

ONFIFAMVC
Atelier de formation sur les relations gouvernementales
11 mars 2006

Sommaire

A. Introduction

Afin de soutenir la mise en œuvre de la campagne sur les moyens d'existence et d'autres travaux de sensibilisation, l'ONFIFAMVC a tenu, le 11 mars 2006 à Ottawa, un atelier sur les relations gouvernementales. À cet effet, onze participants de partout au Canada ont été choisis d'après leur engagement passé et leur contribution potentielle au travail de l'ONFIFAMVC.

Monica Buchanan Johnson, présidente de l'ONFIFAMVC, a accueilli les participants et Anu Bose, directrice exécutive, a donné un aperçu de l'atelier. Les participants, dont la liste figure en annexe A, se sont présentés et ont mentionné leurs antécédents.

L'ordre du jour l'atelier est inclus en annexe B.

B. Traiter avec la bureaucratie de façon politiquement correcte : Jim Mitchell, Sussex Circle

Travailler efficacement avec la fonction publique requiert une compréhension de certains éléments clés tels les valeurs et les intérêts des fonctionnaires, ainsi que le contexte gouvernemental actuel.

La fonction publique comporte trois valeurs fondamentales :

- ❑ Le professionnalisme : Les fonctionnaires se considèrent professionnels et veulent par conséquent respecter certaines normes. Ils ont souvent un important sens du devoir.
- ❑ L'anonymat : Les fonctionnaires évitent la publicité; ils ne veulent pas être à l'avant-plan. Voir leur nom dans les médias ne constitue pas pour eux une expérience positive. Le visage public du gouvernement sont les députés et les ministres et également dans une certaine mesure, le personnel politique. Les fonctionnaires préfèrent demeurer dans l'anonymat.
- ❑ La loyauté au gouvernement du jour : Peu importe leurs vues personnelles, les fonctionnaires sont loyaux au gouvernement élu. Si on le leur demande, ils offriront des conseils sur les options et les analyses, mais une fois la décision prise, ils s'efforceront de mettre en œuvre et faire avancer la nouvelle politique, même s'ils sont en désaccord avec la décision.

Les fonctionnaires ont trois intérêts clés dans le cadre de leur travail :

- ❑ L'administration des programmes : Les fonctionnaires veillent à ce que les programmes gouvernementaux soient rigoureusement administrés et gérés efficacement.

- ❑ Les résultats : Ils s'assurent que les programmes et les services gouvernementaux apportent des résultats et qu'ils aient un impact positif sur la vie des Canadiens.
- ❑ Aucune erreur : Les fonctionnaires veulent éviter les erreurs importantes qui pourraient embarrasser le gouvernement.

Le gouvernement nouvellement élu comporte d'importantes caractéristiques qui affectent le contexte dans lequel les fonctionnaires travaillent.

- ❑ Le caucus du gouvernement est formé d'un mélange d'idéologies conservatrices comportant diverses orientations.
- ❑ Le Premier ministre dispose d'un solide leadership ; il se connaît bien et a un agenda précis.
- ❑ Cet agenda est simple et ne comporte que cinq priorités contrairement à celui du dernier gouvernement qu'on percevait comme ayant trop de priorités.
- ❑ Les membres du gouvernement actuel sont déterminés à remplir leurs engagements. Les cinq priorités visent entre autres à être perçus comme un gouvernement qui peut tenir ses promesses.

Suggestions pour traiter avec les fonctionnaires

- a) Sachez avec qui vous faites affaire. Ces personnes sont-elles nouvelles? Quels sont leurs antécédents? Est-ce que ces personnes se situent au niveau adéquat à l'intérieur de la bureaucratie?
- b) Cherchez des objectifs communs. Quelles préoccupations avez-vous en commun? Cherchez-vous des résultats semblables dans certains domaines?
- c) Essayez de voir les préoccupations du point de vue des personnes à qui vous vous adressez. Quelles sont leurs contraintes et leurs pressions?
- d) Respectez leurs responsabilités et leur loyauté professionnelle. Ne leur demandez pas de faire ou de dire des choses qui contredisent leur rôle ou leurs valeurs.
- e) Soyez bien informés. Connaissez vos préoccupations et prenez aussi le temps de connaître le contexte gouvernemental (lisez les plateformes gouvernementales, les discours du ministre sur le sujet, etc.)
- f) Maintenez les fonctionnaires informés de ce que vous faites. Ayez un dialogue constant avec eux afin de demeurer dans leur esprit.
- g) Soyez un interlocuteur fiable, offrez des données précises et des commentaires sensés. Si vous souhaitez critiquer le gouvernement, informez vos contacts à l'avance.
- h) Soyez raisonnable.

