

La stratégie de communication

Sa justification et sa nature

La présente trousse contient un éventail d'outils qui peuvent vous servir à élaborer un plan de communication efficace au moment d'entreprendre un ajout à votre réserve. Un tel plan devrait faciliter l'exercice et amortir certains des obstacles susceptibles de survenir. Dans les pages qui suivent, vous apprendrez comment atteindre votre objectif, soit établir une communication efficace. Nul n'exige ou

Le présent document ne présume en rien que les lecteurs ne s'y connaissent pas en matière de communication. De fait, l'organisation de l'information vise à vous permettre de choisir n'importe quelle section et de l'insérer dans les plans que vous suivez peut-être déjà. C'est à vous de décider. Certains lecteurs peuvent posséder des compétences dans quelques domaines, peut-être même dans plusieurs; par contre, d'autres feront l'expérience d'un tel exercice pour la toute première fois.

*Il faut concevoir votre
stratégie de communication
en fonction des besoins de votre collectivité.*

Le choix des diverses méthodes et techniques dépendra de multiples facteurs. Vous pourriez vivre au sein d'une collectivité éloignée où le concept général de « communication »

n'attend que vous suiviez à la lettre tous les renseignements qui s'y trouvent. En les parcourant, vous y trouverez divers moyens pouvant vous aider à accomplir votre tâche de communicateur. Utilisez les éléments dont vous avez besoin pour réaliser votre travail.

revêt un sens très large. On trouve des réserves en milieu rural, en milieu urbain et en banlieue. Chaque collectivité adopte sa propre approche. Nous espérons que vous trouverez l'information dont vous avez besoin en parcourant la présente publication.

Il vous faut adopter une approche positive et éclairée, c'est-à-dire ne pas vous attarder au passé.

Avoir un plan de communication : une nécessité

D'abord, si vous avez besoin d'un plan de communication efficace, c'est que vous aurez à lutter fréquemment contre un ennemi que de nombreux Autochtones côtoient depuis longtemps : l'ignorance. Il ne s'agit pas de malveillance, quoique ce soit parfois envisageable, mais plutôt du fait que de nombreux Canadiens et Canadiennes ne connaissent pas les Autochtones ni leurs conditions de vie. La question reste à savoir si la population canadienne se préoccupe même des questions autochtones. Les perceptions négatives abondent. Pourtant, les Canadiens et Canadiennes ont souvent tendance à oublier que, il y a très longtemps, les Autochtones étaient seuls à occuper le pays.

C'est à ce moment qu'entrent en jeu les communications. Il vous incombe de transmettre votre message aux autres collectivités et à leurs dirigeants influents.

Vous devez établir des rapports avec des législateurs, des avocats et d'autres membres de la magistrature ainsi qu'avec les éducateurs en services sociaux et les politiciens municipaux, provinciaux et fédéraux. La liste peut encore s'allonger, mais votre tâche reste de bien transmettre votre message, qui porte sur votre projet et sa raison d'être, sur l'endroit

et le moment où vous le réaliserez ainsi que sur les personnes qui, selon vous, sont les plus concernées par votre projet. Vous devez persuader votre auditoire que votre mission (dans le cas présent, l'ajout à votre réserve) est noble.

Se faire des alliés

Vous pourriez être tenté de vous attarder au passé et au traitement plutôt défavorable que le gouvernement, les forces policières et d'autres intervenants vous ont fait subir et d'insister, en particulier, sur la raison pour laquelle les terres que vous achetez ne vous appartenaient plus. Ce genre de réflexion ne vous conduira nulle part. Une explication rationnelle et concrète des injustices, accompagnée de mesures positives prises par les deux parties pour améliorer la qualité de vie de vos collectivités, constitue une façon très productive d'aborder les personnes qui peuvent soit vous poser des obstacles majeurs, soit devenir des alliés et peut-être même vous appuyer par des moyens auxquels vous n'auriez pas songé.

Rappelez-vous que la majorité des personnes avec qui vous négocierez durant l'exercice des ajouts aux réserves connaissent peu ou aucunement l'histoire des Autochtones et ne comprennent pas les défis auxquels vous faites face aujourd'hui. Ces personnes n'aimeront peut-être pas non plus être désignées comme la source du « problème ». Vous pourriez être surpris de constater à quel point les gens peuvent

être réceptifs lorsqu'ils sont abordés de façon positive.

La communication s'appuie habituellement sur le simple bon sens.

Négocier avec des « experts »

Pour conclure l'introduction, gardez à l'esprit que, généralement – et ceci s'applique dans la plupart des cas à toutes les sociétés –, tous croient être des experts de la communication et débordent de conseils sur la façon dont vous devriez mener vos activités. Ces gens n'ont pas toujours tort, étant donné que la communication s'appuie habituellement sur le simple bon sens. Concentrez-vous toutefois sur votre plan. Faites un remue-méninges avec les personnes qui possèdent une certaine expérience en matière de communication et avec celles en qui vous avez confiance. Servez-vous au besoin du présent document. Une fois votre plan de communication achevé, mettez-le à l'épreuve auprès de quelques personnes dont vous connaissez l'impartialité et dont

vous respectez l'opinion. Lorsque vous avez décidé de la teneur de votre plan, respectez-en les paramètres. Le savoir, la discipline et la motivation seront essentiels dans la mise en œuvre de ce plan. Vous y avez travaillé et vous croyez qu'il fonctionnera pour vous. Une fois que vous aurez franchi cette étape, laissez les experts travailler à autre chose. La foi en votre tâche et la détermination à la réaliser constitueront vos meilleurs atouts pour la mener à une conclusion fructueuse.

Bonne chance.

Au départ

Un plan de communication constitue une tentative sincère d'informer les personnes directement ou indirectement concernées par votre projet. C'est la façon la plus courtoise de dire : « Nous ne voulons pas que vous accomplissiez des activités dont vous n'aurez pas entendu parler ni les mener sans vous avoir consultés. De fait, c'est le contraire qui se produit : nous tenons à ce que vous en sachiez le plus possible sur notre projet au fur et à mesure que nos idées se concrétiseront. »

Quel est le point de départ de l'élaboration d'une stratégie ou d'un plan de communication? Ou plutôt, qu'est-ce qu'un plan de communication? Fondamentalement, un plan de communication est un outil qui regroupe des idées grâce auxquelles vous pouvez présenter un point de vue, une idée ou un projet sous l'angle le plus favorable possible aux personnes qui seront concernées par vos actions ou vos idées. Ces idées sont organisées en séquences stratégiques de manière à obtenir les meilleurs résultats, c'est-à-dire de façon à vous permettre d'atteindre le plus harmonieusement possible vos buts et vos objectifs. Le cheminement par séquences stratégiques éliminera les cahots éventuels ou, à tout le moins, en réduira la force d'impact.

Dans le cadre de l'exercice qui vous concerne, soit l'ajout à une réserve, votre principal objectif est l'expansion de votre réserve ou la création d'une nouvelle

réserve. Avant d'entamer des démarches, vous devriez prendre le temps d'en évaluer les répercussions éventuelles (aux chapitres financier, environnemental, psychologique, etc.) sur les collectivités environnantes et, notamment, sur vos voisins. Au nombre de ces personnes figurent celles à qui vous parlez au supermarché ou au magasin du coin, celles avec qui vous socialisez à la Légion, au restaurant ou au bar, les personnes dont les enfants jouent avec les vôtres et ainsi de suite. Ce sont là les gens qui importeront le plus à mesure que l'ajout à la réserve se concrétisera, car vous entretenez avec eux des rapports quotidiens.

Votre plan de communication devrait prévoir la confrontation pour être en mesure de l'éviter.

Il vous faut un plan de communication qui vous orientera vers des approches conviviales et qui vous permettra d'anticiper et de contrer l'opposition, c'est-à-dire les personnes qui pourraient rejeter votre idée ou organiser un groupe de pression en vue d'entraver votre projet. À défaut d'avoir un plan de communication bien réfléchi, vous pourriez devoir faire face à la confrontation et à la dissension à l'égard des ajouts proposés, une situation dans laquelle personne n'est gagnant. Le recours à la confrontation peut se révéler avantageux dans certaines circonstances, mais certainement pas au moment de s'engager dans des ajouts aux réserves.

Le présent document vous propose les trois étapes distinctes à aborder dans un plan de communication sur l'ajout à la réserve :

L'étape préalable au processus d'ajouts aux réserves

- la formulation du plan de communication et la consultation auprès de votre collectivité;

Le processus d'ajouts aux réserves

- les relations publiques, les annonces et les relations avec les médias;

L'étape suivant le processus d'ajouts aux réserves

- les communications de suivi une fois le processus terminé.

Pour chacune de ces trois étapes, vous devriez dresser la liste de ce que vous souhaiteriez accomplir (les objectifs de communication). Le plan de communication s'articule ensuite autour de ces objectifs, étant donné que chaque but sera associé à certains intervenants (le public cible) et exigera la transmission de renseignements (les messages clés) selon une séquence logique (l'échéancier), au moyen de l'approche la plus appropriée et la plus rentable (les outils de communication et le budget).

La trousse a été conçue en fonction du processus d'ajouts aux réserves, allant des rencontres initiales avec la collectivité, en passant par les annonces officielles aux médias et aux parties concernées, jusqu'aux bulletins d'information qui sont destinés aux médias et qui portent sur les répercussions que les ajouts aux réserves ont entraînées sur la collectivité une fois l'exercice terminé.

COMPOSANTES D'UN PLAN DE COMMUNICATION SUR LES AJOUTS AUX RÉSERVES

- *Objectifs de communication*
- *Public cible*
- *Messages clés*
- *Échéancier et séquence*
- *Outils de communication et budget*

L'étape préalable au processus d'ajouts aux réserves

Sollicitez la participation des principaux cadres supérieurs dès le début des consultations sur l'ajout à la réserve.

Comment devrait-on aborder le processus de communication sur les ajouts aux réserves dans une collectivité? Voici un scénario possible. Vous avez entendu dire que plusieurs fermes ou des hectares de terrain étaient offerts sur le marché ou vous avez aperçu des affiches « À vendre » sur la route. Vous avez alors songé que des terres supplémentaires pourraient être profitables à votre collectivité. C'est le moment de rassembler les membres importants de la collectivité et de discuter, de manière aussi approfondie que possible, de tous les aspects d'un éventuel ajout à votre réserve. Il vous faut notamment examiner les modalités à suivre (Annexe 1) avant d'aborder la question avec l'ensemble des membres de la collectivité. Les principaux éléments de votre plan de communication, en ce qui concerne l'étape préalable au processus d'ajouts aux réserves, seront :

Élaborer les messages clés

Il faudrait aborder les questions difficiles ou embarrassantes qui pourraient



vous être posées plus tard. Une telle discussion permettra de mettre au point les principaux messages que vous transmettez aux membres de la collectivité, tant aux Autochtones qu'aux non-Autochtones. Au nombre des questions figurent :

- En quoi cette proposition consiste-t-elle?
- Quel est le rapport entre cette proposition d'ajouts aux réserves et les négociations antérieures sur les revendications territoriales, le cas échéant?
- Qui sont les porte-parole les plus appropriés pour parler de cet ajout en particulier?
- Quels seront les avantages pour votre Première nation et la collectivité avoisinante aux chapitres des services, de l'emploi, de l'indépendance par rapport à l'aide sociale, etc.?
- Qui sont les principaux intervenants concernés par cet ajout à la réserve? Qui sont les acquéreurs et les vendeurs des terrains? Les entreprises locales seront-elles touchées?
- Quelle sera la réaction générale à l'extérieur de la collectivité, notamment les oppositions et les appuis éventuels?
- Comment avez-vous l'intention d'informer les gens à propos des ajouts aux réserves?
- Pouvez-vous compter sur l'aide des personnes qui vous ont déjà accordé leur appui dans vos consultations?

*La séance d'information devrait répondre aux questions :
qui?, quoi?, quand?, comment? et pourquoi?*

Rallier la majorité des gens à la réalisation de l'ajout

Il faut arriver à déterminer si la collectivité appuie fortement l'expansion de la réserve. Un tel exercice peut sembler ridicule, mais une attention aux détails fondamentaux peut éviter des ennuis. Il pourrait se révéler embarrassant, une fois le processus d'ajout amorcé, que l'un de vos conseillers informe les médias que vous avez suffisamment de terres et qu'il n'a jamais été d'accord avec l'acquisition.

