



Les communautés et non pas les coupures

Un guide d'organisation d'actions locales

Août 2019



Introduction

Afin de changer la conversation au sujet des coupures faites les conservateurs de Doug Ford et de l'importance de défendre les services publics au sein de nos collectivités, nous devons créer des réseaux de membres du SCFP afin de faire participer la population et de monter la résistance et nous devons renforcer de tels réseaux.

À cette fin, le présent *Guide d'organisation d'actions locales* consiste en trucs et astuces visant à stimuler le militantisme au sein de votre section locale et de votre collectivité. Il se peut que ce guide comporte beaucoup plus d'informations que ce dont vous avez besoin – inutile de vous sentir submergé. Ce qui suit se veut une inspiration, non pas une obligation.

Actions pour l'engagement communautaire

Parmi les meilleures façons de sensibiliser davantage les gens au sujet des coupures faites par les conservateurs, il y a les actions d'engagement communautaire.

De telles actions peuvent inclure :

- la distribution de dépliants dans la rue (prendre un bain de foule);
- une table dans un marché fermier, un festival local ou un autre événement communautaire;
- des rassemblements éclairs, la participation à des événements organisés par des députés provinciaux et la participation à des séances de discussion ouverte;
- du porte-à-porte;
- des annonces, des messages sur les médias sociaux et des pages en regard de l'éditorial dans les journaux locaux et des sites Web de médias sociaux;
- des pique-niques et d'autres événements sociaux.

Avec les élections fédérales qui auront lieu en octobre, c'est présentement un excellent moment pour parler à vos voisins au sujet de l'importance des services publics et des torts qui sont causés par les conservateurs de la province. Les gens s'attendent à ce que les candidats politiques les arrêtent et sont souvent plus accessibles en période électorale. Il s'agit d'écouter les priorités et les intérêts des gens.

Conseils rapides pour le succès.

- **Avoir une liste de tâches.** Avoir une liste de tâches, et la consulter chaque fois que vous prévoyez des rencontres de groupe, est la meilleure façon de rester organisé. Faites en sorte que votre principal organisateur soit responsable d'en faire le suivi et d'assurer que tout le monde a un exemplaire lorsque cette liste est mise à jour. Votre liste de tâches devrait contenir une liste de choses qui doivent être faites pour votre événement, elle devrait mentionner la personne responsable, la date limite et le statut.

- **Travailler en groupe.** Que vous ayez une table lors d'un événement ou que vous frappiez aux portes, travaillez toujours avec un ami, un groupe d'amis ou d'autres membres. Cela rend l'expérience plus agréable, plus sécuritaire et plus intéressante. Vous pouvez faire la conversation à tour de rôle et vous entraider à travailler sur votre message afin de voir ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas.
- **Faire de l'écoute active.** L'engagement communautaire est une question d'écoute des gens, de tenter de comprendre leurs priorités et ensuite d'établir un lien.
- **Avoir du plaisir!** Les bains de foule et le porte-à-porte sont des moyens excitants et amusants de rencontrer les voisins et les personnes ayant des intérêts similaires.

Ressources

Le site <https://communitiesnotcuts.ca/fiches-dinformation/> est votre guichet unique pour des dépliants, des brochures, des guides et autres outils pour vous aider à diffuser le message. Si vous avez besoin d'une aide spéciale, envoyez-nous un message à info@cupe.on.ca.

Diffusion

Une fois que vous avez déterminé les fondations, il est temps de faire participer les gens à votre action. La meilleure façon de le faire c'est en informant les gens le plus tôt possible, afin de leur permettre de passer le mot et de planifier à l'avance.

Les groupes alliés devraient être ceux avec qui vous communiquez en premier pour passer le mot au sujet de votre événement. Ces groupes connaissent déjà les enjeux. Ces groupes incluent :

- d'autres sections locales du SCFP ou des conseils régionaux du SCFP;
- des conseils du travail;
- des sections locales (particulièrement d'autres syndicats du secteur public);
- des partenaires de coalition (Coalition de la santé, *\$15 and Fairness*, etc.);
- des amis et de la famille.

L'objectif devrait être de faire en sorte qu'ils participent à l'événement, qu'ils envoient un orateur et, dans certains cas, qu'ils appuient l'événement ou même le coorganisent.