À ne pas faire

- a) Ne soyez pas idéologique ou trop emporté.
- b) Ne soyez pas personnel dans votre désapprobation. Concentrez-vous sur les questions et préoccupations et soyez en désaccord avec certains points de politique et de contenu, plutôt que d'attaquer personnellement.
- c) N'essayez pas de convaincre quelqu'un de travailler contre le gouvernement et ses politiques.

À faire

- a) Que votre message soit clair. Par exemple, préparez 5 points simples en une page.

- b) Parlez d'une seule voix. Évitez les messages contradictoires provenant de la même organisation.
- c) Sachez accepter une réponse négative. On ne peut pas gagner toutes les batailles. Se retirer ou lâcher prise peut parfois être avantageux plus tard.
- d) Soyez toujours présent par rapport à votre préoccupation. Lorsque vos préoccupations sont soulevées, exprimez votre point de vue et saisissez les opportunités. Soyez calme, crédible et persistant.
- e) Soyez humain, ne parlez pas seulement au nom de l'organisation.
- f) Contactez les bonnes personnes.

Trois leçons globales

- 1. Les relations sont importantes.
- 2. Les résultats prennent du temps.
- 3. La matière est aussi importante que la politique.

C. Travailler avec un gouvernement conservateur minoritaire : John Banigan, Tactix

En mars 2005, à la convention de Montréal, le parti conservateur a identifié les cinq éléments de son programme.

- Réduction de la TPS
- Réforme de la justice criminelle
- Garderies et aide financière aux familles (1 200 \$)
- Réduire l'attente en matière de soins de santé
- Loi sur l'imputabilité fédérale

Durant la campagne, Harper et son parti se sont engagés en ce qui à trait aux titres de compétence des immigrants. Par ailleurs, le programme de Harper comporte plusieurs lacunes importantes, notamment au niveau des affaires internationales, de l'environnement et des politiques sociales.

Nous avons vu la première moitié de l'agenda et non pas la seconde.

À ce stade, le principal objectif de Harper est de former un gouvernement majoritaire. Pour ce faire, il a besoin de plus d'appui au Québec et dans les régions urbaines. Si vous êtes dans l'une de ces situations, vous avez plus de chances d'attirer l'attention. Le gouvernement Harper se concentrera également sur les provinces. Il serait donc utile de faire en sorte que les provinces diffusent votre message. En ce sens, il est également important de travailler avec le ministre des affaires intergouvernementales.

L'essentiel des relations gouvernementales

- Établissez la confiance et développez des relations.
- Intégrez vos objectifs à l'agenda gouvernemental.
- Sensibilisez avec crédibilité : offrez des informations utiles et précises.
- Façonnez le débat public.
- Employez les outils et les institutions du gouvernement.

Surplus d'informations

- ❑ Les ministres conservateurs n'ont aucune expérience au sein du cabinet. Les nouveaux ministres ont maintenant des ressources substantielles par l'entremise de leur ministère et du BCP, mais ils ont de la difficulté à gérer.
- ❑ Les députés de l'opposition manquent d'informations et de recherches adéquates. Les libéraux manquent de ressources.
- ❑ Les comités parlementaires essaient d'améliorer leur capacité de recherche, mais sont toujours le lieu de luttes partisans.
- ❑ 66 des 308 députés n'ont jamais été élus à la chambre de communes auparavant.