2

Consulter les principaux représentants de la collectivité

S'il existe déjà une infrastructure, il est impératif que les cadres supérieurs de tous les programmes, notamment en matière de santé, de logement, de développement social et d'éducation, participent aux premières réunions. Comme les gens ont tout naturellement l'habitude de parler, des rumeurs circuleront à propos de vos délibérations. Il importe à cette étape-ci de veiller à ce que les faits soient communiqués correctement et rapidement. Par exemple : « On discute actuellement de la question

3

dans le contexte des affaires courantes de la collectivité. Toutefois, aucune décision ou annonce de décision n'est prévue pour l'instant. Par ailleurs, si

des décisions concrètes sont prises, la collectivité recevra aussitôt tous les renseignements à ce sujet. »

Consulter les membres de la collectivité

Il faudrait, à cette étape, organiser une assemblée publique au cours de laquelle le conseil de bande consulterait les membres. L'ajout à la réserve pourrait alors être un sujet soulevé dans le contexte des affaires générales de la collectivité. Le message clé à transmettre serait qu'aucune décision n'a encore été prise. Cela éviterait toute accusation de coup monté. Les discussions entre le conseil et les membres de la collectivité sur un éventuel ajout à la réserve seraient présentées en termes généraux, sans entrer dans les détails. Les personnes présentes à la tribune ne seront pas intéressées aux modalités administratives des titres fonciers ou à d'autres questions de cette nature, qu'il vaut mieux laisser aux administrateurs des titres fonciers. L'assemblée devrait donner la réponse aux questions de base : qui?, quoi?, quand?, comment? et pourquoi?

4

Il faut vous faire un devoir de parler à tous les membres de votre collectivité et de ne pas faire d'annonce publique jusqu'à ce que

vous soyez persuadé que ces derniers comprennent ce que fait le conseil et jusqu'à ce que vous ayez obtenu l'approbation de votre collectivité. Il y aura toujours des dissidents, peu importe le sujet. C'est la nature humaine. Par contre, personne n'aime qu'on cache de l'information et, si vous le faisiez, vous ne seriez pas le premier à vous retrouver devant une salle bondée de personnes en colère, exigeant que leur chef et leur conseil leur rendent des comptes sur leurs activités. Faites de la divulgation de vos intentions la grande priorité de votre programme.

Une communication sans délai avec les membres de la collectivité constitue également la méthode idéale pour éviter les fausses rumeurs. Vous pourriez avoir tendance à penser, en raison de votre participation à l'exercice de l'ajout à la réserve, que la plupart des membres de la collectivité savent déjà ce qui se passe, mais évitez de tomber dans un tel piège. Il faut vous assurer que la collectivité tout entière est informée, en donnant dès le départ des renseignements exacts. La communication de bouche à oreille, souvent ignorée ou sous-estimée, représente probablement l'un de vos plus importants mécanismes de communication. Ne la négligez pas; au contraire, misez au maximum sur cet outil.

Miser au maximum sur la communication de bouche à oreille en fournissant des renseignements exacts et exhaustifs.

Personne ne veut apprendre par l'entremise des grands médias les activités qui se déroulent dans sa propre collectivité. De fait, une telle pratique pourrait susciter l'opposition chez les personnes qui, selon vous, seraient les plus avantagées par l'ajout à la réserve.



Officialiser le processus

À cette étape-ci, les travaux préliminaires sur l'ajout et la préparation d'un plan de communication détaillé peuvent être amorcés en se fondant sur les résultats du processus de consultations. Il faut envisager plusieurs démarches quand on entame le processus d'ajout à la réserve, notamment consulter Affaires indiennes et du Nord Canada (AINC) sur la procédure à suivre (Annexe 1); adopter une résolution du conseil de bande pour faire démarrer le processus d'ajout à la réserve; déterminer le prix demandé pour les terres – tout ceci n'ayant que très peu à voir avec le plan de communication. À cette étape, il conviendrait également de communiquer avec d'autres Premières nations qui ont de l'expérience dans le domaine des ajouts aux réserves pour obtenir des renseignements ou des conseils. Vous en trouverez une liste à l'Annexe 2. Il est important que non seulement les négociateurs de l'ajout à la réserve parlent avec d'autres Premières nations, mais que votre équipe de communication puisse tirer des leçons des problèmes survenus au sein des autres collectivités et ainsi recevoir peut-être des conseils sur la façon d'éviter les échecs.

L'embauchage d'un avocat représente une autre activité d'importance. Dans bien des cas, cette personne influence les communications sur l'ajout à la réserve, car elle joue le rôle de porte-parole ou représente la collectivité dans des réunions d'affaires tout au long du processus. Si la collectivité n'a pas déjà un avocat désigné, il faut alors trouver une personne qui connaît bien les affaires communautaires, le gouvernement et l'immobilier. Prenez le temps d'entreprendre certaines recherches. Les avocats sont des êtres humains susceptibles, eux aussi, de surestimer leur expertise dans certains domaines. Cette personne vous accompagnera sûrement durant le long processus et pourrait influencer la réussite de l'ajout à votre réserve. Assurez-vous que la décision prise à cet égard convient à votre collectivité et qu'elle se fonde sur la confiance et la réputation.

Monter une équipe de communication

Maintenant, l'élaboration de votre plan de communication, qui vous guidera durant et après l'exercice de l'ajout à la réserve, démarre à toute vitesse. À mesure que les transactions d'affaires et la planification s'intensifient, la mise en œuvre de votre plan de communication devrait suivre le rythme. Au départ, il est bon de mettre en place une petite équipe qui a une certaine expérience dans le domaine des communications, qui possède une solide réputation au sein de la collectivité et qui fait preuve d'entregent. Cette équipe



Les membres de votre équipe de communication : le chercheur, le rédacteur, le coordonnateur et le porte-parole.

effectuera diverses activités, notamment la planification, la rédaction, la recherche et la coordination. Elle élaborera tous les éléments du plan de communication, depuis la rédaction de discours jusqu'à l'organisation du calendrier des allocutions prononcées par le porte-parole chargé du dossier de l'ajout à la réserve.

Dès que les rôles sont bien définis, chaque membre de l'équipe de communication doit s'engager à exercer ses fonctions jusqu'à la réalisation du projet. Une telle situation est comparable au fonctionnement d'une équipe de football, dans laquelle on trouve les entraîneurs, les bloqueurs et les porteurs du ballon. De temps à autre, il arrive que les rôles se confondent, et il peut se révéler nécessaire de les redéfinir. Souvenez-vous qu'il n'y a qu'un seul ballon à porter (le message) et une seule ligne de but à atteindre (votre objectif de communication).

(a) Le chercheur

Aux yeux de plusieurs, la recherche est une activité ennuyante et fastidieuse, mais elle revêt néanmoins une grande importance. Elle peut se révéler intéressante et

satisfaisante si la personne convenable est choisie. Le chercheur doit manifester un intérêt véritable pour sa collectivité, son fonctionnement, ses membres, sa région et son histoire. Il peut être difficile de mettre la main sur les éléments historiques d'une collectivité. Dans certaines collectivités, après quelque temps, comme à l'époque des pensionnats, le passé semble s'être évanoui. La recherche, dans un tel cas, exige de commencer par la base. Il serait logique de communiquer d'abord avec les sages pour leur demander de relater leurs souvenirs. Le chercheur devrait alors prendre des notes sur les événements, les dates et les personnes en cause. Même s'il peut être tentant d'en faire un livre (souvenez-vous-en!), le chercheur devrait

Vous pourriez également vérifier l'information recueillie auprès d'AINC ainsi que des archives fédérales et provinciales. Les Archives nationales à Ottawa peuvent vous surprendre par la quantité d'information offerte sur votre région. En outre, leur personnel est très coopératif. N'oubliez pas de consulter aussi d'autres personnes-ressources, notamment des prêtres à la retraite, des religieuses, des médecins, des infirmières, des policiers, des députés fédéraux et provinciaux, bref toutes les personnes qui, au fil du temps, sont intervenues d'une façon ou d'une autre dans les affaires de votre collectivité. Les résultats de votre recherche se révèlent précieux lorsqu'il s'agit d'écrire des documents d'information pour les médias

L'histoire de votre collectivité devrait être mise en évidence dans les feuillets d'information destinés aux médias et dans les présentations sur le processus d'ajouts aux réserves.

s'efforcer de recueillir les faits historiques qui sont, d'une façon ou d'une autre, pertinents à la demande d'ajout à la réserve. Les annexes de la publication pourraient vous être utiles à ce chapitre. Employez-les uniquement aux fins de référence et faites en sorte que tout renseignement écrit reflète le point de vue de votre collectivité.

ou des feuillets d'information pour le grand public. Ils peuvent également servir de matériel de référence pour le rédacteur chargé d'écrire les notes d'allocation de votre porte-parole.

Le chercheur a un double rôle. Il répond non seulement aux besoins en matière de communication, mais aux besoins liés à d'autres aspects du processus d'ajouts aux réserves. Par exemple, la collectivité peut

avoir besoin de renseignements qui appuieront sa démarche lorsqu'elle demandera à AINC d'amorcer le processus d'ajout à la réserve.

(b) Le rédacteur

Chaque collectivité compte une personne qui adore écrire. Il n'est pas difficile de trouver une telle personne et vous pourriez bien avoir à choisir parmi plusieurs. Même si une telle fonction paraît prestigieuse, en particulier si la personne écrit pour le plaisir, c'est une tout autre chose lorsque le

Une allocution ne devrait pas durer plus de 15 minutes, et les gens vous sauront gré de la maintenir à 10 ou 12 minutes. Ce n'est pas la longueur, mais bien la qualité du message qui compte. Une allocution se rédige selon une forme bien particulière. Si vous êtes chanceux, votre rédacteur a ce talent naturel et il saura incorporer l'information historique et contemporaine au message actuel, y ajouter une pointe d'humour et aboutir avec un produit intéressant et concis.

Une allocution efficace est brève (de 10 à 12 minutes), factuelle et claire. Elle ne devrait pas être bondée de messages. Insistez sur votre thème central : votre processus d'ajout à la réserve.

Pour ceux et celles qui sont moins doués, la forme à suivre comporte trois parties : l'annonce du sujet, ce que vous avez à en dire et, enfin, la récapitulation. Rappelez-vous que l'auditeur moyen ne retiendra que

message est immuable et que tous les textes doivent s'y relier étroitement. Votre rédacteur doit écrire « en temps et lieu ». Par exemple, un article écrit dans la page en regard de l'éditorial peut compter 1 000 mots ou seulement 100, selon l'espace offert. Vous trouverez sans doute dommage de voir vos objectifs adaptés à plusieurs moules; cependant, pour reprendre une vieille expression, « les affaires sont les affaires. » En réalité, vous créez la scène où les représentants de votre collectivité présenteront leur message.

trois points de l'allocution. Votre message doit être l'un d'entre eux. Il ne s'agit pas de produire un discours digne d'un concours de rédaction! Il faut suivre l'approche du qui?, quoi?, quand?, comment? et pourquoi? ainsi que rédiger et prononcer l'allocution de manière que les éléments de base de votre projet (l'ajout à la réserve) puissent être compris aisément.

(c) Le coordonnateur des communications

Le coordonnateur (ou le dirigeant) de votre groupe doit être un véritable meneur. Il ne

La simplicité, le bon sens et la sincérité sont les principaux ingrédients requis pour que votre message soit convaincant et efficace. Les discours ne doivent pas nécessairement compter beaucoup de mots, mais ils doivent certainement avoir beaucoup de sens.

faut pas confondre cette personne avec le porte-parole, qui est un autre type de dirigeant. Le coordonnateur doit être un organisateur. Cette personne se reconnaît facilement au sein de la collectivité. Vous ne pouvez entamer une conversation amicale avec elle sans devenir bénévole pour un organisme auquel vous n'aviez pas l'intention de rendre des services ou dont vous ne connaissiez même pas l'existence. Voilà la personne qu'il vous faut recruter comme coordonnateur. Elle est non seulement dévouée, mais est capable d'inspirer, d'enthousiasmer et d'organiser les autres.

Le coordonnateur exerce un rôle prépondérant dans l'équipe de communication. Sans recourir à une personne capable d'assumer cette fonction, votre plan de communication au complet peut être voué à l'échec. Le coordonnateur en supervise toutes les facettes, en se demandant : « La recherche est-elle faite? Le discours est-il bon? Les envois postaux ont-ils été acheminés? » La synchronisation importe avant tout, et le coordonnateur doit diriger l'équipe comme s'il s'agissait d'un orchestre. Toute note discordante sera entendue.

Le coordonnateur doit faire ce qui suit :

Travailler avec chaque membre de l'équipe.