Facebook

Créez un événement sur Facebook, préférablement parrainé par votre section locale. Une fois que vous avez invité tous vos contacts locaux par Facebook, pensez à trois à cinq personnes qui connaissent bien le milieu et qui peuvent inviter des gens qui pourraient être intéressés de réseaux plus vastes. Demandez-leur si elles seraient prêtes à passer 10 minutes à inviter des gens.

Courriel

La chose la plus facile à faire est d'envoyer des courriels de masse avec l'information de base au sujet de l'événement.

C'est une bonne chose de commencer avec une courte note personnelle expliquant que cela concerne votre vie. Par exemple : « J'ai été choqué de voir que le gouvernement de Doug Ford continue de réduire x service » ou « J'ai été inspiré par la façon dont les membres du SCFP ont lutté pour la sécurité au travail, mais également de constater à quel point leur vision à long terme pour financer adéquatement les services publics de l'Ontario est incroyable. » Si vous êtes impliqué émotionnellement, ils le seront aussi.

Incluez l'information de base quant à l'heure et l'endroit en haut, avec un lien vers l'événement sur Facebook, afin qu'ils puissent inviter d'autres personnes. Par la suite, incluez toute autre information que vous croyez pertinente. Vous pouvez mentionner le contenu à même l'appel à l'action de l'événement sur Facebook.

Téléphone

Des conversations en direct en personne et au téléphone **sont de loin la meilleure façon de faire participer les gens**. Obtenez la liste des membres de votre section locale et d'autres listes de coordonnées et passez du temps à appeler des gens pour leur demander de venir participer à votre événement. Assurez-vous d'expliquer les objectifs de l'action et manifestez votre enthousiasme.

Rôles

Si vous faites de l'organisation avec des bénévoles, il est bon de définir les rôles. Demandez à quelques amis et alliés d'assumer ces responsabilités. Il est bon d'avoir une bonne équipe lorsque vous amorcez une action, cela signifie que les organisateurs ne sont pas pris à tenter de tout faire.

Organisateur

Une ou deux personnes devraient être en charge de voir à ce qu'il y ait un horaire qui est respecté. Elles devraient également avoir une idée claire de ce que font toutes les autres personnes et être capables d'aider ou de trouver un remplacement si une personne ne se présente pas.

Vous ne voulez pas vous retrouver dans une situation où personne ne sait ce qui devrait se passer par la suite. L'organisateur devrait arriver préparé, avec un horaire quant au déroulement de l'événement, une liste d'orateurs et quelques bonnes chansons à scander.

Voici un horaire simple :

- 12 h 00 à 12 h 15 : les gens arrivent et scandent quelques chansons pour énergiser la foule
- 12 h 15 à 12 h 45 : orateurs
- 12 h 45 : annonces, remerciements pour la participation et résumé

Il est bien de terminer l'événement alors que l'énergie est encore élevée et de potentiellement proposer une activité après-rassemblement afin que les gens puissent faire un compte rendu et créer des liens. Les gens peuvent bouger et discuter, mais si l'événement est officiellement et définitivement terminé, les choses seront plus détendues.

Maître de cérémonie

Si vous avez une personne qui est endiablée, amusante ou débordante d'énergie, il est bon d'avoir une telle personne qui assure que les choses se déroulent bien – pour diriger les chants, présenter les orateurs et applaudir. Cette personne devrait s'être préparée à l'avance, savoir qui prendra la parole, dans quel ordre et pendant combien de temps. Si une personne parle trop longtemps, le maître de cérémonie a le pouvoir de lui faire des signaux subtils, puis de l'interrompre, et de passer au prochain orateur. Le début et la fin d'un événement sont ce dont se souviennent les gens, alors assurez-vous que le message est clair et positif.

Photographe

S'il n'y a pas de photos, est-ce que l'événement a vraiment eu lieu? Oui, mais le fait que les gens puissent voir l'événement en ligne a une grande incidence. C'est pourquoi de bonnes photos sont importantes. Un bon photographe se déplace et n'a pas peur de s'approcher pour assurer que le cliché est rempli de visages, près de banderoles, panneaux ou symboles appropriés (comme le panneau sur le bureau d'un député provincial).

