



Plan communication

Projet : Ensemble, avec nos différences

Par Lise Pilote, coordonnatrice

Avril 2019

Contenu du plan de communication - projet Ensemble avec nos différences

Présentation du Réseau	3
Mise en contexte	3
Ensemble, avec nos différences Est-ce normal si <i>J'y suis avec ma différence</i>	
Objectifs de communication	4
Objectifs principaux du Réseau À court terme À moyen et long terme Objectifs de communication mesurables	
Axe de communication :	5
Messages porteurs :	5
Message particulier du Réseau	
Publics cibles	5
Publics internes Publics externes	
Stratégies de communication	6
1. Contacter et entretenir des communications sur une base régulière avec les publics cibles, tout au long de la réalisation du projet et de ses deux campagnes 2. Accroître les activités de communication sur le web et assurer une présence active dans les médias sociaux 3. Maintenir des relations de presse ponctuelles, mais assidues	
Moyens de communication	8
Section spéciale sur le site Web Communiqués de presse (9) Affiche promotionnelle Production et diffusion de bandeaux publicitaires et de bannières web Feuillets promotionnels Signet Bulletin électronique Invitations spéciales et correspondance Relance des milieux communautaires et d'affaires Présentations électroniques Montage photo et capsules vidéos-maison Boîte à outils	
Tout au long de la réalisation du projet	11
Relations de presse et relance médiatique Bulletin électronique Médias sociaux	
Précisions	11
Séquence de communication	13

La recherche de l'égalité entre les femmes et les hommes dans la sphère politique est au cœur de la mission même du Réseau femmes et politique municipale de la Capitale-Nationale et s'inscrit dans tous les projets qu'il réalise. Le Réseau femmes et politique municipale multiplie les occasions de réseautage en organisant des activités, événements et études permettant un rapprochement des femmes du pouvoir.

Pour cela le Réseau réalise actuellement deux projets majeurs lui permettant de poursuivre ses démarches et approfondir ses connaissances sur les motivations et la persévérance des femmes en politique municipale : le **Défi parité** et **Ensemble, avec nos différences**. Ce dernier projet est au cœur de ce plan de communication.

Mise en contexte

Bien que le taux de participation des femmes en politique municipale ait progressé au cours des dernières élections et que l'univers politique est ouvert tant aux femmes qu'aux hommes, la parité demeure un enjeu. Malgré les progrès réalisés, le monde dans lequel les femmes en politique municipale évoluent demeure fortement imprégné des valeurs masculines et cela freine leur participation à se présenter aux élections sinon une fois élues à y demeurer.

Les élues municipales tout comme les femmes souhaitant se présenter en politique municipale ont besoin, pour effectuer le saut en politique ou pour y persévérer, de savoir qu'il y est possible de faire de la politique « à leur manière ». Le réseau croit qu'en accompagnant les candidates et élues dans leur appropriation de la sphère politique par des activités de réseautage et de partage de compétences, favoriserait positivement la présence de femmes en politique municipale.

Ensemble, avec nos différences

Par la réalisation du projet **Ensemble, avec nos différences**, le Réseau souhaite que les hommes et les femmes comprennent leurs différences, les respectent et ajustent leurs comportements afin de travailler harmonieusement à la réalisation du bien commun. Ce projet vise donc à soutenir les élues et les femmes intéressées par la politique tout en permettant une meilleure compréhension du milieu politique municipal, de la politique au féminin et de celle au masculin. Le projet chapeaute deux grandes campagnes intitulées : **Est-ce normal si...** et **J'y suis avec ma différence**.

Est-ce normal si...

