacts provinciaux et territoriaux*;
- la *Politique sur l'obligation d'informer les représentants statistiques provinciaux et territoriaux et les directeurs régionaux*, qui a pour objet d'assurer que les administrations provinciales et territoriales sont tenues au courant de toutes les activités statistiques qui relèvent de leur compétence.

Trois documents sont régulièrement produits pour informer les gestionnaires du Bureau et les coordonnateurs statistiques des développements concernant les programmes fédéraux, provinciaux et territoriaux :

- le *Répertoire des programmes, produits et services provinciaux et territoriaux*;
- le *Rapport sur les communications courantes avec les administrations provinciales et territoriales*;
- les comptes rendus des réunions du Conseil consultatif fédéral-provincial de la politique statistique.

La Division des communications peut conseiller les gestionnaires des divisions spécialisées sur les politiques courantes et sur tous les aspects des relations avec les administrations provinciales et territoriales. Nous distribuons aussi régulièrement des listes à jour des réunions à venir des comités fédéraux-provinciaux et des coordonnateurs provinciaux avec leur adresse et leur numéro de téléphone. Nous pouvons en outre leur faire parvenir de l'information de votre part.

### **Relations fédérales-provinciales à votre service**

- ✓ Vous êtes à planifier une nouvelle enquête (ou à faire l'évaluation et la refonte d'une enquête existante). Vous désirez consulter les administrations provinciales et territoriales au sujet de leurs besoins en données. Vous voulez aussi explorer la possibilité d'utiliser des données administratives provinciales pour créer une nouvelle banque de données. Nous pouvons :
  - vous renseigner sur les réunions passées et à venir des comités fédéraux-provinciaux (dont le lieu, la date, la liste des délégués et les comptes rendus);
  - ajouter votre nom à la liste de distribution de l'ordre du jour des réunions des comités;
  - vous aider à planifier vos consultations avec l'aide des coordonnateurs statistiques provinciaux et territoriaux.



Pour de plus amples renseignements,  
veuillez communiquer avec  
**Daniel Scott, au 951-1121.**





## SERVICES DE RÉDACTION ET AUTRES

Statistique Canada produit annuellement plus de 350 publications cataloguées, de nombreux questionnaires, des bulletins d'information ainsi que des rapports. Un langage clair et concis est essentiel pour assurer l'efficacité du message de ces documents.

La Division des communications s'est engagée à promouvoir l'amélioration des normes de rédaction du Bureau et à faire en sorte que les publications et les autres produits de communication de Statistique Canada soient plus accessibles et compréhensibles. Nous offrons notre aide à chacune des étapes du processus de communication et de publication : de la planification préliminaire aux épreuves finales, en passant par les ateliers de rédaction claire et efficace.

Notre personnel rédige, révise ou récrit des textes en français et en anglais. Nous gérons des projets variés, depuis la révision et la production d'une série d'articles jusqu'à la rédaction de brochures, de discours et de présentations. Les autres services offerts concernent le traitement de texte, des consultations sur l'édition électronique et la conception de transparents en couleurs. (Tous ces services font l'objet d'un recouvrement de coûts.)

La Division produit aussi un guide de rédaction indispensable intitulé *Quelques trucs pour bien rédiger*; elle prodigue aussi des conseils et émet des lignes directrices concernant la *Politique sur les faits saillants des publications*. Cette politique exige que toutes les publications de Statistique Canada contiennent des faits saillants afin d'inciter les médias à couvrir fidèlement nos données et de faciliter la tâche aux utilisateurs.

## Services de rédaction et autres à votre service

- ✓ Vous avez rassemblé une équipe d'analystes pour rédiger une série d'articles sur l'économie. Cette série doit être distribuée sous forme de publications non cataloguées. Nous pouvons :
  - aider les analystes à améliorer leurs techniques de rédaction au moyen d'ateliers;
  - établir des lignes directrices pour orienter la série;
  - réviser les textes des analystes;
  - comparer les textes traduits de l'anglais ou du français au texte original et les réviser;
  - faire le traitement de texte;
  - corriger et réviser l'épreuve finale;
  - faire l'édition électronique;
  - donner des conseils sur la distribution de la série.
  
- ✓ Votre division désire susciter davantage l'intérêt du monde des affaires pour vos données, mais n'a pas les moyens de mener une campagne de marketing coûteuse. Nous pouvons :
  - vous aider à préciser les outils de communication dont vous aurez besoin pour atteindre votre public (dans la situation décrite, nous pourrions suggérer une brochure et une présentation);
  - rédiger le texte de la brochure;
  - rédiger le texte de la présentation;
  - concevoir et produire des transparents en couleurs qui pourraient accompagner votre présentation afin de promouvoir votre division lors de congrès ou de symposiums.



Pour de plus amples renseignements,  
veuillez communiquer avec  
**Brenda Babcock, au 951-6976.**





## COMMUNICATIONS INTERNES

L'excellence des communications internes est le fondement même de la communication avec le monde extérieur. Elle renforce également les liens essentiels au sein de toute organisation.

