

POINTS CLÉS POUR LA BATAILLE DE L'ATLANTIQUE

Travailler ensemble pour contribuer au succès des équipes de visibilité des unités.

Les produits qui seront fournis par les affaires publiques du QG de la RESNAV :

1. 11 avril, des versions francophones et anglophones d'un avis aux médias, d'un guide des affaires publiques, d'une annonce publique et de points de discussion.
2. 16 avril, des versions francophones et anglophones de modèles d'avis aux médias, d'infographies pour FB et des bannières pour FB et Twitter.
3. 17 avril, des versions francophones et anglophones de points de discussions au sujet de la bataille de l'Atlantique pour vous aider dans votre cérémonie. Vous trouverez en pièce jointe un document des Anciens Combattants du Canada contenant de l'information sur la bataille de l'Atlantique.
4. L'ensemble des documents peuvent être trouvés ici <http://www.davidlewispao.com/uvtoolbox.html>, sous les onglets Event Specific Templates > Battle of the Atlantic.

Point clé 1 – La valeur de la presse

Envoyer votre avis aux médias

La mission des équipes de visibilité des unités est de maximiser la visibilité de la cérémonie de la bataille de l'Atlantique. Une des nombreuses choses que nous ferons est d'envoyer l'avis aux médias. Bien qu'il soit intéressant d'envoyer l'avis aux médias aux grands médias reconnus de votre région, n'oubliez pas de l'envoyer également aux petits médias qui y porteront probablement plus d'attention.

Exemple 1: Le quotidien de votre région qui distribue plus de 32, 000 copies par jour

Exemple 2: Votre journal local (qui vient avec les publicités d'épiceries) qui est distribué dans 85 000 foyers. La plupart des équipes de ces journaux sont activement à la recherche de contenu à couvrir. N'oubliez pas d'inviter les rédacteurs en chef des journaux des cégeps, universités et groupes ethniques locaux. Bâissez votre réseau de contacts !



Point clé 2 – Prenez vos photos AVANT l'événement !

Planifier vos photos

Évidemment, vous ne pouvez pas prendre vos photos avant l'événement. Cependant, se promener à la recherche d'options de photos lors de l'événement n'est pas la meilleure stratégie. Planifiez votre prise de vue. Répertoriez les images que vous souhaitez capturer (voir la liste ci-jointe pour vous inspirer). Le fait d'avoir une liste de clichés à prendre vous aidera à travailler méthodiquement et capturer vos photos souhaitées.

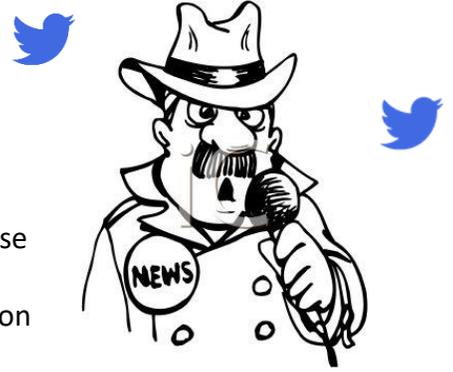


Cela vous donnera également l'occasion d'écrire de très courtes légendes (parfois même un mot) pour ces photos et de les faire traduire afin qu'elles soient prêtes à accompagner votre photo.

Point clé 3 – Tweet direct aux journalistes

Des méthodes alternatives pour inviter les médias.

Vous avez envoyé votre avis aux médias à la presse locale. Vous en avez également fourni une copie à la ville. Dans celui-ci, vous avez inclus vos informations de contact et votre demande de confirmation de présence. Que se passe-t-il maintenant ? Il est toujours judicieux de consulter le site Web des journaux que vous avez contacté et de rechercher les journalistes locaux (et non les journalistes de sports, etc.). Parfois, leur nom d'utilisateur Twitter sera directement inscrit sur le site Web. Sinon, il suffit de rechercher leur nom sur Twitter. Lorsque vous tweeterai des informations relatives à la bataille de l'Atlantique, assurez-vous d'identifier directement les journalistes.



Point clé 4 – Une opportunité de recrutement

La visibilité crée de l'intérêt

La cérémonie de la bataille de l'Atlantique, à l'instar du jour du Souvenir, est une cérémonie solennelle et non un lieu de recrutement. TOUTEFOIS, votre DRN organise sans doute une réception après la cérémonie. Vous ne savez jamais qui pourrait se présenter à la réception, donc assurez-vous de donner une visibilité aux opportunités d'emploi disponibles. Chaque DRN possède 6 bannières sur les métiers. Elles pourront être placées stratégiquement le long des couloirs, des entrées, etc.



Point clé 5 – Préparez votre commandant et votre chaîne de commandement

Planifiez à l'avance .

Préparez-vous : quand les médias arrivent, qui les accueille ? L'OAP est le premier choix, mais le UPAR et les autres membres de l'EVU doivent également être prêts dans le cas où de nombreux médias se présenteraient.

Préparez votre commandant : Assurez-vous d'avoir fourni à votre commandant une copie papier du guide des affaires publiques et les messages de la MRC sur la bataille de l'Atlantique.

Préparez-vous pour d'éventuelles entrevues : la plupart des entrevues demandées par les médias le dimanche de la bataille de l'Atlantique concernent le commandant de l'unité, l'invité VIP ou un ancien vétéran ayant participé à la bataille de l'Atlantique. Soyez proactifs dans l'identification de ces personnes. Votre commandant sera normalement disponible. Déterminez l'invité VIP et parlez au commandant pour déterminer quel ancien combattant serait le meilleur. Ensuite, contactez l'ancien combattant pour obtenir sa permission avant de diriger les médias vers lui.

NAVRES HQ – YOUR PUBLIC AFFAIRS TEAM - HERE TO SUPPORT YOU

SSO PA – **Major Josee Bilodeau** – josee.bilodeau@forces.gc.ca – 418-694-5560 ex5336

SSO Social Media / Outreach – **LCdr David Lewis** – david.lewis@forces.gc.ca – 226-700-8513

OPS and Planning – **Captain Mathieu Dufour** – mathieu.dufour@forces.gc.ca – 418-694-5560 ex5225

PAO – **A/SLt Jill Marcoux** – jill.marcoux@forces.gc.ca – 418-694-5560 ex5670

Social Media/Special Projects - **Andréa Parent** – Andrea.parent2@forces.gc.ca – 418-694-5560 ex5682

Graphic Artist - **Valerie Bourque** – Valerie.Bourque@forces.gc.ca – 418-694-5560 ex5682