Cette campagne vise à documenter, à partir d'un sondage et de cafés-rencontres, les questionnements et remises en question auxquels font face les élues municipales tout au long de leur carrière, et plus particulièrement en début de mandat. Le but est, d'une part, de briser l'isolement face à certains questionnements (en faisant réaliser à une femme qu'elle n'est surtout pas la seule à se questionner ainsi) et, d'autre part, à distinguer les questionnements inévitables (communs aux autres et aux femmes), de ceux qui résultent d'une culture politique masculine. Un parallèle avec les questionnements et remises en question vécues par les femmes d'affaires sera établi. L'aboutissement de cette première démarche sera l'organisation d'un colloque, auquel les hommes seront conviés à prendre part afin de les sensibiliser à la réalité des femmes en politique, ainsi que la création d'outils de sensibilisation.

J'y suis avec ma différence

Enrichie par les démarches initiées au cours de la campagne précédente, alimentée par les informations recueillies et les outils qui en découlent, cette deuxième campagne vise à mettre en relief et à reconnaître la contribution particulière des femmes en politique, comparativement à celles des hommes, démontrant ainsi que nous pouvons travailler ensemble, riches de nos différences. Les activités de réseautage prévues (enquête, cafés-rencontres, colloque) seront complémentaires et permettront de mettre en évidence l'apport spécifique des femmes et des hommes. Les outils qui en découleront permettront de mettre en place des activités de reconnaissance et d'accompagnement par la mise en place de mentorats en dyade. Le tout se concluant par une soirée de reconnaissance en hommage aux élues municipales de la Capitale-Nationale.

Objectifs de communication

Objectifs principaux du Réseau

- Faire connaître le Réseau, sa mission et ses valeurs et par le fait même l'importance de susciter l'intérêt et favoriser l'implication des femmes en politique municipale (accroître la notoriété);
- Positionner le Réseau et ses projets comme porteurs pour la mobilisation des femmes en politique municipale (faire reconnaître le réseau) ;
- Promouvoir les services, les projets en cours, les différentes activités et événements offerts par le réseau (favoriser une plus grande visibilité).

À court terme

- Promouvoir le projet **Ensemble, avec nos différences**, incluant ses deux grands volets d'activités **Est-ce normal si ?** et **J'y suis avec mes différences**, son enquête, ses activités, son colloque et sa soirée reconnaissance pour atteindre les résultats escomptés de participation et d'adhésion à sa mission tout en favorisant l'intérêt des femmes envers la politique municipale;
- Mobiliser les milieux communautaires, municipaux et d'affaires autour d'une grande cause commune : l'apport et l'importance d'atteindre et de maintenir la parité hommes/femmes en politique municipale au niveau des conseils de ville et autre poste de direction ;
- Informer et présenter les grandes étapes du projet;
- Positionner ses activités sur le web et assurer une présence active dans les médias sociaux;
- Capturer l'attention des milieux politiques municipaux, de la communauté et des médias.

À moyen et long terme

- Faire valoir l'importance de réseauter et d'outiller les femmes en politique municipale pour les convaincre à s'impliquer, à se présenter et, pour les élues, à demeurer active ;
- Contribuer à l'engagement et à la mobilisation des femmes et des élues municipales, au sein des MRC, de villes et municipalités et dans la communauté d'affaires
- Cultiver un sentiment d'appartenance des femmes envers le monde municipal et le Réseau;
- Raviver le désir des femmes à contribuer, sous différentes manières, à la politique municipale.
- Contribuer à faire valoir l'importance d'avoir plus de femmes en politique municipale;
- Capturer l'attention du grand public et des médias;

Objectifs de communication mesurables

En guise d'évaluation des retombées de ce plan de communication, les résultats visés et vérifiables sont les suivants :

- Augmenter à 400 le nombre d'abonnés à notre bulletin électronique et nous assurer qu'un taux de lecture atteigne au moins 60 %;
- Atteindre le nombre de participants aux activités, visé et précisé dans les indicateurs et objectifs du projet;
- Que quatre de nos activités majeures (deux campagnes, le colloque et la soirée reconnaissance) fassent l'objet d'une couverture médiatique;
- Réussir à ce que chaque activité prévue dans notre programmation d'activités soit couverte par un média et si possible que cette couverture de presse couvre l'ensemble du territoire du Réseau;
- Augmenter le nombre d'abonnés en date d'avril 2019 à la page Facebook de 478 pour atteindre plus de 600 « j'aime cette page »;
- Viser à ce qu'au moins 100 professionnelles suivent la page d'entreprise du Réseau sur LinkedIn récemment créée (6 abonnées en date d'avril 2019).