Il ne s'agit pas de faire de la microgestion – une telle approche ferait très vite de votre coordonnateur un être bien solitaire –, mais plutôt de suivre les progrès en détail à mesure que se déroule la réalisation du plan et de veiller à ce que tout soit prêt. Tout ce qui n'est pas prêt exigera un effort général afin de combler le retard. Après tout, n'est-ce pas un travail d'équipe?

Prendre les décisions.

Une telle fonction ne signifie pas de devenir le porte-parole, même si le coordonnateur et le porte-parole travailleront sans doute ensemble à divers égards. Une seule personne doit prendre toutes les décisions importantes. « Cette décision est-elle bonne ou celle-ci est-elle meilleure? L'allocution transmet-elle le message ou faut-il la réviser? Le communiqué de presse est-il bref et direct? Arrivera-t-il à capter l'attention? Le porte-parole a-t-il en main les points de discussion dont il a besoin?

La salle a-t-elle été bien préparée pour la conférence de presse? » Cette fonction devra être exercée jusqu'à ce que les derniers flashes de caméra s'éteignent à la dernière conférence de presse.

Connaître les réponses à toutes les questions.

Il n'est pas étonnant que, dans certaines situations médiatiques, on désigne le coordonnateur comme le chef de train, comme celui qui veille à ce que tout se déroule comme prévu et que les personnes les plus étroitement concernées sont informées des activités au jour le jour.

Même si le rôle de coordonnateur exige du temps et provoque souvent des poussées d'adrénaline, on peut s'en acquitter

efficacement en faisant preuve de souplesse et en prévoyant des plans d'urgence pour toutes les situations. Ce rôle peut être aussi

très agréable et apporter une certaine gratification, soit la satisfaction du travail bien fait. Si vous devenez coordonnateur, ne passez pas sous silence les efforts de l'équipe de communication. Vous n'iriez nulle part sans la participation des autres membres de l'équipe.

Le coordonnateur des communications voit à tout.

Les principales tâches du coordonnateur des communications

1. S'assurer que chaque personne de l'équipe est mise au fait des objectifs du projet.
2. Aider chaque membre de l'équipe lorsqu'il est possible de le faire et encourager les bonnes idées ainsi que le travail diligent.
3. Recruter personnellement une personne qui sait communiquer avec le public par téléphone. Le coordonnateur peut se charger de cette tâche, mais il est bon d'avoir une relève, surtout qu'il devient répétitif de transmettre le même message à une longue liste de personnes. Même la personne la plus enthousiaste aura besoin d'un répit pour éviter que l'exercice devienne monotone et ennuyant.
4. Préparer tous les détails nécessaires au bon déroulement d'une conférence de presse. Ne rien laisser au hasard. Vérifier chaque détail.
5. Apporter soutien et aide au porte-parole. Par exemple, le coordonnateur devrait être familier avec la présentation ou le discours; il devrait de surcroît aider le porte-parole à le répéter. Le coordonnateur et le porte-parole devraient se connaître et avoir tous les deux

La première impression que laisse votre porte-parole aura l'une des plus grandes influences sur la portée du message.

une bonne idée du matériel. De cette façon, si le coordonnateur ne peut se présenter à un événement, il sera mis au courant de ce qui s'est dit et de la réponse qui a été donnée aux questions posées.

De plus, le coordonnateur devrait accompagner le porte-parole chaque fois qu'il fait une présentation publique au nom de la collectivité. Ce geste ne devrait pas être perçu comme un acte de supervision ou de surveillance étroite, mais plutôt comme un geste d'encouragement, comme une façon d'apporter des conseils et des services d'encadrement. Chaque porte-parole a besoin de quelqu'un sur qui s'appuyer parfois ou qui le mettra au courant des faits nouveaux. Demandez à n'importe quelle personne publique comment elle se sent lorsqu'elle se présente seule devant la population, sans obtenir au préalable un mot d'appui. Une telle situation peut se révéler désastreuse.

Pour plus de détails sur les responsabilités d'un coordonnateur, veuillez consulter la section sur les outils de communication (communiqués de presse, documents d'information, etc.).

(d) Le porte-parole

Le porte-parole devrait avoir les talents de base d'un orateur.

Il peut s'agir du chef de la collectivité, peut-être d'un administrateur de la collectivité ou encore de l'un des sages. Il vous faut choisir la personne dont l'image publique est la plus favorable, c'est-à-dire une personne dévouée, renseignée, ayant de la classe et capable de transmettre un message avec pertinence.

N'oubliez pas qu'aussi futile que cela puisse paraître, les premières impressions influencent souvent le résultat. Le porte-parole devrait comprendre que, lorsqu'il parle au nom de la collectivité, les intérêts de cette dernière passent en premier. Pour vérifier si c'est le cas, demandez-vous : « Est-ce bien la façon dont les membres de la collectivité voudraient transmettre le message? » Tenez-vous-en au scénario. Le rédacteur de l'équipe a travaillé fort pour préparer l'allocution et, si des problèmes surgissent, il faudrait les régler avant qu'il procède à sa présentation. Au besoin, il faut demander au coordonnateur de réunir l'équipe de communication pour régler toutes les préoccupations. Cela veut souvent dire qu'il faut modifier le discours, comme c'est le cas lorsqu'un fait nouveau survient juste avant la présentation.

L'équipe de communication devrait faire une répétition avant la première allocution et anticiper les questions susceptibles d'être posées. Parfois, un porte-parole aborde trop facilement un angle particulier lorsqu'un

interlocuteur pose une question délicate ou hors sujet. Il ne doit pas tomber dans le piège qui consiste à laisser l'interlocuteur orienter le débat.

Si quelqu'un pose une question à laquelle le porte-parole n'a pas de réponse immédiate ou s'il croit que la seule réponse possible serait inexacte, il lui faut alors le dire, en promettant d'entreprendre de la recherche sur le sujet et d'en communiquer les résultats aussitôt que possible. Par exemple, il peut répondre : « Je ne connais pas la

réponse, mais je vais me renseigner et vous transmettre l'information sans délai. »

Ne surchargez pas la présentation du porte-parole de détails et de données techniques. Prévoyez plutôt la présence de personnes-ressources appropriées issues de la collectivité, à qui le public pourra demander de l'information technique durant la période de questions. Il faut que des personnes-ressources ou des spécialistes participent à tous les grands événements pour prendre la relève lorsque des questions de cette nature seront soulevées.

L'étape préalable au processus d'ajouts aux réserves : un résumé

- 1. Une réunion du conseil de bande où l'on discute du processus d'ajout à la réserve selon le point de vue du conseil.*
- 2. Une séance d'information au cours de laquelle on sollicite l'opinion des représentants de la collectivité qui sont chargés de l'infrastructure communautaire.*
- 3. Une assemblée communautaire pour diffuser l'information et obtenir un premier appui.*
- 4. Une résolution du conseil de bande concernant le processus d'ajout à la réserve.*
- 5. Des consultations avec AINC concernant les étapes et les modalités appropriées à suivre.*
- 6. La mise sur pied de l'équipe de communication.*
- 7. L'élaboration ou la révision du plan de communication.*
- 8. Le recours aux services d'un avocat, si vous ne l'avez pas encore fait.*
- 9. Des consultations auprès d'autres Premières nations concernant leur expérience directe avec le processus d'ajouts aux réserves, qu'elle ait été positive ou négative (Annexe 2).*

Le processus d'ajouts aux réserves

À mesure que le projet se concrétise, l'étape de l'ajout à la réserve représentera la plus complexe et la plus importante partie de votre plan de communication. Elle prévoit les démarches suivantes :

1. Des demandes de renseignements auprès d'AINC et des propriétaires du terrain concernant l'éventuelle acquisition de la propriété;
2. Des réunions privées bilatérales avec des intervenants non autochtones qui sont influents dans la municipalité, comme le maire, les préfets ou les conseillers, les députés fédéral et provincial de même que des résidents importants, par exemple, les membres du clergé, les directeurs d'école, les présidents de clubs philanthropiques, les propriétaires d'entreprises et les aspirants politiciens;
3. L'autorisation d'AINC et des propriétaires du terrain de négocier l'acquisition d'une ou de plusieurs propriétés;
4. Les relations avec les médias : une annonce officielle aux médias par l'entremise d'un communiqué de presse, d'une conférence de presse et d'entrevues, le cas échéant; des mises à jour sur les négociations effectuées à des moments stratégiques;
5. Des relations publiques générales, notamment des assemblées publiques ou d'autres tribunes, comme les clubs philanthropiques ou les groupes d'intérêts spéciaux;
6. L'annonce de la conclusion fructueuse de l'ajout à la réserve (le jour de la signature) à la collectivité, aux politiciens et aux médias.

Les pages qui suivent présentent une initiation aux relations avec les médias et portent sur les communiqués de presse, les conférences de presse, les documents et les feuillets d'information, les avis aux médias, les comités de rédaction, les entrevues et les autres outils de communication. La section se termine par l'examen des approches relatives aux relations avec le grand public.

Une initiation aux relations avec les médias

1. Les médias

Les communications, au sens général du terme, devraient se résumer simplement par la signification que revêt ce mot, c'est-à-dire transmettre le message aux personnes concernées. Communiquer. Il existe plusieurs façons de communiquer avec le grand public, mais la plus courante, celle que la plupart des gens considèrent comme étant la seule façon de faire, est le recours aux médias. Autrement dit, il vous faut faire appel aux médias pour diffuser votre message. Ce n'est pas l'unique moyen de communication, car il en existe tout un

éventail. Toutefois, étant donné qu'il est le plus populaire et qu'il est, dans plusieurs cas, une priorité, nous amorcerons le présent chapitre en parlant des médias.

Présumons que votre groupe connaît à fond les objectifs de l'ajout à la réserve et que vous avez déjà communiqué avec les principales parties concernées. Vous devrez alors savoir comment faire affaire avec les médias. Que sont les médias? De toute évidence, vous connaissez les divers médias à envisager : les grands quotidiens, la radio et la télévision, considérés généralement comme les *trois grands*.

(a) La presse écrite

Il y a de nombreuses autres publications en circulation à part les quotidiens. Au nombre de celles-ci figurent :

- les hebdomadaires ou les bi-hebdomadaires, publiés le plus souvent dans les régions urbaines;
- les journaux bimensuels, qui paraissent dans les régions rurales ou plus éloignées;
- les périodiques, des revues mensuelles à l'intention des milieux agricoles, forestiers ou miniers. Ils sont connus sous le nom de revues spécialisées, mais dans certains cas, ils couvrent l'actualité, les personnalités, l'industrie et la politique de la région, comme c'est le cas de l'*Alberta Report*;
- les publications autochtones locales et nationales de votre région.

On compte de nombreux autres types de médias. Même le bulletin de votre école secondaire locale figure parmi les médias. Rappelez-vous que les jeunes discutent avec leurs parents et avec d'autres personnes de questions qui les intéressent et que plusieurs de ces sujets sont couverts dans le journal de l'école.

(b) La radio

La radio constitue un autre puissant média. Dans les régions urbaines du Canada et leur banlieue, la première chose que les gens font en arrivant à la maison, c'est allumer la radio. En outre, presque chaque automobile est munie d'une radio. La plupart des auditeurs désirent savoir ce qui se passe dans le monde. On diffuse sans cesse des émissions-débats. Particulièrement dans les grandes villes, rares sont les stations radiophoniques dont la programmation ne comprend pas au moins une émission-débat le matin, l'après-midi et à l'heure du souper. Dans les régions éloignées, les stations se font plus rares. La radio revêt une extrême importance pour certains. Parfois, les membres d'une collectivité comptent sur le service de messages quotidiens de la station pour avoir des nouvelles de leurs parents, de leurs amis ou d'autres personnes, car le seul téléphone accessible se trouve à plusieurs kilomètres de parcours sur un chemin

Ne jamais sous-estimer l'étendue de l'auditoire radiophonique.

forestier. Bref, il existe un auditoire captivé par un tel média. N'oubliez donc pas d'inclure la station radiophonique communautaire si vous avez la chance d'en compter une au sein de votre collectivité.

(c) La télévision

La télévision est considérée comme le summum des communications médiatiques. De fait, les statistiques le prouvent; la majorité des Canadiens et Canadiennes regardent automatiquement les nouvelles en début ou en fin de soirée pour se tenir au fait des actualités nationales. Sauf quelques rares exceptions, tous les Canadiens et Canadiennes reçoivent les ondes télé, même s'il leur faut, pour cela, installer leur propre antenne satellite là où les services de câblodistribution ne sont pas offerts.

