



PLAN DIRECTEUR DE COMMUNICATION PUBLIQUE

2005 - 2009



*Rapprocher l'Assemblée nationale
et les députés des citoyens*

Le *Plan de communication publique 2005-2009* est une réalisation de la Direction des communications en collaboration avec les unités administratives de l'Assemblée nationale.

Afin de ne pas alourdir le document, le masculin inclut le féminin.

Pour obtenir des renseignements additionnels :

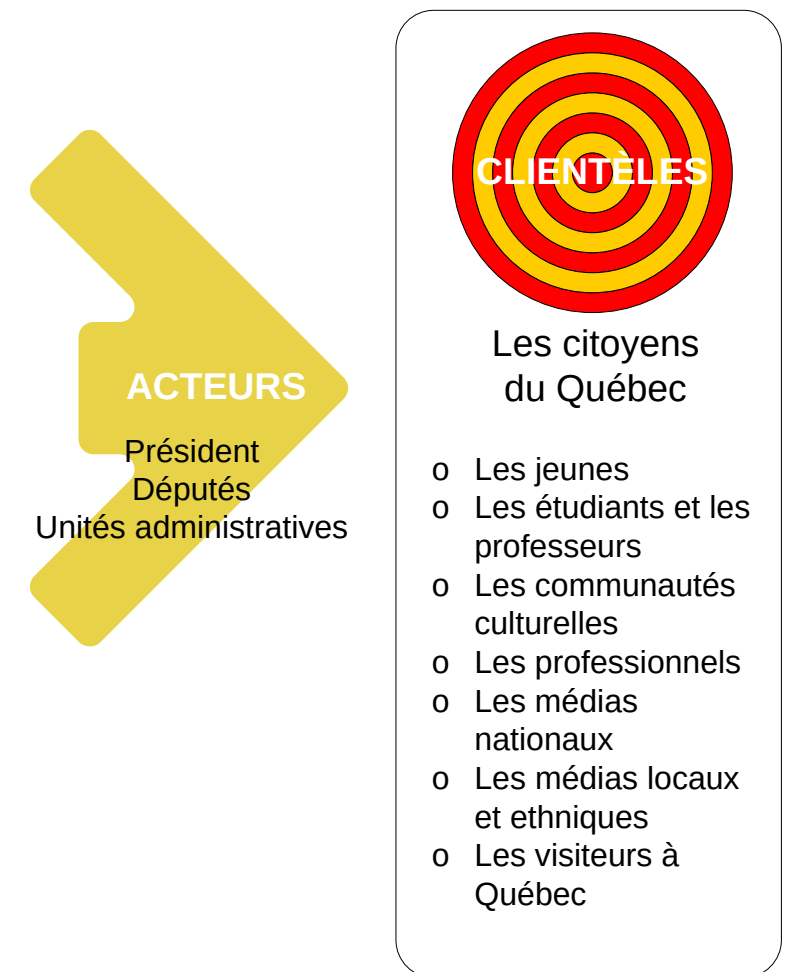
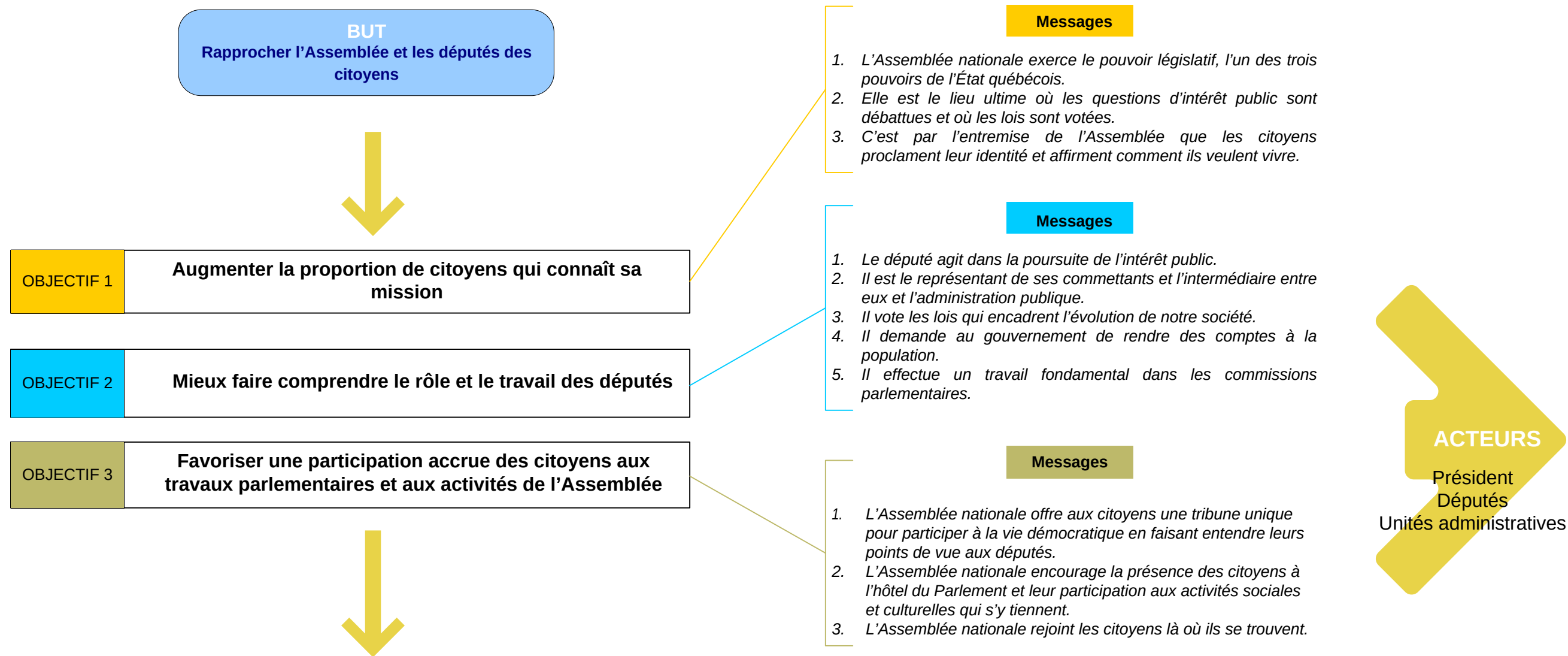
Direction des communications
Édifice Jean-Antoine-Panet
1020, rue des parlementaires
2^e étage
Québec (Québec) G1A 1A3