Axe de communication :

Ensemble, avec nos différences

Messages porteurs :

- Pour atteindre la parité, il faut que plus de femmes se présentent en politique et sollicitent un 2e ou un 3e mandat.
- Pour effectuer le saut en politique ou pour y persévérer, il faut que les élues municipales tout comme les femmes intéressées à se présenter en politique municipale puissent faire de la politique « à leur manière ».
- Pour favoriser l'appropriation de la sphère politique, il faut accompagner les femmes.
- Pour favoriser la persévérance de femmes en politique, il faut instaurer un mécanisme d'intégration.
- Pour permettre l'intégration de valeurs féminines et favoriser la participation des femmes, il faut changer le monde dans lequel les femmes en politique municipale évoluent.
- Afin de travailler harmonieusement à la réalisation du bien commun, il faut qu'hommes et femmes comprennent leurs différences, les respectent et ajustent leurs comportements.

Message particulier du Réseau

- Cette volonté d'en arriver à une parité hommes-femmes est motivée par un souci d'une démocratie réellement représentative.
- Par une démarche non partisane, le Réseau cherche à rejoindre des femmes issues de tous les milieux, car une démocratie représentative implique la présence de jeunes et de moins jeunes, des femmes provenant de différents horizons professionnels et d'origines ethniques diverses.

Publics cibles

Afin d'accroître l'accessibilité et de rejoindre le plus grand nombre de femmes, les activités sont réalisées sur l'ensemble du territoire de la Capitale-Nationale, couvrant l'agglomération de Québec, les MRC de Portneuf, de La Jacques-Cartier, de la Côte-de-Beaupré, de l'Île-d'Orléans, de Charlevoix et de Charlevoix-Est.

Publics internes

- Membres du CA
- Équipe en place
- Membres du Réseau

Publics externes

- Élues et ex-élues municipales
- Femmes potentielles
- Femmes d'affaires
- Élus et homme d'affaires
- Partenaires, collaborateurs et décideurs du domaine de la politique municipale
- Organismes communautaires, réseau de femmes, chambre de commerce, association de femmes d'affaires, etc.
- Population (grand public)
- Médias

Stratégies de communication

Dans l'ensemble, lors de la réalisation de ce plan de communication, il est recommandé de :

1. Contacter et entretenir des communications sur une base régulière avec les publics cibles, tout au long de la réalisation du projet et de ses deux campagnes

- ✓ Assurer au moment opportun une relance par des communications plus traditionnelles telles que l'envoi de courriel et des rappels téléphoniques
- ✓ Produire une série d'outils de communication et de positionnement du projet et de ses campagnes afin d'appuyer la promotion des activités et événements (affiche, bandeau promotionnel, bannières web, dépliant d'information, signets, etc.)
- ✓ Rédiger une série de communiqués de presse qui permettront non seulement d'alimenter les médias, mais nos publics cibles par la déclinaison de ces contenus dans les médias sociaux.
- ✓ Alimenter les médias sociaux sur Facebook, LinkedIn, Instagram et Twitter.
- ✓ Publier un bulletin d'information dans la mesure du possible une fois par mois (minimum 10 éditions), décliner et relayer le contenu du bulletin électronique

2. Accroître les activités de communication sur le web et assurer une présence active dans les médias sociaux

Les médias sociaux et en particulier Facebook (FB) prennent de plus en plus d'importance dans les communications publiques actuelles. Le Réseau gagne à y déployer des communications. Photos, courts textes, capsules d'information et vidéos, positionnement du projet et de ses campagnes, une animation régulière et interactive permettra d'alimenter les échanges et de favoriser les interactions avec la communauté, les membres et les publics cibles.