(d) Les comités de rédaction (optionnels – selon leur accessibilité)

Il est habituellement difficile de parler au comité de rédaction d'un grand quotidien, à moins que vous ne sachiez convaincre le rédacteur chargé des entrevues que le comité tirera profit de votre visite et des renseignements que vous lui communiquerez. Le comité de rédaction regroupe généralement le rédacteur en chef, le directeur des actualités, le rédacteur administratif et, parfois, l'éditeur. L'assistance aux réunions varie selon la disponibilité du personnel, mais ordinairement, le journaliste le plus souvent délégué aux affaires autochtones sera présent.


En règle générale, il est préférable de rencontrer le comité de rédaction immédiatement après votre conférence de presse. Si vous donniez l'entrevue avant la conférence de presse, il se pourrait, et il est fort probable qu'il en soit ainsi, que ce journal en particulier décide de faire de la nouvelle une primeur avant les autres médias de votre région, ce qui aurait pour conséquence de diluer l'impact de votre conférence de presse. Essayez de vous réserver du temps immédiatement après la conférence ou dans les 24 heures suivant votre grand événement. Le plus tôt après l'annonce officielle dans les médias sera le mieux.

Si vous avez été en mesure d'organiser une rencontre avec un comité de rédaction, c'est très bien. Il n'existe pas de recette miracle pour y réussir. Il suffit de téléphoner au bureau du rédacteur en chef, de vous présenter, de dire quelle Première nation vous représentez et de préciser le dossier en cause, soit les ajouts aux réserves.

La rencontre

Durant la rencontre, vous pourriez être fortement intimidé par les membres du comité. Après le propriétaire, qui s'intéresse habituellement à des questions de plus grande importance, les membres du comité sont les personnes qui décident quelle sera la politique rédactionnelle du journal sur

Le moment choisi pour tenir la rencontre avec le comité de rédaction importe beaucoup.



diverses questions. Les rencontres peuvent se dérouler dans un cadre détendu ou, au contraire, en salle de conférences, vous d'un côté de la table et le comité de l'autre. Sachez toutefois qu'une réunion organisée dans un cadre détendu est tout aussi importante qu'une réunion plus structurée.

Les entrevues avec les comités de rédaction peuvent ressembler tant à une pause-café amicale qu'à une inquisition.

Préparez-vous à répondre à des questions très directes. Pour cette raison, vous souhaitez peut-être que votre porte-parole soit accompagné de toute l'équipe de communication et du personnel technique. Les membres d'un comité de rédaction sont capables de former une coalition pour poser des questions délicates, et vous aurez besoin de toute l'aide mise à votre disposition. Il est impossible de savoir l'accueil qu'on vous réservera avant d'être sur place.

L'ordre du jour devrait inclure la présentation de chacun de vos invités, d'où vous venez, qui vous représentez et le dossier que vous souhaitez aborder. Le comité de rédaction vous demandera peut-être votre avis sur les répercussions de diverses questions autochtones, mais à part quelques généralités sur des questions précises, tenez-vous-en à votre scénario.

Si le comité vous semble hostile ou si l'un de ses membres semble constamment négatif lorsqu'il pose ses questions, faites preuve de patience. Deux personnes négatives ne donneront pas de résultats positifs. En définitive, le fait de garder votre sang-froid durant une entrevue difficile ne peut que donner une bonne impression de votre collectivité.

Une fois la rencontre terminée, il ne faut pas vous attendre à lire un éditorial en faveur de votre projet dans la prochaine édition, bien qu'une telle chose se soit déjà produite. Prenez-le sous cet angle : la nouvelle ne proclame peut-être pas l'ajout à votre réserve comme un triomphe pour votre collectivité, mais au moins, l'article présente probablement les faits tels que vous les avez exposés, ce qui n'aurait peut-être pas été le cas si vous n'aviez pas rencontré le comité. Les résultats devraient être favorables à long terme.

2. Les parties concernées

Avant même de procéder aux relations avec les médias, il vous faut informer les parties concernées, les intervenants susceptibles de participer à votre processus d'ajout à la réserve ou de l'influencer. Dans la plupart des cas, les médias chercheront à obtenir la réaction de ces personnes; s'ils omettaient de le faire, leur travail ne serait pas totalement accompli.

Vous pourriez penser que vos transactions avec AINC concernant la concrétisation de l'ajout à votre réserve suffisent pour

Faites-vous une priorité d'informer les politiciens locaux de l'ajout à la réserve.

informer les parties concernées, mais ce n'est pas le cas. Il importe grandement de parler personnellement à vos politiciens locaux, même s'ils sont membres de l'opposition. Les politiciens veulent toujours être tenus au fait des activités d'importance susceptibles d'avoir des répercussions sur leur circonscription. Aucun politicien sérieux ne s'est jamais opposé à un projet qui serait à l'avantage de son électorat et, de fait, les politiciens locaux pourraient bien en venir à défendre le vôtre. Au nombre de ces politiciens figurent les députés fédéraux et provinciaux ainsi que les conseillers municipaux. Le président de la Chambre de commerce locale pourrait s'ajouter à la liste selon la région où vous habitez. Vous saurez reconnaître dans votre collectivité les personnes d'influence avec qui vous devrez communiquer. Il vaut mieux laisser le soin de la correspondance ministérielle officielle à la Direction générale des communications d'AINC, qui compte du personnel très expérimenté en matière de protocole et de modalités entourant les ajouts aux réserves.

3. Le premier contact avec les médias

Lorsque vous serez presque certain que la prochaine étape sera la mise en œuvre de l'entente, vous souhaiterez en informer les médias. C'est plus facile à dire qu'à faire.

Un simple communiqué de presse n'entraînera pas nécessairement une couverture médiatique.

Pour obtenir une couverture médiatique de votre projet, certaines activités devraient être entreprises. Vous connaissez probablement certains des journalistes locaux; dans le cas contraire, il est peut-être temps de les rencontrer. Dans les collectivités rurales ou éloignées, vous devrez peut-être chercher à savoir qui sont les rédacteurs chargés de l'actualité.

Il y aurait lieu d'inviter ces personnes à rencontrer votre collectivité pour leur permettre de se familiariser avec sa taille, son histoire, sa population et certains faits marquant son évolution. Si le rédacteur travaille pour une organisation médiatique dans une grande région, il ne sera pas toujours possible d'organiser une rencontre, mais vous devriez essayer de repérer le journaliste qui traite de ces questions. Si vous êtes un lecteur régulier du journal, vous aurez certainement remarqué la signature de ceux qui écrivent la plupart des articles sur les questions autochtones. Vous vous rendrez compte à quel point vous êtes branché dans l'ensemble de votre collectivité, ce qui peut entraîner un effet de « ricochet ».

Il est très important d'établir des liens avec au moins une personne dans chacun des médias locaux, en commençant par celui qui a la plus large diffusion. Une fois que vous aurez rencontré personnellement un

journaliste, il sera beaucoup plus facile de négocier avec lui par la suite. Par exemple, si vous demandez à parler personnellement à ce journaliste, il est probable qu'il vous répondra directement. La plupart des réceptionnistes ont l'habitude de trier les appels; à moins que votre nom leur soit un peu familier, il est fort probable qu'ils vous répondent : « Il n'y a personne au bureau pour l'instant. Puis-je prendre votre nom et votre numéro de téléphone? Quelqu'un vous rappellera. » Pis encore, on pourrait vous demander la raison de votre appel et vous mettre en communication avec un journaliste qui ne connaît pas votre dossier.

4. Les communications dans votre région

Dans la présente section, on donne des renseignements et suggère des approches visant à effectuer les activités de communication dans les régions urbaines, rurales et éloignées.

Lorsque l'ajout à la réserve est déjà bien entamé et que vous en avez avisé les membres de la collectivité, les politiciens et les autres personnes figurant sur votre liste, vous êtes prêt à annoncer vos intentions, vos projets et vos objectifs.

Votre liste des médias deviendra un outil essentiel dans votre stratégie de communication.

Il vous faudra réunir les éléments suivants :

- (a) **Un communiqué de presse :** une explication des communiqués de presse est donnée à la section portant sur les outils de communication de la présente publication;
- (b) **Un document d'information :** un court document d'information accompagne le communiqué de presse. Que vous l'ayez préparé vous-même ou qu'une autre personne s'en soit chargée, jetez-y un dernier coup d'œil pour vous assurer de sa concision. Veuillez consulter la rubrique sur les documents d'information dans la section portant sur les outils de communication de la présente publication;
- (c) **La liste des médias :** une fois satisfait du contenu du communiqué de presse et du document d'information, vous devez ensuite dresser la liste des médias. Pour ce faire, vous aurez besoin d'un certain temps. Consulter les Pages Jaunes ne vous sera pas très utile. Vous devriez compiler une liste qui comporte le nom de la personne, l'organisation qu'elle représente, son domaine de spécialisation dans l'organisation, son numéro de téléphone, sa ligne directe, si possible, son numéro de télécopieur et son adresse électronique. Pour réaliser cette tâche, il faudra faire quelques appels téléphoniques et user de beaucoup de diplomatie.

Dans les régions urbaines, la liste peut se révéler assez longue, selon l'ampleur de la population. Comme vous enverrez sans doute un grand nombre de communiqués de presse par télécopieur, vous pouvez gagner du temps en sauvegardant les numéros dans la mémoire de votre appareil, s'il est muni de cette fonction.

Même si vous êtes la personne mandatée pour parler au nom de la collectivité, il est recommandé d'être accompagné d'une autre personne qui peut vous aider à répondre, au cas où vous ne trouveriez pas spontanément la réponse.

Voici une méthode éprouvée de transmission des messages. D'abord, téléphonez à vos principales personnes-ressources dans les médias et donnez-leur un bref aperçu de ce que vous allez leur envoyer. Ensuite, faites-leur parvenir le communiqué de presse et le document d'information par télécopieur ou par courriel. Une fois que c'est fait, attendez un peu, 15 minutes environ, et rappelez ces personnes pour savoir si elles ont bien reçu le matériel. Soyez prêt à répondre aux questions. Pour faire ces appels, vous souhaitez négocier exclusivement avec des personnes bien renseignées et qui ont une certaine autorité pour parler au nom de la collectivité.

Si vous annoncez la tenue d'une conférence de presse dans le communiqué, prenez garde de ne pas donner trop de renseignements, car certains représentants des médias pourraient croire qu'ils ont assez d'information et éviteront de se présenter à la conférence. Ils essaieront de soutirer de vous cette information. Vous pouvez éviter le piège en leur disant que vous n'êtes pas le porte-parole officiel, que vous n'êtes pas

autorisé à donner plus de détails avant la conférence de presse et, qu'en s'y rendant, ils apprendront tout ce qu'il leur faut savoir. Pour plus de renseignements sur les conférences de presse, veuillez consulter la section portant sur les

outils de communication de la présente publication.

En l'absence d'une conférence de presse, soyez prêt à répondre aux questions une fois que le communiqué est envoyé par télécopieur ou par courriel et que vous appelez pour confirmer la réception de l'envoi. Prévoyez la présence d'une autre personne qui connaît le projet et qui peut

Suscitez l'intérêt pour votre projet lorsque vous faites l'appel initial – soyez prêt à « vendre » votre produit.

parler au nom de la collectivité. Si le journaliste a parcouru le communiqué et est intéressé à obtenir plus de renseignements, en règle générale, cela signifie que l'événement recevra une couverture médiatique. Utilisez le téléphone à haut-parleur, si vous en avez un, pour être libre de consulter aisément vos documents au besoin et assurez-vous d'intégrer votre assistant à la conversation. Informez toujours le journaliste de la présence d'autres personnes dans votre bureau et, avant tout, limitez-en le nombre. Le journaliste trouvera les conversations à l'arrière-plan à la fois agaçantes et intimidantes.

Préparez-vous à l'entrevue : rassemblez dans une salle quelques personnes qui vous poseront les questions susceptibles d'être soulevées.

Dans la conversation, répondez de façon concise et directe. Personne n'a le temps d'attendre une demi-heure pendant que vous relatez l'histoire complète de la réserve; d'ailleurs, cette information devrait déjà se trouver dans le document d'information.

Pour conclure l'appel, demandez au journaliste s'il a besoin de plus de renseignements ou d'autres documents;

invitez-le à vous rappeler si d'autres questions lui viennent à l'esprit.

En ce qui a trait à la radio ou à la télévision, vous pourriez être convoqué à une entrevue en studio ou être invité par un journaliste assigné à votre projet. Assurez-vous de vous exercer à répondre adéquatement aux questions, car vous n'aurez aucune possibilité d'effacer l'enregistrement ni de changer d'idée.

