

Les équipes de visibilité d'unité : un changement de culture dans la Réserve navale

PAR LE CAPC **DAVID LEWIS, QG RESNAV**

Le sifflet du manœuvrier sonne le rassemblement de l'équipage. De partout dans l'unité, les marins arrivent et se forment sur le pont de parade. Après les formalités et les annonces d'usage arrive la portion « promotions et récompenses » de la cérémonie. La première matelot de 2^e classe (mat 2) est appelée à l'avant, rassemble vivement ses talons, salue et serre la main du commandant (cmdt).

Le cmdt et le capitaine d'armes retirent ses épaulettes de mat 2 et les remplacent par d'autres de matelot de 1^{re} classe (mat 1). Un sourire énorme éclaire le visage de la nouvelle mat 1 alors que le photographe du navire prend la photo officielle. Une suite normale d'événements qui se déroule fréquemment dans toutes les divisions de la Réserve navale (DRN). Sauf que c'est un peu différent ce soir.

Le cmdt regarde le mat 1 et lui demande : « Mat 1, avez-vous votre téléphone sur vous? » Un peu interloquée, elle répond : « Oui, Monsieur ». Et le cmdt de lui demander : « Voulez-vous prendre un égoportrait, là, tout de suite, et le partager avec tous vos amis? »

Quelques instants plus tard, 253 amis reçoivent une publication Instagram montrant trois visages souriants, dont deux désignent le nouveau grade sur les épaules de la

mat 1. Et cela n'est que la pointe de l'iceberg d'un spectaculaire changement de culture dans les DRN à l'échelle du pays.

Dans le but d'aider et d'accélérer ce changement, la quartier général de la Réserve navale a incité chaque commandant de DRN à nommer un gestionnaire des médias sociaux pour leur unité. Le grade de cette personne importe peu, mais elle doit être un utilisateur avisé des médias sociaux et avoir la confiance de l'équipe de commandement. Un autre élément du nouveau coffre à outils est la création dans chaque unité d'une équipe de visibilité de l'unité (ÉVU). Travaillant de concert, les affaires publiques, les médias sociaux et le recrutement peuvent se compléter et obtenir ainsi une visibilité maximale et des résultats bien plus probants.

« Jusqu'à tout récemment, notre effort de recrutement dans les uni-

versités pouvait se limiter à l'envoi de deux recruteurs qui installaient un présentoir et espéraient que des étudiants s'y arrêteraient, dit le capitaine de corvette Yanick Bisson, officier supérieur d'état-major (OSEM) Recrutement. Nous l'avons maintenant augmenté d'un programme proactif d'affaires publiques (AP) qui annonce leur présence à la radio et dans les journaux de l'école; le gestionnaire des médias sociaux, de son côté, crée une campagne Instagram impliquant les étudiants en leur nom. Nous voyons déjà une augmentation importante de notre audience. »

Les membres de l'ÉVU se rencontrent au moins une fois par mois afin d'évaluer leur stratégie. À quels événements de visibilité les recruteurs pourraient-ils participer et en retirer un bénéfice? Quels événements de recrutement les AP pourraient-ils aider à promouvoir? Comment tout cela peut-il donner

La Musique de la Réserve navale accueille le NCSM Toronto au Port de Québec.
Photo : Cplc Richard Hallé. ►

une plus grande visibilité à la Marine royale canadienne (MRC) sur les médias sociaux, par l'entremise de chaque DRN ?

« Si nous doublons nos efforts pour la moitié des résultats, cela n'a aucun sens, dit la major Catherine Larose, OSEM AP. Le fait de communiquer entre nous et de tirer avantage des forces de chacun nous rend tous bien plus efficaces. »

Récemment, une fin de semaine de perfectionnement professionnel a rassemblé à Québec des officiers des affaires publiques, des représentants des affaires publiques d'unité, des gestionnaires de réseaux sociaux et quelques recruteurs, provenant de DRN de partout au Canada. Les graines des nouvelles ÉVU y ont été plantées au moyen de présentations de la RESNAV et de la MRC, et d'un défi du commodore Marta Mulkins: « vous êtes à l'avant-garde de l'entrée de la Réserve navale dans une nouvelle ère. Pour remplir notre mission de faire connaître la Marine aux Canadiens, nous devons aller à leur rencontre au sein même de leurs communautés. Les médias sociaux sont la nouvelle frontière. Soyons audacieux et créatifs; prenons la place qui nous revient dans cette déjà vaste et toujours croissante communauté. »



Avançant ensemble, nous pouvons tous faire partie de la solution en suivant les médias sociaux de notre propre DRN, de la Réserve navale,

de la MRC et d'autres sites pertinents qui donnent une image positive de notre Marine en ligne

EN BREF

Congrès d'été 2018 de la CIOR à Québec

PAR LES AFFAIRES
PUBLIQUES, QG RESNAV

Saviez-vous que du 5 au 10 août prochain des réservistes d'un peu partout dans le monde vont converger vers la ville de Québec pour le congrès d'été 2018 de la Confédération Interalliée des

officiers de la Réserve (CIOR) à Québec?
Vous voulez en savoir plus, visitez le www.cior.net!