Ce sera encore mieux si vous réussissez à créer un lien avec la personne que vous photographiez – si le photographe réussit à créer un lien, cadre bien les clichés et s'approche, les photos seront plus excitantes à regarder.

Gardez ce qui suit à l'esprit lorsque vous cadrez un cliché :

- orientez l'appareil-photo en format « paysage » au lieu de « portrait »;
- le visage de la personne qui est le sujet (par exemple, l'orateur qui parle présentement) devrait être dans la moitié supérieure de la photo, légèrement sur la gauche ou sur la droite. Si elle regarde vers la gauche, placez-la à droite de la photo et vice versa;
- soyez attentif aux accessoires gênants et orientez l'appareil-photo de façon à donner à votre sujet un bon arrière-plan.

Pensez à une liste de clichés pour votre action, dont des plans larges du groupe à votre lieu, des banderoles et des affiches principales, des orateurs qui s'adressent à la foule et des clichés de visages dans la foule. De bonnes prises sincères peuvent être incroyables mais des poses peuvent aider à exprimer l'énergie et la puissance concentrées de l'événement. C'est correct de prendre le contrôle à un certain point et de rapprocher les gens, d'optimiser le décor de fond, de lever les poings, etc. Afin de garder les choses simples, parlez à l'organisateur et au responsable de la logistique et assurez-vous que la prise d'une photo de groupe soit mise à l'horaire à l'avance.

La chose la plus importante que doit faire un photographe est cependant **d'envoyer immédiatement les photos à lbedard@cupe.on.ca** si vous voulez que le SCFP-Ontario

partage votre action. Ne tardez pas. Courir après des photos diminue l'impact de la journée d'action – les photos seront vues par des milliers de personnes. Incluez une description de l'événement, mentionnez toute personne importante qui se trouve sur la photo et envoyez tout autre message que vous aimeriez voir être reflété.

Si vous voulez vraiment faire preuve de fantaisie, enregistrez une vidéo. Des choses importantes incluent d'assurer que l'appareil-photo reste stable pendant quelques secondes avant et après avoir pris la vidéo et, bien entendu, pendant que vous prenez la vidéo. Les mêmes règles de cadrage s'appliquent et il est également important de savoir où se trouve le micro sur votre appareil-photo ou téléphone afin d'éviter de le bloquer ou de le frapper en déplaçant vos mains.

Pensez à demander à une personne d'être le vidéaste pour alimenter la page Facebook en direct. Comme le photographe, le vidéaste se trouve à l'avant, peut entendre les discours, montre la foule et est en direct sur un affichage public. Mais ne demandez pas trop d'images en direct parce qu'un trop grand nombre d'images en direct signifie de mauvaises connections et des connections rejetées.

Porte-parole pour les médias

C'est une personne qui a préparé quelques points importants à transmettre lorsqu'elle s'adresse aux journalistes. Si vous agissez comme porte-parole pour l'action, vous devrez approcher rapidement les médias à leur arrivée et leur dire que vous êtes disponible pour commentaires. Si vous ne le faites pas, ils trouveront d'autres personnes à interviewer, ce qui est correct, mais il est bon de s'assurer que la personne qui s'est préparée pour l'action soit interviewée.

Soyez prêt à répondre aux questions suivantes :

« Pouvez-vous me dire ce que vous faites ici

aujourd'hui? »

« Que souhaitez-vous accomplir? »

« Quelles sont les prochaines étapes pour votre groupe? »

En sachant comment répondre à ces questions à l'avance, vous éviterez la possibilité d'être hors sujet ou de devoir trouver une réponse sur place. Vous voulez communiquer ce qui se passe, pourquoi et ce qu'est le sentiment du groupe.

La chose principale est de parler uniquement des enjeux que vous voulez. Il est correct de ne pas répondre à des questions ou de seulement répondre à la question que vous souhaitez que l'on vous pose. Notre instinct nous dit d'être poli et de tenter de répondre aux questions dont l'objectif est de faire dérailler le sujet. C'est excellent dans n'importe quel autre contexte, mais pas celui-ci. Il est utile de pratiquer l'habileté qui consiste à seulement donner les réponses que vous voulez donner avec un ami. La répétition est la clé. Répétez votre point principal encore et encore (beaucoup plus que vous ne le feriez normalement dans une conversation!).