- ✓ Décliner les contenus des communications principales entourant les deux campagnes en mettant l'accent sur les thèmes forts et des éléments porteurs afin d'alimenter les médias sociaux.
- ✓ Être actif dans les médias sociaux par une planification et l'exécution d'interventions constantes sur le Web. Il faut avoir l'habitude de communiquer ce que l'on fait dans les médias sociaux.
- ✓ Prévoir une activité de relance de nos partenaires, contacts et de la toile entière (publics cibles et internautes). Cela permettrait de faire connaître l'existence de nos pages Facebook et LinkedIn afin d'attirer l'intérêt du public pour nos communications.
- ✓ Établir un calendrier de publications pour chaque campagne. Planifier et organiser les publications, plusieurs semaines à l'avance, et faire une vigie des sujets d'actualité. Un calendrier de publication, incluant une série d'activités d'information prévues pour les prochains mois, doit être élaboré afin d'assurer une plus grande présence sur le Web. Ces communications seront publiées aux moments opportuns contribuant ainsi à capter l'attention et garder l'intérêt des internautes.
- ✓ Exploiter le volet humain et favoriser le réseautage web en publiant des images de nos activités, présentant les participantes et impliquant le plus possible nos partenaires, porte-parole et/ou femmes reconnues par le milieu
- ✓ S'assurer que le site Internet demeure au cœur des communications dans les médias sociaux en ramenant toujours l'internaute par hyperlien au www.femmespolitique.net

3. Maintenir des relations de presse ponctuelles, mais assidues

L'apport d'une plus grande visibilité médiatique est non négligeable pour le positionnement public et la reconnaissance du Réseau, la promotion et l'atteinte des objectifs du projet et ses campagnes. Il faut viser à développer des relations médiatiques solides pour devenir une source d'information reconnue pour les dossiers et sujets médiatiques touchant la politique municipale, les femmes et la parité au sein des postes de direction.

- ✓ Alimenter les médias en information sur la sur une base régulière
- ✓ Contacter et entretenir des communications avec les médias en moments forts du projet;
- ✓ Débuter la relance médiatique par l'annonce globale du projet et revenir en force à chaque étape des volets majeurs du projet ;
- ✓ Faire une tournée des médias majeurs sur le territoire couvert par nos activités pour leur présenter en amont le projet Ensemble, avec nos différences et les campagnes qui en découlent.
- ✓ Publier des communiqués de presse à chaque activité porteuse dans un premier temps pour l'annoncer et par la suite pour en partager les résultats et en décliner leur contenu dans les médias sociaux;
- ✓ Participer, si l'occasion se présente, à des émissions d'information et d'affaires publiques à la télévision et à la radio;
- ✓ Entretenir des relations étroites avec les journalistes et chroniqueurs concernés par l'actualité et la politique municipale;
- ✓ Être proactif face aux sujets d'actualité et au traitement de l'information touchant les femmes et la politique municipale.

Moyens de communication

Section spéciale sur le site Web

- Positionnement des deux campagnes et du projet sur la page d'accueil du site
- Création d'une page dédiée au projet et à ses campagnes
- Mise en ligne d'un calendrier d'activité, lien vers les communiqués et des bulletins électroniques du Réseau

Communiqués de presse (9)

1. Dévoilement projet *Ensemble, avec nos différences*

- Présentation globale du projet de ses deux grandes campagnes
- Présentation des objectifs globaux et résultats souhaités
- Souligner l'appui de nos partenaires

2. Présentation de la campagne *Est-ce normal si?*

- Présentation du thème et des activités prévues
- Retour sur les dates et lieux de la tenue des activités et événement
- Survol des objectifs visés par cette campagne
- Résultats souhaités
- Rappel du projet et des partenaires