Conditions nécessaires pour inciter les ministres à exercer leur volonté politique

- ❑ Soyez patient et persévérant.
- ❑ Trouvez un champion et mobilisez-le (il est important d'avoir des supporters à tous les niveaux : personnel du ministre, hauts fonctionnaires, bureaucrates, etc.).
- ❑ Intégrez vos préoccupations à l'agenda gouvernemental.
- ❑ Éliminer le négatif.
 - Alignez-vous aux partis d'opposition.
 - Ayez recours aux médias.
- ❑ Répétez sans cesse votre message.
- ❑ Attendez l'alignement des étoiles .

D. Quoi observer dans le nouveau gouvernement?

1. Richard Shilington, Tristat

Richard se spécialise dans la relation entre les impôts et les politiques sociales.

La sensibilisation efficace nécessite de la matière. Il est important de savoir comment les données (les informations) peuvent faire avancer votre cause et donner plus d'impact à votre campagne.

Parce que les organismes de sensibilisation ne contrôlent pas les médias ou l'agenda public, il est impossible de savoir avec certitude quand votre préoccupation aura l'attention du public. Il est bien d'avoir sa recherche prête pour le moment où votre domaine de prédilection aura la vedette.

Différentes politiques soutiennent différentes valeurs. Par exemple, les coupures dans les impôts appuient généralement la classe moyenne et les riches, tandis qu'une réduction de la TPS sera plus avantageuse pour les pauvres. Un autre exemple lié à la politique familiale est que les garderies soutiennent davantage les femmes de carrière, tandis que les allocations familiales ou le paiement de 1200 \$ aux familles viennent en aide aux femmes à la maison. Un exemple de politique fiscale lié aux immigrants pourrait être un changement permettant une déduction des dépenses liées à la requalification des titres de compétences ou au déménagement au Canada pour travailler.

Deleted: benefit to the

Quelles préoccupations en matière de politique sociales sont importantes pour les femmes immigrantes? Est-ce que les besoins en matière de garderie sont différents pour les femmes immigrantes? Veulent-elles des allocations familiales ou des garderies? Qu'en est-il des frais de déménagement? Des frais d'immigration? De l'aide sociale? Quels sont l'impact et l'importance de ces thèmes pour les femmes immigrantes?

L'ONFIFAMVC doit identifier quelles données sont nécessaires pour appuyer ses positions et les questions auxquelles elle doit répondre pour étoffer une question. Par exemple :

1. Quels sont les comportements reliés à l'emploi des mères immigrantes?
2. Qui utilise les garderies?
3. Quel pourcentage d'immigrants bénéficient de l'aide sociale?
4. Quel pourcentage d'immigrants accèdent à des programmes de préparation à l'emploi ou de mentorat? Quel est l'effet de ces programmes si l'on compare aux femmes immigrantes qui n'y ont pas accès?
5. Est-ce que les effets de la réduction de la TPS ou des impôts sont différents pour les femmes immigrantes?
6. Combien d'argent du RPC reçoivent en moyenne les femmes immigrantes? Est-ce moins par rapport aux femmes non immigrantes?
7. Quel est le pourcentage des femmes immigrantes sont professionnelles?
8. Combien de femmes immigrantes quittent le Canada pour d'autres pays accueillant les immigrants? Quel est la perte économique du Canada entraînée par cette migration?
9. Quel est l'impact des formations professionnelles sur les nouveaux immigrants? Est-ce qu'il en résulte de meilleures possibilités d'emploi pour eux?

Un participant a soulevé le fait que le Canada a signé des ententes avec certains pays (par ex. : Australie, Chili, etc.) concernant la SV et le RPC, afin que les expériences antérieures des femmes qui émigrent de ces pays soient prises en comptes dans le calcul des paiements de SV et de RPC auxquels elles ont droit au Canada. Quel serait un critère approprié pour signer ces ententes? Comment le Canada prend-il une décision au sujet des pays avec qui il signe ou ne signe pas une telle entente?