Si on vous pose une question à laquelle vous ne savez pas comment répondre, vous pouvez dire « eh bien, je ne le sais pas, mais ce que je sais c'est que ... (et puis revenez à votre

message), c'est-à-dire qu'il y a des milliers de personnes qui prennent des mesures aux quatre coins de l'Ontario aujourd'hui de façon solidaire et nous sommes ici aujourd'hui pour... ».

Logistique

Voici des exemples de quelques questions de logistique auxquelles vous devrez répondre avant votre événement :

Avez-vous besoin d'un mégaphone? Souvent, les conseils du travail ou les sections locales en auront un que vous pouvez utiliser gratuitement.

Avez-vous besoin d'une banderole? Avez-vous des pancartes à remettre aux gens lorsqu'ils arriveront? Y aura-t-il un rassemblement la veille au soir pour préparer quelques pancartes? De quelle façon ce matériel se rendra-t-il au rassemblement et que se passera-t-il avec par la suite?

À quoi ressemblera la manifestation? De quelle façon les gens seront-ils placés? Est-ce que les gens seront rapprochés ou dispersés? Qu'y aura-t-il derrière eux sur les photos? Qui apparaîtra dans les photos? Devons-nous avoir l'air puissants ou désorganisés?

C'est correct de sauter quelques-unes de ces étapes et de garder les choses très simples, mais il est bon que certaines personnes pensent au moins à toutes ces questions et s'assurent que tout ce que vous voulez qui se passe, se passe. Vous voudrez vous assurer d'arriver tôt et de vous installer afin que lorsque d'autres personnes arriveront elles sachent qu'elles sont au bon endroit.

Diffusion médiatique

Il est bon de préparer une liste d'organes de presse locaux à l'avance. Souvent, d'autres militants, groupes, sections locales ou conseils du travail auront quelque chose du genre, c'est donc une bonne chose de le demander à l'avance.

Dès que vos détails sont confirmés, envoyez un avis à vos médias locaux pour les inviter à l'événement.

Si possible, il est bon de passer 20 minutes à appeler les organes de presse pour confirmer qu'ils ont reçu l'avis aux médias, pour établir un contact humain et leur demander si vous pouvez compter sur leur présence. Les médias reçoivent de nombreux courriels et les messages se perdent facilement. Pour la presse écrite, si vous avez embauché un photographe, vous pouvez informer les journalistes de la presse écrite que vous pouvez fournir des photos après l'événement s'ils manquent de photographes.

Vous pouvez travailler à partir de ce modèle d'avis aux médias :

<https://docs.google.com/document/d/1VTmSKdHyhK6znS-f19gJdlWsGTcD31GEGaxtZC7o5z4/edit?usp=sharing>

Le jour de l'événement lui-même, envoyez un communiqué de presse aux mêmes contacts. Cela comprend des citations plus importantes de personnes qui participeront à l'action et la raison pour laquelle l'action est organisée. Nous incluons un modèle ici également.

Un autre modèle :

<https://docs.google.com/document/d/1xEthrgitxhoj0k2yUuL3XGGCIIdVGZHR6CID596pWAVQ/edit?usp=sharing>

Médias sociaux

Les médias sociaux sont un bon endroit pour faire connaître publiquement votre discours, un endroit où vous pouvez mentionner chaque réussite et événement marquant dans l'organisation tout en suscitant l'intérêt, afin de faire en sorte que les gens soient investis dans le résultat.

Médias sociaux (Faire passer le mot et accentuer votre succès!)

Identiqueter (*Taguer*) le SCFP-Ontario sur Facebook et Twitter (@CUPEOntario) et utilisez le mot-clé #lescommunautésetnonpaslescoupures.

La meilleure façon de dire au monde ce que vous faites, c'est par l'entremise de Facebook, Twitter et d'autres sites de réseautage sociaux. Affichez des photos et des détails au sujet de ce qui se passe et vous aurez des gens qui suivront votre manifestation en direct sur Internet!