Au tout premier chef, l'efficacité des communications internes relève des gestionnaires, des superviseurs et des employés mêmes. La Direction du personnel et la Division des communications appuient les initiatives des gestionnaires à cet égard et mènent un programme cadre de communications internes.

La Division des communications joue un rôle actif dans les communications internes au moyen de *SCAN*, le journal des employés. Nous informons les employés des objectifs, des programmes, des produits et des services du Bureau, resserrant ainsi les liens qui existent entre les différentes divisions de Statistique Canada. Nous assurons aussi un lien vital avec les régions en maintenant des relations d'information régionales.

Avec *SCAN*, on favorise un échange d'information dans les deux sens : on sollicite des articles du personnel et on lui demande de soumettre des sujets d'articles et de participer aux enquêtes auprès des lecteurs. Chaque année, une édition spéciale de *SCAN* présente une entrevue avec le Statisticien en chef, qui souligne les réalisations de l'année écoulée et les orientations de la nouvelle année.

Afin de soutenir les programmes de recrutement et d'orientation, la Division des communications produit un matériel varié de communication, dont le vidéo *Statistique Canada, c'est nous*. Et dans le but de promouvoir une coordination efficace entre les programmes, nous distribuons dans l'ensemble du Bureau un matériel conçu pour les publics externes, tels que les bulletins *Vue d'ensemble* et *Échéancier*.

La Division des communications organise aussi des conférences commanditées par d'autres divisions. Nous réservons les salles, prenons toutes les dispositions nécessaires et faisons la publicité tant à l'interne qu'à l'externe.

Grâce à un programme d'événements spéciaux, nous suscitons des occasions de rencontres sociales pour les employés. À l'heure actuelle, deux événements sont présentés annuellement : l'un à Noël et l'autre lors de la fête du Canada.

La Division des communications offre aux gestionnaires une gamme complète de services et met à leur disposition son expertise afin de les aider à élaborer et à mettre sur pied des activités de communications internes pour soutenir leurs programmes.

### **Communications internes à votre service**

- ✓ Une collègue américaine doit visiter votre division le mois prochain pour discuter de sujets d'intérêt commun. Ses travaux jouissent d'une grande réputation et, puisque certains intéressent particulièrement le personnel, elle se prête de bonne grâce à faire une présentation. Pour vous aider, nous pouvons :
  - réserver la salle et prendre les autres dispositions nécessaires;
  - s'assurer que les services d'interprétation simultanée et gestuelle sont offerts;
  - faire toute la publicité nécessaire;
  - assurer l'enregistrement audio ou vidéo pour consultation ultérieure et pour l'usage des bureaux régionaux.
- ✓ Votre division organise une cérémonie spéciale de remise de diplômes pour les personnes ayant participé à un nouveau programme de formation. Si vous désirez qu'on prenne des photos des personnes recevant leur diplôme pour leur en faire cadeau, nous pouvons obtenir pour vous les services d'un photographe au prix coûtant.



Pour de plus amples renseignements,  
veuillez communiquer avec  
**Brenda Babcock, au 951-6976.**





## LISTE DES PERSONNES À VOTRE SERVICE

<b>Directeur</b>	<b>Wayne Smith</b>	<b>951-2808</b>
<b>Secrétaire</b>	<b>Anne Granger</b>	<b>951-7644</b>
<b>Planification et conseils en communication</b>	<b>Daniel Scott</b>	<b>951-1121</b>
<b>Diffusion des données officielles</b>	<b>Greg Thomson</b>	<b>951-1116</b>
<b>Recueils statistiques</b>	<b>Jonina Wood</b>	<b>951-1114</b>
<b>Relations publiques</b>	<b>Suzanne Massie</b>	<b>951-8224</b>
<b>Relations avec les médias</b>	<b>Lyne Bélanger</b>	<b>951-1199</b>
<b>Relations avec les répondants</b>	<b>Johanne Beckstead</b>	<b>951-1115</b>
<b>Relations fédérales-provinciales</b>	<b>Daniel Scott</b>	<b>951-1121</b>
<b>Services de rédaction</b>	<b>Brenda Babcock</b>	<b>951-6976</b>
<b>Éditique et services connexes</b>	<b>Diane Leblanc</b>	<b>951-1182</b>
<b>Communications internes et formation en communication</b>	<b>Brenda Babcock</b>	<b>951-6976</b>
<b>Expositions, événements spéciaux et services audiovisuels</b>	<b>Grant Niman</b>	<b>951-1092</b>
<b>Information publique sur le recensement</b>	<b>Dale Sewell</b>	<b>951-0444</b>

Nous vous invitons à soumettre vos questions, suggestions et commentaires sur le présent guide. Pour ce faire, veuillez communiquer avec **Daniel Scott**, au **951-1121**.