2. Nancy Peckford, AFAI

L'AFAI (l'Alliance canadienne féministe pour l'Action internationale) surveille la mise en œuvre des obligations du Canada en regard aux traités internationaux, notamment une entente qui s'intitule « Convention on the Elimination of All Forms of Discriminations against women » (CEDAW) et fait pression sur le gouvernement canadien pour qu'il remplisse ses obligations. L'AFAI est une alliance stratégique d'organisations de femmes et de groupes sur les droits de la personne. L'AFAI agit à titre d'organisme de surveillance.

Le Canada a signé la CEDAW il y a 25 ans. Il s'agit d'une très vaste entente qui inclut la santé des femmes, l'éducation, le soutien social et beaucoup d'autres sphères. Chaque pays ayant signé la convention, incluant le Canada, voit sa performance révisée de façon périodique par l'ONU. Depuis sa ratification, le Canada n'a pas de plan d'actions pour mettre en œuvre la CEDAW.

Le rôle de l'AFAI est de soumettre des rapports compensatoires à l'ONU, s'assurer de la présence d'une ONG lors des examens de l'ONU et d'informer les femmes du Canada des obligations relatives au traité international concernant les droits à l'égalité des femmes.

L'AFAI a lancé le défi CEDAW, une campagne nationale visant un changement des politiques dans six domaines avant 2007. Durant la campagne électorale fédérale, on a demandé à tous les chefs de parti de signer la promesse. Harper a promis de soutenir les droits de la personne des femmes immigrantes et a accepté le fait que le Canada doit faire davantage pour répondre à ses obligations internationales en matière d'égalité des femmes (18 janvier 2006). Du matériel résumant le défi CEDAW et les six domaines de politiques a été distribué.

Les participants ont souligné que, bien qu'on ait mis l'accent sur le programme des aides familiaux résidents dans le matériel, ce programme n'est pas la seule question majeure ayant été soulevée par les femmes immigrantes. Une préoccupation a été soulevée à l'effet que l'AFAI devait ne choisir qu'une préoccupation liée aux femmes immigrantes. Comment cette préoccupation a-t-elle été choisie? Nancy a reconnu que le processus de sélection n'était pas idéal et qu'il reflétait en partie une relation historique avec Intercede. Elle a insisté sur le fait que la porte était ouverte à une révision des six points dans la prochaine étape de la campagne et qu'il était important de développer une meilleure relation avec l'ONFIFAMVC pour d'éventuelles décisions en matière de politique.

Les participants ont également souligné que plusieurs Canadiens croient que la situation des droits de la personne est réellement meilleure comparativement à celle d'autres pays et que les gens d'ici, surtout les immigrants, ne devraient pas se plaindre. Nancy a confirmé que c'était également son expérience internationalement et que les femmes d'autres pays croient que l'AFAI ne devrait pas critiquer le Canada.

3. Chris Pullenayegem, Canadians for Public Justice

Chris a travaillé pour le gouvernement canadien pendant douze ans au Sri Lanka, avant son immigration au Canada. Cependant, comme dans bien des cas, son expérience professionnelle n'a pas été reconnue lorsqu'il a commencé à chercher un emploi ici.

Trente-neuf millions de personnes dans le monde sont déplacées. Le Canada accueille une fraction de ces personnes. Voici plusieurs grands thèmes au sujet desquels le gouvernement doit agir afin d'aborder la situation :

- Les causes de déplacement
- L'accès au Canada (remédier aux obstacles)
- Parrainage des réfugiés, détermination et protection : chaque année, 12 000 personnes viennent au Canada à titre de réfugié et parmi eux, 2 500 sont venus l'année dernière dans le cadre de programme de parrainage privé. Le Canada est le seul pays acceptant les parrainages privés. On définit « réfugié » différemment selon le pays, par exemple, les États-Unis ne reconnaissent pas la violence basée sur le sexe comme un critère pour être réfugié, contrairement au Canada.
- Intégration et établissement

Deleted: xix

- Imputabilité
- Temps de traitement (grave problème)

Au Canada, nous employons le langage économique. On fait référence aux immigrants comme des facteurs de production économique.

Au Canada, il y a 250 000 personnes sans statut ; elles ne sont pas recensées. Pour la plupart, ce sont des personnes qui n'ont pas de pays. Elles ont vécu dans l'instabilité pendant plusieurs années, payant des impôts sans pouvoir profiter de leurs droits.