Abordez chaque entrevue comme si c'était la première.

Ne manifestez d'impatience à aucun moment durant l'entrevue. Rappelez-vous qu'en général, le journaliste connaît peu ou aucunement votre sujet et qu'il essaie d'être aussi direct que possible. Il existe à la fois de bons journalistes et des « porteurs de mauvaises nouvelles »

dans le milieu médiatique, quel que soit le sujet, mais ne prêtez pas d'intention aux journalistes. Ils essaient habituellement de faire leur travail en étant le plus honnête possible et en disposant généralement de très peu d'information.

Dans les régions rurales ou moins peuplées, votre approche sera un peu différente. S'il n'y a qu'un nombre restreint de médias, vous pourriez prendre rendez-

vous avec le rédacteur chargé de l'actualité. Expliquez-lui que vous avez en main un communiqué de presse sur les ajouts aux réserves, que vous aimeriez lui remettre en personne et, si possible, en discuter avec lui. Une telle initiative pourrait aboutir à une entrevue sur-le-champ. Soyez donc prêt. Vous pourriez vous retrouver à la télévision, à la radio ou dans le journal, si un photographe est invité à l'entrevue. Portez les vêtements que vous choisiriez ordinairement pour représenter votre collectivité. Le complet n'est pas nécessaire, à moins que ce soit ce que vous portez habituellement. On ne se trompe pas avec une tenue propre, décontractée et sans rayures.

Si vous habitez une région éloignée, il vous faudra peut-être vous rendre dans la collectivité où sont situés les médias plus importants. Si vous devez y passer la nuit, assurez-vous de téléphoner auparavant au rédacteur chargé de l'actualité pour prendre rendez-vous avec lui. Dites-lui que vous êtes disposé à vous rendre sur place pour lui

parler. N'essayez pas d'expliquer le projet au téléphone. Normalement, si vous lui offrez de vous déplacer

pour le rencontrer,

il vous accordera du temps. Essayez de prendre tous vos rendez-vous le même jour. Non seulement vous réduirez vos frais de déplacement, mais votre travail s'en

trouvera facilité. Vous vous rendrez peut-être compte, après la troisième entrevue, que les questions se ressemblent et qu'il devient plus facile d'y répondre. Faites cependant attention; il est très facile de devenir quelque peu nonchalant une fois que l'on se sent à l'aise avec le processus. Ce faisant, vous pourriez omettre certains points importants, parce que vous les avez répétés déjà à plusieurs reprises.

5. Les outils de communication

(a) Le communiqué de presse

Compte tenu des progrès réalisés, on se demande souvent si l'expression *communiqué de presse* convient toujours pour désigner ce qui devrait plutôt s'appeler communiqué aux médias. On continuera encore un certain temps de se servir de l'expression *communiqué de presse*, mais ce document est souvent appelé tout simplement *communiqué*, en particulier par les médias électroniques.

Quoiqu'il en soit, il s'agit d'un avis à tous les médias annonçant un fait qui a toutes les chances de faire partie de l'actualité. Dans votre cas, il s'agirait de l'annonce de votre intention d'acheter des terres pour élargir la superficie de votre réserve ou pour en créer une nouvelle. Ou encore, ce pourrait être l'annonce du fait accompli.

Le communiqué de presse devrait répondre aux questions de base en commençant par qui?, quoi?, quand?, comment? et pourquoi? Un texte à double interligne comptant trois paragraphes d'une longueur

Pour être efficace, un communiqué de presse doit être concis et direct.

de trois à cinq lignes chacun est l'idéal. Le texte arborera un titre, ou un en-tête, en caractères gras en haut de la page.

Le communiqué peut être imprimé sur le papier à en-tête de la collectivité et inclure, au bas de la page, le nom des personnes-ressources, leur numéro de téléphone, leur

numéro de télécopieur et leur adresse électronique.

L'encadré suivant donne un exemple de communiqué annonçant la dernière étape de l'acquisition de terres.

Un exemple de communiqué de presse – L'annonce de l'acquisition de terres

| | | |
|---|----------------|----------------|
| <i>Logo</i> | <i>En-tête</i> | <i>Adresse</i> |
| Pour diffusion immédiate | | <i>Date</i> |
| La Première nation de _____ annonce l'acquisition de terres | | |
| La Première nation de _____ tiendra une conférence de presse le _____ à _____ pour annoncer l'acquisition de terres, qui seront ajoutées à l'actuelle réserve située à _____. | | |
| La Première nation de _____ poursuit ses négociations depuis _____, et toutes les parties en cause ont conclu une entente de principe stipulant que la superficie des propriétés foncières de la collectivité sera accrue de _____. | | |
| Le chef _____ sera présent pour prononcer une brève allocution et pour répondre à vos questions. Les terres nouvellement acquises devraient servir à _____. | | |
| – 30 – | | |
| Pour plus de renseignements, veuillez communiquer avec : <i>nom, numéro de téléphone, numéro de télécopieur, adresse électronique</i> | | |

(b) L'avis aux médias

L'avis aux médias ne sert pas à annoncer un fait d'actualité important; il apporte plutôt une mise à jour sur un événement ou des renseignements supplémentaires sur les terrains nouvellement acquis. Il se présente à peu près sous la même forme qu'un communiqué, à l'exception du titre, qui pourrait se lire comme suit : « Avis aux médias — Première nation de _____ ». Il se termine avec le nom des personnes-ressources et leurs coordonnées.

Le document d'information procure les renseignements qui établissent l'historique et le contexte de l'ajout à la réserve.

(c) Le document d'information

Un document d'information retrace brièvement l'histoire de votre collectivité. On y trouve des faits de base concernant l'origine de votre collectivité (avant la *Loi sur les Indiens*); la date de création de votre réserve; l'origine du nom de la collectivité; l'ampleur de sa population et de l'assise territoriale actuelle, son économie et tout autre fait que vous jugez pertinent ou utile pour l'article du journaliste.

Il y a lieu de s'en tenir aux faits dans le document d'information. Les opinions personnelles ou privées n'y ont pas leur place. Il s'agit simplement d'information générale devant servir à quiconque est

intéressé à vos activités et veut en savoir davantage. Même s'il peut être tentant d'écrire une courte thèse, essayez de vous limiter à une page ou deux. Tout texte qui excède cette longueur entraîne une perte de temps.

Des renseignements généraux sont présentés aux annexes 1, 3, 4 et 5 sur les sujets suivants : (1) les ajouts aux réserves; (3) les réserves des Premières nations; (4) la fiscalité; (5) l'environnement. N'y puisez que ce dont vous avez besoin. Autrement, vous allez vous embourber. Après tout, le but est de communiquer votre message et non pas de donner un cours d'initiation à l'histoire des Autochtones.

(d) La conférence de presse

Si vous êtes pratiquement certain qu'au moins un petit nombre de journalistes assisteront à votre conférence de presse et si, par conséquent, vous maintenez votre décision de l'organiser, il faudra tenir compte de divers facteurs.

Assurez-vous de disposer à l'entrée d'un nombre suffisant de communiqués de presse, de documents d'information et de tout autre document pertinent.

Si votre budget vous le permet, vous pourriez acheter d'attrayantes pochettes, appelées *trousses de presse*. Préférez, si possible,

Accueillez personnellement toutes les personnes qui assistent à votre conférence de presse.

ces trousseaux porteraient, sur la couverture, votre logo ainsi que le nom de votre collectivité et réuniraient toute la documentation nécessaire. Si vous n'avez pas de trousseaux, il serait bon de former des piles distinctes de chaque document sur la table de distribution, car certains membres du public peuvent n'être intéressés qu'à certains des documents offerts.

Si vous avez des tableaux ou des diagrammes, placez-les à côté de la table d'honneur.

Même si vous croyez qu'une trousse de presse n'est pas nécessaire — parce que vous avez déjà

envoyé l'information par télécopieur aux médias —, rappelez-vous que les gens peuvent oublier des documents dans leur bureau, les égarer ou se rendre à votre conférence sans invitation. Il peut s'agir de personnes qui ont été oubliées ou dont l'organisation est si récente qu'elle est encore inconnue. Il peut même y avoir des particuliers. Vérifiez le nom de chaque personne présente d'après la liste des journalistes invités. Cet exercice visuel vous permettra de savoir quels étaient les médias suffisamment intéressés pour envoyer un représentant à votre conférence de presse. Ce sont là les gens auprès de qui il faudra faire un suivi à mesure que progressera le processus d'ajout à la réserve.

Parmi les autres personnes de la liste peut se trouver un étudiant préparant une thèse sur les Autochtones ou un fonctionnaire

envoyé à la conférence pour prendre des notes. Il y a certainement lieu d'encourager leur intérêt, mais dites-leur qu'il s'agit d'une conférence à l'intention exclusive des médias et qu'ils ne pourront pas poser de questions à moins d'avoir une carte de journaliste. La plupart d'entre eux ne poseront pas de questions à moins qu'ils n'aient un motif personnel de le faire. Un sergent d'armes peut se tenir à la porte au cas où il faudrait demander à une personne de quitter les lieux. Il est peu probable qu'une situation semblable se produise, et les personnes susceptibles de provoquer une telle animation mettent habituellement très peu de temps à se faire reconnaître.

Le lieu et l'aménagement

Choisissez une salle assez vaste pour que les personnes puissent y circuler librement. Il vaut mieux éviter les salons d'invités dans les hôtels, car ils sont un véritable cauchemar pour les cadres de télévision. Une salle de réunions d'affaires ou de conférences dans un hôtel convient mieux. Même une petite salle de réception dans un restaurant du centre-ville fait l'affaire. La salle doit être assez grande pour accueillir une table d'honneur (ou une tribune) pour vos porte-parole, et il faut prévoir un secrétaire pour prendre des notes.

Le logo, les armoiries ou le symbole de la collectivité devraient être affichés derrière les conférenciers, à une hauteur suffisamment basse pour que les cadres puissent les avoir dans leur champ de caméra. Si votre budget vous le permet,

prévoyez des rafraîchissements (café, thé, jus, eau) et peut-être une petite collation (muffins).

Les exigences techniques et sonores des médias

Assurez-vous de disposer d'un nombre suffisant de prises électriques pour que les médias puissent brancher leurs caméras ainsi que leur équipement d'éclairage et d'enregistrement sonore. Si possible, louez ce qu'on appelle un raccord de sonorisation. Cet appareil se branche directement au micro qui se trouve sur la tribune et aux micros sur pied dans les allées. Il sera pratique pour les médias d'y brancher directement leur matériel d'enregistrement et, par conséquent, d'enregistrer toute la séance. Cet appareil devrait être placé sur une table d'un côté de la salle, à l'écart des enregistreuses et des câbles de télévision. Important : branchez votre propre appareil d'enregistrement au raccord de sonorisation pour que le secrétaire puisse ultérieurement transcrire ou résumer la conférence de presse.

Il est possible de louer un raccord de sonorisation auprès d'une entreprise de services audiovisuels de votre région. Dans certains cas, l'hôtel offre ce service moyennant des frais si vous utilisez ses locaux pour la conférence de presse. Dans une telle éventualité, assurez-vous aussi que le personnel de l'hôtel branche les

microphones et vérifie leur fonctionnement avant l'événement. Évitez de vous présenter à l'événement seulement 30 minutes à l'avance; vous pourriez vous retrouver avec une boîte et des fils sous les bras sans bénéficier d'une assistance technique immédiate.


Prévoyez un micro par personne assise à la table d'honneur. Un podium est excellent pour les allocutions formelles, mais inutile si plus de deux orateurs doivent s'en servir.

L'agent des relations avec les médias

Un agent des relations avec les médias est une personne désignée par votre organisation pour faire affaire avec les médias. Il peut s'agir du coordonnateur des communications ou d'une personne nommée par ce dernier. Ses fonctions vont de l'établissement du premier contact avec les médias à l'accueil lors de la conférence de presse. Cette personne doit pouvoir reconnaître à première vue n'importe quel journaliste après une première rencontre.

L'agent des relations avec les médias devrait être très sociable et doté des talents interpersonnels d'un maître de cérémonie.

Au nombre de ses autres fonctions figurent la présentation des orateurs, l'inauguration de la conférence de presse, la prestation d'une brève allocution de bienvenue et la direction des journalistes qui cherchent à prendre la parole au micro. Il se peut que



l'agent des relations avec les médias doit rappeler aux journalistes et aux autres interlocuteurs le sujet dont il est question. Cette personne doit aussi être présente jusqu'à la fin de l'événement pour remercier tous les participants d'être venus et offrir aux journalistes toute aide supplémentaire dont ils pourraient avoir besoin pour rédiger leur article. Il peut s'agir d'organiser des entrevues individuelles avec le porte-parole. L'agent doit toujours avoir sous la main une carte professionnelle.