3. Bilan des activités de la campagne *Est-ce normal si?*

- Rappel du projet et de ses objectifs;
- Retour sur les activités réalisées
- Faire ressortir les bons coups et les points forts de la campagne
- Souligner l'apport de cette démarche sur l'intérêt de femmes envers la politique municipale
- Rappel et remerciement des partenariats qui ont contribué plus particulièrement à cette campagne

4. Présentation de la campagne *J'y suis avec ma différence*

- Présentation du thème et des activités prévues
- Retour sur les dates et lieux de la tenue des activités et événement
- Survol des objectifs visés plus particulièrement par cette campagne
- Résultats souhaités
- Rappel du projet et des partenaires

5. Annonce de la tenue du Colloque

- Dévoilement des conférenciers et invités spéciaux
- Invitation et proposition du programme de la journée
- Lieu, date et heure
- Partenaires

6. Bilan de la campagne *J'y suis avec ma différence*

- Rappel du projet et de ses objectifs;
- Retour sur les activités réalisées plus particulièrement dans le cadre de cette campagne
- Faire ressortir les bons coups et les points forts de la campagne
- Souligner l'apport de cette démarche sur l'intérêt de femmes envers la politique municipale
- Rappel et remerciement des partenariats qui ont contribué plus particulièrement à cette campagne

7. Annonce du mentorat en triade

- Présentation des triades, du mentorat et de ses objectifs
- Souligner la participation des MRC et municipalités
- Rappel de la vision du Réseau derrière cette démarche.
- Remerciements de nos partenaires

8. Annonce de la Soirée reconnaissance des femmes et élues.

- Annonce de la soirée ses objectifs et visées
- Souligner l'apport des femmes en politique municipale
- Rappel des partenariats

9. Communiqué bilan du projet *Ensemble, avec nos différences*

- Retour – survol des résultats des deux grandes campagnes
- Rappel des visées du projet
- Bilan des résultats des deux campagnes
- Rappel et remerciements des appuis reçus et des partenaires.

Affiche promotionnelle

- Positionnement global du projet et de ses deux grandes campagnes
- Logo des partenaires majeurs

Production et diffusion de bandeaux publicitaires et de bannières web

- Un bandeau général positionnant le projet dans son ensemble
- Une série de bannières déclinant les deux campagnes majeures, ses activités (sondage, café-rencontre) et ses grands événements.
- Positionnement des partenaires majeurs

Feuillets promotionnels

- Format 8,5 X 11 – recto verso
- Positionnement du projet et de la campagne en cours
- Présentation de chaque activité majeure et au besoin (date, lieux, résumé)

Signet (un seul pour promouvoir le projet dans son ensemble)

- Format 2 X 8,5 – recto verso
- Couverture Projet Ensemble avec nos différences
- Deux campagnes
- Coordonnée, site Internet et logo des partenaires majeurs

Bulletin électronique

- Un bulletin par mois
- Promotion des activités en cours
- Calendrier des activités à venir
- Bilan et bons coups (photos des activités tenues)
- Remerciements de nos partenaires

Invitations spéciales et correspondance

- Pour les partenaires et médias
- Commanditaires actuels et potentiels
- Rédaction et envoi d'invitation (courriel et bulletin électronique) pour la tenue des cafés-rencontre et autres activités majeurs selon la pertinence

Relance des milieux communautaires et d'affaires

- Envoi d'invitation par courriel
- Sondage en ligne, cueillette d'information
- Envoi bannière web thématique
- Envoi PDF des affichettes promotionnelles
- Exemple de texte promotionnel pour leurs réseaux

Présentations électroniques (PPT)

- Présentation visuelle et bref texte
- Messages et contenus pertinents adaptés à chaque activité
- Rappel de la mission du Réseau
- Remerciement de nos partenaires