Promesses des conservateurs

- Minimiser le stress et l'incertitude pour les requérants et leurs familles
- Travailler avec les provinces pour faciliter l'établissement des nouveaux arrivants
- Des formations linguistiques, des programmes de mentorat, l'amélioration des habiletés en recherche d'emploi
- Une agence nationale pour évaluer et reconnaître les qualifications professionnelles et les titres de compétence
- Encourager les étudiants étrangers à demeurer au Canada pour travailler
- Simplifier le processus de validation des demandes des réfugiés
- Mettre en œuvre un processus d'appel des réfugiés juste et court
- Réduire les droits exigés pour l'établissement des immigrants
- Reconnaître l'éducation non universitaire des requérants immigrants
- Élargir le système de points pour refléter les demandes du marché du travail
- Faire en sorte que les requérants puissent obtenir de l'information sur le statut de leur demande
- Un système plus transparent et plus juste

Ce qu'ils n'ont pas dit

- Comment ils traiteraient les personnes sans statut officiel au Canada
- Les personnes en détention pour raisons d'immigration
- Les victimes de trafic

E. Stratégies médiatiques

1. Raconter votre histoire aux médias : Francine Filion, Fédération canadienne des enseignants

Quand contacter les médias?

- L'événement ou l'annonce doit être digne de faire les manchettes et intéresser beaucoup de gens en dehors de l'organisation. Ce qui est important pour votre organisation ne doit pas nécessairement faire la une.
- Si vous contactez constamment les médias avec des messages inintéressants, vous perdez votre crédibilité et ils tendront à discréditer vos communiqués de presses.

Messages clés

- Soyez honnête et direct
- Testez vos messages avec collègues et amis et voyez ce qui fonctionne

- Ayez des faits appuyant votre message
- Employez un exemple personnel, une anecdote pour illustrer votre message
- Gardez votre message court et simple, employez un langage facile à mémoriser

Être le porte-parole

- Préparez les messages clés lorsque vous allez à une entrevue
- Répondez à une question et revenez à vos messages
- Demeurez centré sur les questions que vous voulez communiquer aux médias
- Soyez préparé à une gamme de questions
- Ne soyez pas sur la défensive; demeurez positif
- Plus vous répétez vos messages clés durant une entrevue, plus ils ont de chances d'être rapportés

Contactez les médias

- Identifiez les reporters les plus susceptibles de couvrir vos préoccupations
- Contactez les médias par téléphone ou par courriel; soyez bref et direct
- Expliquez comment joindre votre porte-parole
- Soyez disponibles

Répondez aux articles de journaux traitant de vos préoccupations

- Écrivez une lettre de l'éditeur
- Soumettez un article voisin de la page éditoriale ou un éditorial
- Demandez à rencontrer les membres du conseil éditorial

Outils pour joindre les médias

- Communiqués de presse
- Avis aux médias
- Conférences de presse

2. Paul Brent, CTV

Le but du communiqué de presse est d'attirer l'attention sur un développement en particulier. Utilisez-les lorsque vous avez quelque chose de nouveau et de sûr à annoncer.

Questions à poser avant d'écrire un communiqué de presse

- Qui est intéressé?
- Est-ce que l'annonce vaut la peine de faire les manchettes; intéresse-t-elle le grand public?
- Comment l'information affectera le public?
- Ai-je répondu aux questions de base (qui, quoi, où, pourquoi, quand, comment et combien)?
- Est-ce que j'ai tous les faits?

Trucs

- Écrivez le plus d'informations possibles dans le premier paragraphe. Le premier paragraphe raconte l'histoire. Répondez aux questions de base dès le départ.
- Les paragraphes subséquents offrent des informations et apportent des détails au premier paragraphe.
- Ajoutez le titre, la date et l'emplacement de l'annonce.
- Employez seulement une information par paragraphe.