Dans une conférence typique de une heure, assurez-vous de réserver de 30 à 40 minutes pour la période de questions.

La durée de la conférence de presse

Il importe aussi de prendre en considération la durée de votre conférence de presse. Même si vous êtes convaincu que votre message a droit à tout le temps qu'il mérite, le temps peut jouer contre vous. Rappelez-vous que la plupart des personnes présentes doivent aussi se rendre à d'autres endroits et ont probablement réservé une heure à votre événement. Une heure, c'est long selon les normes médiatiques.

Une fois que tout le monde est assis, l'agent des relations avec les médias devrait commencer par prononcer quelques mots de bienvenue et procéder aux présentations, le tout en cinq minutes au

plus. Le principal orateur du groupe dispose de 10 à 15 minutes pour présenter le message en entier. C'est amplement de temps pour livrer votre message. Après tout, les médias sont là pour poser des questions. Il est probable qu'ils ont déjà appris d'autres sources ce que votre porte-parole s'apprête à leur dire.

Passez à la période de questions aussitôt que possible. Dès que le rythme des questions ralentit ou que les questions deviennent moins pertinentes, mettez un terme à la conférence de presse. Il vaut mieux avoir quelques journalistes qui s'attardent pour obtenir des renseignements supplémentaires que de les voir s'esquiver un à la suite de l'autre. Votre temps aussi est précieux. L'exercice devrait prendre en tout une heure. Si vous dépassez une heure, vous commencez à travailler contre vous-même.

(e) La séance d'information destinée à la presse

Si la diffusion d'un avis aux médias est l'étape qui suit celle d'un communiqué de presse, la séance d'information destinée à la presse est une variante de la conférence de presse.

La séance d'information consiste à rencontrer les médias pour les renseigner sur vos progrès dans la réalisation de votre projet, que ce soit pour expliquer où en est la transaction, préciser à quelles fins servira cette nouvelle acquisition ou dire que le projet touche à sa fin. Même s'il s'agit

simplement d'une mise à jour concernant vos activités, les journalistes qui assisteront à la séance sont susceptibles d'y accorder une couverture médiatique. Tous les renseignements fournis à la séance sont officiels, et les entrevues de suivi sont accueillies favorablement. Les séances d'information sont plus courues dans les régions urbaines où on compte un grand nombre de médias. Elles ne seront organisées que si un intérêt suffisant a été manifesté envers le sujet, comme l'indique la couverture médiatique déjà reçue.

Une séance d'information destinée à la presse pourrait porter le nom de conférence de presse, mais ce n'est pas le cas.

(f) L'entrevue

Les émissions-débats radiophoniques

Lorsque vous acceptez une invitation à une entrevue, votre plus grande préoccupation sera l'intimidation. Vous avez peut-être écouté les animateurs de certaines émissions qui déploient de grands efforts pour maintenir leur cote d'écoute et deviennent par la suite des personnalités très bien rémunérées. Pour la plupart, ils essaieront de soutirer de vous des renseignements que vous n'avez partagés avec personne d'autre. Ils peuvent vous surprendre avec des tactiques comme : « Certains de vos membres désapprouvent ce que vous faites, alors pourquoi allez-

vous de l'avant? Ne comptent-ils pas à vos yeux? »

À moins que votre porte-parole ne connaisse parfaitement les faits et les statistiques de l'ajout à la réserve et puisse négocier avec une forte personnalité de la radio, vous pouvez décliner l'invitation. Vous pouvez aussi chercher à savoir si l'animateur de l'émission a l'esprit ouvert lorsqu'il est question des Autochtones. Essayez d'éviter les animateurs d'émission de ligne directe qui ne souhaitent que susciter la controverse.

Si possible, organisez une rencontre avec l'animateur avant l'émission pour exposer en détail les éléments dont vous voulez discuter. Apportez avec vous tous vos documents et ayez-les à votre portée au cas où vous en auriez besoin.

Vous pourriez vous retrouver en face d'un chercheur plutôt que de l'animateur. Il est avisé de dire à cette personne que, même si vous comprenez que l'animateur tient à rendre son émission aussi intéressante que possible, vous n'êtes disposé qu'à vous en tenir à votre sujet et à son contexte.

Les journalistes de la radio

Si vous passez une entrevue avec un journaliste des actualités à la radio, elle sera probablement brève. On diffusera tout au plus 20 secondes de ce que vous avez dit, et le reste de l'entrevue consistera en une introduction par l'annonceur. D'une manière ou d'une autre, la même

Vous devriez vous assurer de pouvoir bénéficier de chances raisonnables de transmettre votre message aux auditeurs.

préparation s'impose. Connaissez bien votre matériel et ayez-le à portée de la main au cas où vous en auriez besoin rapidement. Si on vous pose une question à laquelle vous n'avez pas de réponse, soyez franc et direct. Dites simplement que vous ne pouvez pas répondre à cette question pour le moment. Promettez d'y donner une réponse détaillée plus tard. Ne vous laissez pas inciter à dire quelque chose d'embarrassant qui exigera d'autres explications.

La télévision

Les entrevues dans votre collectivité

Si une station de télévision demande une entrevue, acceptez-la de bon gré. Par contre, ce genre d'invitation peut se révéler difficile à jauger. Il vous faut découvrir pourquoi on envoie une équipe de tournage couvrir à l'extérieur un sujet probablement déniché à votre conférence de presse. Il se peut que les journalistes veuillent faire un reportage plus en profondeur pour les nouvelles du soir ou pour la revue des actualités, comportant une entrevue avec votre porte-parole et une vue de votre collectivité à l'arrière plan.

S'il y a des intentions cachées motivant le tournage, vous le découvrirez rapidement;

l'entrevue, qui devait traiter de l'ajout à la réserve, pourrait bien bifurquer vers un autre sujet.

Ce genre d'entrevue biaisée pourrait mettre en vedette un Autochtone à qui on demanderait quelle a été son expérience en famille d'accueil et quels ont été ses problèmes avec le système scolaire, pour le faire ensuite passer pour un partisan du pouvoir rouge.

Définissez d'abord vos paramètres et apprenez à connaître vos personnes-ressources dans les médias (consulter la section Une initiation aux relations avec les médias de la présente publication). Il est aussi utile d'avoir une certaine connaissance de l'intégrité de la station de télévision elle-même. En général, les journalistes font preuve d'éthique professionnelle, mais il y en a toujours qui présentent l'angle négatif pour maintenir la cote d'écoute.

Demandez auparavant au journaliste de la télévision si l'ajout à la réserve est le principal motif de sa visite. Vous n'avez d'autre choix que de le croire sur parole.

Durant le tournage sur les lieux, l'équipe de télévision pourrait vouloir prendre plusieurs prises de vue pour donner un aperçu de la collectivité. N'hésitez pas à insister sur les

éléments positifs, notamment un centre de services de santé, une école, de nouveaux logements, un centre communautaire. Coopérez dans la mesure du possible sans toutefois envahir l'intimité des résidents. Offrez à l'équipe la possibilité de revenir si elle a besoin de plus de renseignements.

Au studio de télévision

Si votre porte-parole est invité en studio pour une entrevue, accompagnez-le. Il devrait connaître très bien le processus d'ajouts aux réserves pour être prêt quand la caméra tournera. Il devrait être habillé confortablement et projeter aux téléspectateurs, par sa propreté et sa confiance en soi, le genre d'image que vous souhaitez laisser de votre collectivité.

Même si c'est plus facile à dire qu'à faire, le porte-parole ne devrait pas se laisser intimider par l'éclairage, les câbles et les caméras du studio. Ce ne sont que les outils du métier. Exception faite des auteurs et des rédacteurs, le personnel du studio ne s'intéresse pas vraiment à ce que vous dites. Il est là pour vérifier si vous avez besoin de quelque chose, voir à ce que votre microphone fonctionne et vous présenter sous votre meilleur angle.

N'oubliez pas que le porte-parole doit être vêtu sobrement et être bien coiffé. S'il partage la scène avec l'intervieweur, il devrait regarder ce dernier dans les yeux.

S'il participe à un doublex, il lui faut regarder la caméra. Si le porte-parole se sent pris au dépourvu par une question complètement hors de propos, il peut dire à l'intervieweur que la question devrait être débattue à un autre moment.

Une image confiante importera tout autant que les propos de votre porte-parole dans la transmission du message aux téléspectateurs.

Le point de presse

Un point de presse est organisé habituellement après une allocution officielle, quand le porte-parole vient de s'adresser à l'auditoire. Une fois qu'il a quitté la tribune, il fait face aux questions des différents médias qui s'efforcent tous d'obtenir son attention.

Un point de presse peut faire paniquer même l'orateur le plus chevronné, mais il peut aussi tourner à son avantage. Le porte-parole doit choisir les questions et les personnes auxquelles il va répondre. Le

Le mot scrum, terme anglais pour désigner le point de presse, est emprunté au rugby et représente l'empilage des joueurs qui tentent tous de faire bouger le ballon.

porte-parole ne devrait pas être contraint de répondre à des questions auxquelles il n'est pas préparé ou qu'il juge sans pertinence. Une fois que le porte-parole a répondu à la majorité des questions concernant l'ajout à la réserve, il devrait mettre un terme au point de presse; à défaut de le faire, il pourrait être retenu. Généralement, il suffit au coordonnateur des communications ou à l'agent des relations avec les médias d'annoncer la fin du point de presse.

D'une manière ou d'une autre, un point de presse n'aura lieu que si l'ajout à la réserve est matière à controverse et reçoit une large couverture médiatique. Si vous avez atteint l'étape du point de presse, vous faites certainement l'actualité! Restez maître de la situation.

***Durant un point de presse,
tenez-vous-en à votre scénario,
à votre message.***

Les journalistes de la presse écrite

Les journalistes de la presse écrite ne demandent qu'une brève entrevue et sont souvent accompagnés d'un photographe. Tenez-vous-en à votre message de manière à réduire au minimum toute chance de distorsion ou de mauvaise interprétation une fois l'article publié.

***Dans toutes les conversations avec les médias,
considérez tous vos commentaires comme étant officiels.***

Les « propos officiels »

Aucun propos ne reste secret. De nombreuses carrières ont pris fin ou ont été sérieusement compromises en raison de commentaires prononcés officieusement. Le journaliste peut vous paraître très gentil et ouvert à votre message, mais rappelez-vous qu'il fait partie des médias. Ne faites pas de confidences à un étranger. Même si vous en venez à connaître les journalistes avec le temps et même si vous entretenez des relations avec eux, la règle judicieuse à suivre est de taire ce que vous ne souhaitez pas lire à la une des journaux.

Les relations avec le grand public

Le grand public représente votre groupe cible, et toutes les questions entourant les terres et les Autochtones feront toujours l'objet d'une intense attention de sa part. Lorsque des groupes autochtones expriment le désir ou le besoin d'avoir une plus grande assise territoriale, l'intérêt du public est avivé. Il vous incombe de rejoindre le public sans délai avec des messages exacts avant que des rumeurs déforment la question.

Une fois que la composante médiatique de votre plan de communication a été mise en œuvre, vous pouvez passer à celle des relations avec le grand public. Il existe de nombreux moyens d'atteindre ce groupe cible.

1. Les assemblées publiques ou communautaires

Il faut faire une large publicité annonçant la tenue d'une assemblée à l'intention du public. Dans une région rurale, vous pouvez louer la salle paroissiale ou le gymnase de l'école. Le public sera invité à écouter des représentants de votre collectivité donner les renseignements dont ils disposent au sujet de l'ajout à la réserve, de l'origine du projet et des avantages qui peuvent en découler autant pour les Premières nations que pour les autres. Dans ce genre de situation, il peut aussi être utile de présenter un bref exposé de l'histoire de votre réserve.

Il importe d'avoir un modérateur efficace pour bien diriger la réunion, maintenir les questions ciblées sur le sujet et allouer à chacune des questions une période de temps raisonnable. Il arrive parfois que les gens se présentent à une telle tribune pour soulever des points de vue personnels et hors de propos; il vous faut donc bien gérer l'ordre du jour.