Montage photo et capsules vidéos-maison

- Photos-reportages, accompagnés de courts résumés des activités (café-rencontre)
- Invitation par des personnes-clés à la participation à nos événements (Colloque, soirée hommage)

Boîte à outils

- Fiches synthèses
- Capsules vidéo professionnelles

Tout au long de la réalisation du projet

Relations de presse et relance médiatique

- Envoi de communiqués
- Tournée de presse présentant le projet dans son ensemble
- Invitation spéciale « médias » pour les événements majeurs (colloque, soirée reconnaissance)
- Relance téléphonique et proposition d'entrevues avec nos porte-parole
- Accueil des médias sur place à nos activités publiques (cafés-rencontres)

Bulletin électronique

- Un bulletin par mois
- Promotion des activités en cours
- Calendrier des activités à venir
- Bilan et bons coups (photos des activités tenues)
- Remerciements de nos partenaires

Médias sociaux

- Déclinaison de tous les outils mentionnés précédemment et positionnement de courts textes, photos, communiqués de presse, et /ou autres communications (sauf en cas de nos pertinences ou impossibilités d'adaptation)
- Inclure des hyperliens vers la couverture médiatique
- Inclure des hyperliens vers des documents d'information complémentaires
- Inclure des hyperliens vers le site du www.femmespolitique.net
- Facebook, Instagram, Twitter et LinkedIn

Précisions

Ce plan de communication sera réalisé en considérant les budgets globaux alloués aux différentes activités et/ou événements prévus dans l'ensemble du projet. Donc, la production des outils de communication se fera au fur et à mesure que nous atteindrons les objectifs fixés et qu'une nouvelle étape sera franchie.

Un calendrier incluant les actions de communication requises en fonction des étapes de chaque campagne sera précisé au moment opportun. Cette planification identifiera les dates, lieux et heure de même que les moyens choisis et ajustements à faire à ce plan de communication.

- Les dates et actions de communications seront alors fixées et ajustés en fonction de l'évolution et les résultats atteints.
- À noter qu'il est possible que des actions soient ajoutées et d'autres pourraient être annulées au besoin.

Séquence de communication

Échéancier	Activités	Section spéciale sur le Web	Communiqué de presse	Affiche promotionnelle	Bandeaux-bannière Web	Feuillet promotionnel	Signet	Bulletin électronique	Invitations spéciales et correspondance	Présentation électronique	Photos reportage	Fiche synthèse	Vidéo-maison	Vidéo professionnelle
Ensemble, avec nos différences														
Mai 2019	Dévoilement du projet <i>Ensemble, avec nos différences</i>		X	X	X		X	X	X	X	X			
Septembre à décembre 2019 Mai à juillet 2021	Développement, production, publication et distribution du coffre à outils							X		X		X		X
Juillet 2021	Bilan		X					X		X	X			
Est-ce normal si?														
Mai 2019	Présentation de la campagne <i>Est-ce normal si?</i>	X	X		X	X		X	X	X				
Mai-juin 2019	Enquêtes							X	X	X				
Septembre à décembre 2019	Cafés-rencontre				X	X		X			X		X	
Janvier – février 2020	Colloque				X	X		X			X		X	
Mars à juin 2020	Entrevues semi-dirigées								X					
Septembre-octobre 2020	Focus-groupe								X					
Novembre 2020	Bilan		X					X			X			
J'y suis avec ma différence														
Novembre 2020	Présentation de la campagne <i>J'y suis avec ma différence</i>	X	X		X	X		X	X	X				
Janvier à mars 2021	Sondage								X					
Septembre à novembre 2020	Cafés-rencontres				X	X		X		X			X	
Janvier à avril 2021	Mentorat		X		X	X		X					X	
Mai-juin 2021	Soirée reconnaissance		X		X	X		X					X	
Juillet 2021	Bilan		X					X						