- Pour les régions bilingues, assurez-vous que la nouvelle est dans les deux langues officielles
- Employez des phrases courtes
- Limitez la longueur à une page, lorsque c'est possible
- Employez des citations
- Incluez les noms de personnes à contacter et leur numéro de téléphone à la fin
- Envoyez-le communiqué à la liste de médias appropriée

Les médias cherchent des experts dans la communauté. Un premier contact est une réelle opportunité. Les reportages télévisés sont faits d'images et de gens. Si vous n'avez pas ces deux composantes cruciales, il est difficile de faire une nouvelle.

Vendez votre histoire à un comité éditorial. Répondez à la question, « quel impact cela a-t-il sur l'audience? »

Les éditeurs de nouvelles ont un immense impact sur l'information et passent à travers des centaines de nouvelles potentielles afin de sélectionner celles qui seront imprimées ou diffusées. Soyez-en conscient.

Mettez de l'émotion dans votre histoire. Trouvez quelqu'un qui a vécu l'événement afin d'illustrer votre histoire.

Trois questions souvent posées à Paul Brent

- 1) Qu'est-ce qui constitue une nouvelle? Un événement différent, significatif, de l'argent, les divertissements, etc. Quelque chose de pertinent pour une grande partie de la population.
- 2) Comment atteindre les médias? – Ayez un message court et simple. N'ajoutez pas de pièces jointes à votre courriel. Incluez la nouvelle en une page. Soyez disponible pour répondre aux reporters lorsqu'ils vous contactent. Ne dites pas « plus tard », parce qu'ils ne reviendront peut-être pas. N'envoyez pas de communiqués de presse le vendredi après-midi avant de quitter le bureau.
- 3) Comment écrire un communiqué de presse? Répondez aux questions de base; écrivez un court et puissant message. L'information la plus importante doit être dans le premier paragraphe.

Aujourd'hui, la une du *Globe and Mail* est un dossier sur les immigrants et leur isolation. Comment faire un suivi sur cet article? Préparez un article voisin de la page éditoriale de 800 mots avec toutes vos données. Faites référence à la une et mentionnez votre site Web. Préparez un communiqué de presse faisant référence à cette nouvelle.

Parfois, il y a un peu d'espace à combler. Dans ce cas, nous choisissons des nouvelles « moins significatives ». Observez les médias pour voir s'il est question de votre nouvelle et attendez le bon moment. Les médias reviennent. N'abandonnez pas la partie si vous n'avez pas de réponse immédiate. Attendez les occasions.

Une personne du comité est responsable de faire les arrangements pour les présentations, choisir les sujets, etc. Trouvez cette personne et contactez-la directement.

Très souvent, les médias font une seconde nouvelle qui est un suivi de la première. Si vous avez une nouvelle prête, préparez un suivi pour plus tard.

F. Quelle est l'approche de l'ONFIFAMVC?

Enfin, une brève discussion a eu lieu pour conclure au sujet des messages clés de la journée. En général, l'ONFIFAMVC est sur la bonne voie avec les éléments clés de la campagne sur les moyens d'existence et plusieurs idées spécifiques et suggestions émises au cours de la journée peuvent facilement être employées pour soutenir la campagne.

Deux des points entre autres soulevés par les participants étaient l'importance des relations avec les médias dans la stratégie de l'ONFIFAMVC (par ex. : il serait utile de fournir un gabarit pour les communiqués de presse et des formations sur les médias pour les défenseurs de l'ONFIFAMVC à travers le Canada), et l'importance des partenaires et des alliés dans le cadre de la stratégie (par ex. : établir une relation continue avec l'AFAI et d'autres organisations sur les droits humains et envoyer des mises à jour régulières sur la campagne à ces partenaires).

On s'est entendu que les discussions les plus ciblées portant sur la stratégie de l'ONFIFAMVC auraient lieu le lendemain avec le comité sur les moyens d'existence.

G. Conclusion

Monica Buchanan Johnson a remercié les présentateurs et les participants pour leur contribution et a souligné le travail du personnel qui a organisé l'événement. L'atelier s'est terminé sur une note et des commentaires positifs des participants et ce, dans une atmosphère enthousiaste pour continuer et aller de l'avant pour la prochaine étape de la stratégie.