2. Les assemblées dans les écoles locales


Les écoles locales de votre district peuvent constituer une autre tribune intéressante. À l'école, on commence souvent la semaine par une assemblée au cours de laquelle on chante l'hymne national, qui est suivi d'une

allocution par le directeur et des annonces. Parfois, on invite un conférencier; vous pourriez être l'un d'entre eux et prononcer quelques mots devant cette assemblée. Ces périodes d'une durée de 10 à 15 minutes vous offrent la possibilité de vous adresser à un large segment de la population des jeunes de l'école. Il y a lieu d'encourager les élèves à transmettre le message à leurs parents. Vous pourriez aussi être appelé à faire une présentation à un cours d'histoire ou d'études sociales.

Votre objectif de communication sera d'informer le public, du mieux que vous le pouvez, sur ce que vous faites et sur la raison pour laquelle vous le faites.

3. Les clubs philanthropiques

Chaque région compte habituellement plusieurs clubs philanthropiques, comme le club Rotary, le Kiwanis, les Lions et la Chambre de commerce. Ces groupes se réunissent au moins une fois par mois, habituellement durant le repas du midi, et ils sont toujours à la recherche de conférenciers. Ces groupes sont importants, parce qu'ils comptent parmi leurs membres un échantillonnage représentatif de la collectivité locale qu'il vous aurait été peut-être difficile de joindre. Une telle invitation comporte généralement le repas du midi



suivi d'une allocution de 10 à 12 minutes
ainsi qu'une brève période de questions.

4. Les groupes d'intérêts spéciaux

Les églises devraient également être prises en considération à titre de tribune. Vous pourriez être invité à parler devant une assemblée générale de paroissiens. On a souvent vu des pasteurs et des prêtres qui invitaient des conférenciers à prononcer une allocution à la célébration du dimanche. Il faudrait envisager toutes les tribunes, quelles qu'elles soient, notamment les rencontres réunissant les parents et les professeurs, les réunions du conseil municipal ou d'autres rassemblements officiels. Chaque fois, vous devez essayer de mettre votre projet à l'ordre du jour.

L'étape suivant le processus d'ajouts aux réserves

Une fois l'ajout à la réserve réalisé et annoncé, vous devrez présenter une mise à jour aux médias. Il est important de téléphoner aux journalistes pour les remercier d'avoir assisté à l'événement ou produit un reportage. Vous souhaitez les renseigner sur la façon dont la collectivité entend utiliser les nouvelles terres et leur donner, tout particulièrement, un aperçu des projets de répartition des terres à des fins agricoles ou encore de construction d'une nouvelle école.

Vous agirez de même avec les autres parties concernées en les remerciant personnellement, par téléphone ou par courriel. Vous pourriez même vouloir les inviter à un événement futur, qui pourrait se tenir dans votre collectivité. C'est là une occasion d'entretenir de bonnes relations. Gardez toutes les portes ouvertes. Vous pourriez avoir de nouveau besoin de ces personnes. Votre collectivité peut choisir d'exprimer sa gratitude d'une autre façon, comme en organisant une cérémonie à laquelle seraient spécialement

conviées les personnes ayant aidé à faire du projet une réalité.


Lorsque tous les travaux de suivi sont plus ou moins terminés, il est temps de faire le ménage de votre bureau. Toute la correspondance doit être listée et classée

Les amis, les alliés et les partisans ne sont pas faciles à trouver et ne devraient pas être mis de côté une fois l'ajout à votre réserve réalisé.

pour une consultation ultérieure ainsi que les documents de recherche et de planification, la liste de bénévoles et une chronologie des événements qui se sont déroulés depuis les toutes premières réunions. C'est là l'histoire organisationnelle de votre collectivité. Plus tard, les mêmes personnes ne seront peut-être plus là pour diverses raisons (par exemple, un déménagement, des élections). Alors, aussi fastidieux que cela puisse paraître, conservez tous vos documents. Quand tout sera fini, un dossier portant l'inscription « Communications sur les ajouts aux réserves » devrait être précieusement rangé jusqu'à ce que vous en ayez besoin de nouveau.

Avant de tourner la dernière page du chapitre, le dernier geste important à poser

Reconnaissez la contribution de tous ceux qui ont facilité votre processus de communication.



à la fin de l'étape de l'ajout à la réserve,
c'est de féliciter votre équipe.

Remerciez toutes les personnes engagées dans le processus, notamment les bénévoles, les membres du personnel et de la collectivité qui ont participé d'une façon ou d'une autre à l'atteinte de résultats positifs. Un rassemblement autour d'un dîner ou d'un souper peut vous donner l'occasion de vous remémorer le processus du début à la fin. Insistez sur les avantages que procure la réussite de l'ajout à la réserve et inspirez à vos collègues un sentiment de fierté pour un travail bien fait.

Félicitations. Continuez de toujours aller de l'avant et plus haut!

Annexe 1

Les ajouts aux réserves

Aux termes de la Politique sur les ajouts aux réserves, promulguée par le gouvernement du Canada, l'ajout à une réserve se veut une proposition visant à demander que le statut de réserve soit accordé selon l'une des trois politiques suivantes :

- 1) pour respecter une obligation légale, telle que le règlement d'une revendication territoriale.
- 2) pour permettre l'expansion communautaire dans le cas où les terres offertes sont adjacentes à une réserve existante ou sont situées à proximité de celle-ci. Sur ces terres, il est possible d'offrir les programmes et les services communautaires actuels, d'y étendre l'infrastructure et d'y partager les installations, et ce, sans coût marginal, ou moyennant des frais supplémentaires minimes;
- 3) pour créer une nouvelle réserve.

Les réserves urbaines jouent un rôle prépondérant dans la création de possibilités économiques, éducatives et sociales qui ne sont généralement pas offertes en milieu rural. Les membres des Premières nations qui vivent dans une réserve ou hors réserve peuvent tous profiter des avantages qui en découlent.

En travaillant à l'amélioration du niveau de vie et du pouvoir d'achat de leurs membres vivant en milieu urbain, les Premières nations contribuent directement au tissu économique et social des municipalités urbaines.

Les modalités régissant les ajouts aux réserves ou la création d'une nouvelle réserve varient si les terres désirées sont des terres fédérales gérées par Affaires indiennes et du Nord Canada, des terres fédérales administrées par un autre ministère, des terres de la Couronne provinciale ou des terres appartenant à des intérêts privés.

Les procédures

Il est possible de se procurer une copie de la Politique sur les ajouts aux réserves auprès des bureaux régionaux d'Affaires indiennes et du Nord Canada. Pour entamer le processus d'ajout à une réserve, le conseil de la Première nation présente officiellement la Résolution du conseil de bande à Affaires indiennes et du Nord Canada.

Une fois la demande officielle reçue, le personnel du Ministère discute de toutes les exigences requises pour collaborer avec la Première nation à l'avancement de la proposition. Ensemble, ils déterminent les rôles et les responsabilités à assumer pour réaliser les activités suivantes : les communications ainsi que les consultations avec les collectivités et les administrations municipales, les vérifications et les études sur l'environnement.

Il existe dans toutes les régions des comités régionaux d'examen des ajouts aux réserves qui regroupent des représentants des Services fonciers et fiduciaires, des Services ministériels, des Finances et des Immobilisations et de certains autres programmes, au besoin. Un tel comité est chargé d'analyser la proposition pour veiller à ce qu'elle soit conforme aux exigences de la Politique sur les ajouts aux réserves.

Le comité sur l'examen des ajouts aux réserves présente au directeur général régional son rapport recommandant que la demande d'approbation de principe soit acceptée ou rejetée.

Dans le cas du rejet d'une proposition, le comité doit fournir les dossiers concernant l'étude de la proposition et l'évaluation qui a servi à formuler les recommandations. Les propositions qui ne sont pas du ressort des pouvoirs délégués au directeur général régional en matière d'approbation de principe devraient faire l'objet d'un examen par le sous-ministre. Le directeur général régional prépare un rapport et formule des recommandations à l'intention du sous-ministre adjoint des Services fonciers et fiduciaires.

Au terme de l'étude de la proposition d'ajout à la réserve, le directeur général régional ou le sous-ministre accorde ou refuse l'approbation de principe. Par cette approbation, le Ministère recommande au ministre de solliciter l'obtention du statut de réserve pour certaines terres auprès du gouverneur en conseil. Une approbation de principe peut être accordée avec ou sans conditions, étant donné que les études,

Annexe 2

L'acquisition des terres et les autres étapes pourraient être effectuées plus tard. Si l'approbation de principe est conditionnelle, il faudra attendre que les conditions soient respectées avant de présenter la demande d'ajout à la réserve au Bureau du Conseil privé, étape qui vise à obtenir l'approbation du gouverneur en conseil au moyen d'un décret.

Le bureau régional d'Affaires indiennes et du Nord Canada est officiellement chargé de rédiger la proposition pour obtenir un décret accordant aux terres le statut de réserve. Par ailleurs, il demande au ministère de la Justice d'approuver l'ébauche de sa proposition aux points de vue de la forme et du contenu. L'agent des terres se conforme aux modalités ministérielles en vigueur concernant le décret et veille à ce que :

- 1) la Première nation et les autres parties concernées reçoivent une copie du décret.
- 2) le décret soit consigné dans le Registre des terres indiennes. Les représentants régionaux des terres devraient prendre les mesures voulues pour que soient portés au Registre des terres indiennes tous les certificats de titres fonciers pertinents, en qualité de documents qui relèvent de la consignation du décret accordant le statut de réserve.
- 3) la Première nation et les autres parties concernées soient avisées des transactions et des détails de l'enregistrement du décret.

La liste des personnes-ressources ayant une certaine connaissance des ajouts aux réserves

Dans la présente section, on donne le nom et les coordonnées d'un certain nombre de Premières nations vivant dans différentes provinces. Ces Premières nations ont toutes effectué une transaction d'ajout à leur réserve au profit de leur collectivité. On y présente aussi les principaux renseignements pertinents. Il serait avantageux de communiquer directement avec certaines des Premières nations listées. Ainsi, vous pourriez obtenir toute l'information que vous désirez, mis à part les renseignements confidentiels ou le matériel interne. Ces Premières nations pourraient en outre vous appuyer dans votre démarche vers la conclusion fructueuse d'un ajout à votre réserve. De plus, vous pourriez être avisé des obstacles qui pourraient se dresser le long de votre route.

Il est suggéré de suivre l'approche du qui?, quoi?, quand?, comment? et pourquoi? dans la détermination de vos besoins d'information. Vous pourriez choisir de vous informer auprès de la Première nation ou des Premières nations avec lesquelles vous avez communiqué de la possibilité de les rencontrer et de constater directement ce qui a été accompli.

Il convient de souligner que les ajouts aux réserves de certaines des Premières nations apparaissant sur la liste ont servi à créer une nouvelle réserve.

Alberta

La Première nation d'Alexander

Personne-ressource : Chef Victoria Arcand
Téléphone : (780) 939-5887

Principaux renseignements :

Le gouvernement du Canada a accepté de négocier avec la Première nation d'Alexander, qui alléguait que le pays ne s'était pas acquitté de son engagement de fournir des terres pour établir des réserves à l'usage et au profit de la Première nation d'Alexander en vertu d'une disposition sur les terres de réserve du Traité n° 6. Le Traité stipulait qu'un territoire de 2,59 kilomètres carrés (un mille carré) devait être attribué à chaque groupe de cinq personnes. Les négociations se sont déroulées en vertu de la Politique sur les revendications particulières.

Une entente a été conclue en mars 1998. Le règlement négocié prévoyait une indemnisation de 10 935 000 \$ et jusqu'à concurrence de 6 116,6 hectares (15 140 acres) de terres supplémentaires pouvant être désignées comme des terres de la réserve d'Alexander.

Pour plus de renseignements, veuillez consulter le site Web d'AINC à l'adresse www.ainc-inac.gc.ca/nr/prs/s-d1998/1-9897_f.html.

La Première nation d'Alexis

Personne-ressource : Chef Francis Alexis
Téléphone : (780) 967-2225

Principaux renseignements :

La Première nation d'Alexis affirmait qu'en vertu des dispositions du Traité n° 6, un territoire de 2,59 kilomètres carrés (un mille carré) devait être attribué à chaque famille de cinq personnes. Le gouvernement du Canada a accepté de négocier avec la Première nation d'Alexis en vertu de la Politique sur les revendications particulières.

Une entente a été conclue en mars 1995. Le règlement négocié prévoyait une indemnisation de 10,9 millions de dollars et pas moins de 8 412,9 hectares (20 824 acres) de terres supplémentaires. De plus, l'entente stipulait que le gouvernement du Canada devait mettre de côté les terres visées par le règlement à titre de terres de réserve au sens de la *Loi sur les Indiens* pour l'usage et au profit de la Première nation d'Alexis, à la condition que ces terres répondent aux critères énoncés dans la Politique sur les ajouts aux réserves.

Saskatchewan

La Nation crie de Muskeg Lake

Personne-ressource : Lester Lafond
Lafond Financial, Saskatoon
Téléphone : (306) 343-3545

Principaux renseignements :

Muskeg Lake est une réserve urbaine située dans le quartier Est de Saskatoon. La Nation crie vit à 93 kilomètres au nord de Saskatoon.

Représentant l'aboutissement du règlement d'une revendication particulière, Muskeg Lake est un centre commercial d'une valeur de trois millions de dollars qui compte sous son toit Peace Hills Trust, la Federation of Saskatchewan Indian Nations, Kocsis Transport et des dizaines de petites entreprises.

Pour plus de renseignements, veuillez consulter le site Web d'AINC à l'adresse www.ainc-inac.gc.ca/nr/prs/j-a1998/1-9821_f.html.

La Première nation d'Okanese

Personne-ressource : Chef Daywalker Pelletier
Téléphone : (306) 334-2532

Principaux renseignements :

Une entente cadre sur les droits fonciers issus des traités a été conclue en décembre 1999 en vue de permettre à la Première nation d'Okanese

d'acquérir la superficie de terres à laquelle elle avait droit.

Environ 2 879 hectares (7 114 acres) de terres ont été mises de côté pour servir de terres de réserve à l'usage et au profit de la Première nation d'Okanese.

La mise de côté de ces terres fait partie du règlement global, dont la valeur s'élève à plus de quatre millions de dollars. En vertu de l'entente, la Première nation d'Okanese est tenue d'acheter 2 794 hectares (6 905 acres) pour combler la superficie qu'il lui manquait et peut acheter jusqu'à concurrence de 5 802 hectares (14 337 acres) de terres.

La Première nation de Sakimay

Personne-ressource : Coordonnateur des revendications
Téléphone : (306) 697-2831

Principaux renseignements :

L'entente sur le règlement de la revendication particulière de Sakimay a pris effet le 11 mars 1992. Elle s'est traduite par l'acquisition et la mise de côté de terres de réserve d'une superficie de 1432,2 hectares (3 545 acres). Ces terres sont principalement adjacentes à la collectivité principale.

Les terres visées par le règlement représentent 0,36 hectare (0,88 acre) de terres désignées comme terres de réserve urbaine à Yorkton, ville où la Première nation exploite le casino Painted Hand. La Première nation et la municipalité ont négocié une entente sur la prestation de services municipaux en août 1994.

Manitoba

La Nation crie de Split Lake

Personne-ressource : Victor Spence
Téléphone : (204) 342-2600

Principaux renseignements :

Le 16 décembre 1977, la Convention sur la submersion des terres du Nord du Manitoba a été conclue entre le gouvernement du Canada, le gouvernement du Manitoba, Hydro-Manitoba et le comité chargé du dossier de la submersion des terres dans le Nord. Ce comité représentait les cinq Premières nations concernées par la submersion des terres de réserve en vertu de l'aménagement du lac Winnipeg et la dérivation des rivières Churchill et Nelson à la fin des années 1960.

Le 23 juin 1999, environ 14 301 hectares (35 752 acres) de terres situées au lac Assean et au lac Waskaiowaka dans le Nord du Manitoba étaient mises de côté pour servir de terres de réserve à l'usage et au profit de la Nation crie de Split Lake.

Annexe 3

Ainsi, les dispositions sur l'échange des terres stipulées dans la Convention sur la submersion des terres du Nord du Manitoba étaient respectées.

La Première nation de St. Theresa Point

Personne-ressource : Chef Reggie Mason
Téléphone : (204) 462-2106

Principaux renseignements :

Le 27 juillet 2000, une superficie de 12 655 hectares (31 411 acres) de terres visées par le règlement sur les droits fonciers issus des traités de la Première nation de St. Theresa Point était mise de côté pour servir de terres de réserve.

Ce transfert de terres constitue l'acquiescement de dispositions depuis longtemps non appliquées, prévues dans le Traité n° 5, dont la Première nation de St. Theresa Point est signataire. De plus, le transfert respecte les modalités de l'Entente sur le règlement des droits fonciers issus des traités de St. Theresa Point, signée le 14 mars 1994.

Les réserves des Premières nations

La *Loi sur les Indiens* définit une réserve comme étant une parcelle « de terrain dont Sa Majesté est propriétaire et qu'elle a mise de côté à l'usage et au profit d'une bande ». La *Loi* confère au ministre des Affaires indiennes et du Nord canadien le droit de « décider si tout objet, pour lequel des terres dans une réserve sont ou doivent être utilisées, se trouve à l'usage et au profit de la bande ». Chaque membre de la collectivité peut posséder et utiliser une portion des terres selon les modalités prévues par le conseil de Première nation et recevoir du ministre un certificat de possession ou d'occupation. On peut procéder à des transferts de possession à la collectivité ou à un autre membre de la collectivité, mais là encore, avec la permission du ministre.

Les terres de réserve ne sont pas passibles de saisie dans le cadre d'une poursuite judiciaire. De plus, les biens personnels d'un Indien ou d'une collectivité vivant dans une réserve ne peuvent aucunement faire l'objet d'une charge, d'un gage, d'une hypothèque, d'une saisie, d'une imposition, d'une saisie-gagerie ou d'une exécution en faveur d'une personne autre qu'un Indien ou une collectivité. Ces dispositions de la *Loi sur les Indiens* ont eu pour effet de réduire considérablement l'accès au financement pour le développement économique. Une province, une municipalité ou une entreprise peut exproprier des terres de réserve dans l'intérêt public, seulement si elle y a été autorisée par une loi fédérale ou provinciale.

Le Canada compte plus de 600 réserves occupées, et chacune a une assise territoriale bien définie. En moyenne, la superficie des terres est assez restreinte.

Dans plusieurs cas, les réserves ne sont pas bien situées aux points de vue de l'accès aux marchés et aux services ou de la disponibilité des ressources naturelles. Par contre, quelques réserves ont une précieuse base de ressources et reçoivent de substantielles recettes de la location (par exemple, les réserves en Alberta où se trouvent des gisements de pétrole et de gaz). Compte tenu de dispositions précises de la *Loi sur les Indiens*, le ministre des Affaires indiennes et du Nord canadien possède en fiducie ce genre de recettes. Le versement de ces fonds doit être approuvé au préalable par le ministre.

Les terres de réserve sont exonérées de toute forme d'imposition, sauf des taxes municipales. Cela s'applique à la propriété privée d'un membre ou d'une Première nation qui vit dans une réserve. Ces mesures fiscales peuvent se révéler avantageuses sur le plan économique pour les personnes et les entreprises établies dans une réserve, mais elles ne s'appliquent pas aux

Annexe 4

entreprises constituées en personne morale qui appartiennent en tout ou en partie à des membres des Premières nations.

La collectivité peut avoir accès à des terres de la Couronne situées hors des limites d'une réserve pour réaliser des activités de chasse, de pêche, de piégeage et, dans certains cas, pour effectuer la coupe du bois ou d'autres activités économiques.

Dans la plupart des cas, les réserves bénéficient d'une certaine autonomie gouvernementale. La nature de leur administration et de leurs pouvoirs est définie hors du cadre des collectivités, tandis que la *Loi sur les Indiens* précise les lignes directrices à suivre en ce qui concerne les élections et l'autonomie gouvernementale.

La fiscalité

La loi fédérale canadienne, initialement adoptée en 1876, stipule certaines obligations du gouvernement du Canada et réglemente l'administration des terres des réserves indiennes. Cette loi a fait l'objet de modifications à quelques reprises, et les derniers changements apportés datent de 1985. Au nombre de ses dispositions, la *Loi sur les Indiens* exige que le ministre des Affaires indiennes et du Nord canadien administre certaines sommes qui appartiennent aux Premières nations et qui sont afférentes aux terres indiennes. Le ministre a également comme responsabilité d'approuver ou de rejeter les règlements fiscaux adoptés par les Premières nations.

- Les Autochtones doivent payer des taxes foncières, sauf s'il s'agit de la propriété privée d'un Indien ou d'une collectivité qui vit dans une réserve.
- Les Autochtones sont les descendants des premiers habitants de l'Amérique du Nord. La *Constitution canadienne* reconnaît trois groupes d'Autochtones : les Indiens, les Métis et les Inuits. Il s'agit de trois peuples distincts ayant des patrimoines, des langues, des pratiques culturelles et des convictions spirituelles qui leur sont propres.
- Les exonérations de taxe existaient avant la Confédération. Les tribunaux ont maintenu que l'exemption avait pour but de préserver les droits des Indiens à leurs terres de réserve et de veiller à ce que l'usage de leurs biens sur les terres de réserve ne soit pas amoindri par des mesures fiscales.
- La *Loi sur les Indiens* empêche les gouvernements non autochtones de prélever des taxes sur la propriété des Indiens inscrits vivant dans une réserve. Par ailleurs, l'article 83 de la *Loi sur les Indiens* confère aux Premières nations le pouvoir d'imposer des taxes foncières sur les intérêts dans des terres de la réserve, y compris les intérêts d'Indiens inscrits.
- Les règlements internes sur les taxes foncières doivent être examinés par le Conseil consultatif sur la fiscalité indienne et être approuvés par le ministre des Affaires indiennes et du Nord canadien.
- Le ministre du Revenu national répond aux questions particulières en matière de fiscalité et fait respecter les lois fiscales.
- Le ministre des Finances donne l'orientation générale des lois fiscales.

Annexe 5

L'environnement

- Le ministre des Affaires indiennes et du Nord canadien précise la définition des termes *Indien*, *réserve* et *bande* devant servir à tous les gouvernements en matière de fiscalité.
 - En vertu de la *Constitution canadienne*, les terres réservées aux Indiens relèvent de la compétence du gouvernement du Canada.
 - Les terres fédérales ne font pas partie de l'assiette fiscale à partir de laquelle les provinces ou les municipalités peuvent lever des taxes foncières.
 - Les municipalités pourraient essuyer une perte nette de leurs recettes en taxes foncières lorsqu'une réserve est créée ou élargie.
 - La Politique sur les ajouts aux réserves exige qu'une Première nation négocie directement avec la municipalité une indemnisation raisonnable.
 - La Politique sur les ajouts aux réserves n'exige pas qu'une Première nation indemnise la municipalité indéfiniment à l'égard de la perte nette de taxes foncières.
- Lorsqu'une Première nation fait l'acquisition de terres, ces dernières sont initialement assujetties aux lois et règlements provinciaux sur l'environnement.
 - Lorsqu'une Première nation propose au gouvernement d'accorder le statut de réserve à des terres, que ce soit pour créer une nouvelle réserve ou pour élargir la réserve, la politique exige une vérification environnementale.
 - Une vérification environnementale est une évaluation du site dans le cadre de laquelle on procède, en particulier, à un examen des problèmes et des obligations sur le plan environnemental associés à la condition des terres qui découlerait de leur utilisation actuelle ou antérieure. Une telle étude est effectuée conformément aux modalités du Ministère avant que le statut de réserve soit accordé aux terres ou que celles-ci soient acquises afin d'être ajoutées à la réserve.
 - Il faut faire parvenir une évaluation écrite résumant la condition environnementale des terres dans un délai de un ou deux mois suivant la visite du site.
 - Une évaluation environnementale est une analyse des répercussions d'un projet sur l'environnement, effectuée conformément à la *Loi canadienne sur l'évaluation environnementale* et son règlement.
 - La synthèse de l'évaluation se présente sous forme de rapport écrit et comporte les éléments suivants :
 - les observations sur le terrain;
 - les résultats des analyses de laboratoire effectuées sur les échantillons de sol et d'eau; et
 - les recommandations sur la marche à suivre.
 - Pour remédier à la situation, on pourrait proposer de décontaminer les terres.
 - En se fondant sur la vérification environnementale, un plan est élaboré et mis en œuvre pour apporter toutes les mesures correctives requises avant de pouvoir accorder le statut de réserve.

- Les terres qui deviennent des terres de réserve sont assujetties à l'éventail complet des lois et règlements fédéraux sur l'environnement. Le cadre de réglementation comporte la *Loi canadienne sur l'évaluation environnementale*, la *Loi canadienne sur la protection de l'environnement* et des règlements comme le *Règlement sur la destruction des déchets dans les réserves indiennes*.
- Une fois que des terres deviennent une réserve, les Premières nations assument alors les responsabilités sur le plan environnemental.