Téléphone : 418 643-1992
Télécopieur : 418 644-3593

www.assnat.qc.ca

Plan directeur de communication publique 2005-2009

Résumé



STRATÉGIE								
1. Signature visuelle distinctive et forte	2. Promotion par l'événement	3. Communications adaptées à la réalité des jeunes	4. Des outils de communication évalués et mieux connus	5. Exploitation optimale du Canal de l'Assemblée nationale	6. Site Internet répondant aux attentes des clientèles	7. Accueil personnalisé et élargi	8. Programme de publications global et ciblé	9. Meilleur soutien tactique aux députés et à l'administration
1.1 Concevoir la signature et l'image visuelle; 1.2 appliquer l'image et la signature à tous les outils de communication.	2.1 Utiliser des événements pour diffuser les messages de l'Assemblée.	3.1 Élaborer les messages dans une forme et un langage accessibles aux jeunes; 3.2 rejoindre les jeunes là où ils se trouvent.	4.1 S'assurer que les messages soient cohérents et compréhensibles; 4.2 faire connaître nos outils de communication; 4.3 mesurer l'efficacité des outils de communication.	5.1 Accroître le taux de pénétration; 5.2 enrichir la programmation;	6.1 Mettre en place des moyens pour accroître la participation des citoyens aux travaux parlementaires; 6.2 rendre l'information davantage vivante, accessible et centrée autour des travaux parlementaires et des députés.	7.1 Améliorer l'accueil et les lieux où il s'exerce; 7.2 diversifier l'offre de services aux visiteurs de l'hôtel du Parlement; 7.3 assurer une présence de l'Assemblée à l'extérieur de ses murs.	8.1 Procéder à une révision de l'offre de dépliants grand public; 8.2 éditer ou rééditer des ouvrages de référence et de prestige.	9.1 Apporter un soutien efficace aux députés et à l'administration en matière de communication.

RESSERRER NOS LIENS AVEC LA POPULATION

Depuis la fin des années 70, l'Assemblée nationale s'est dotée de nombreux moyens et outils de communication destinés à rapprocher les citoyens de leurs élus. Ce qui en a fait l'une des assemblées parlementaires les plus avant-gardistes au Canada sur ce plan.

Plus récemment, cette préoccupation a été réitérée par les députés dans le cadre de deux projets de réforme parlementaire, soit celui présenté par le leader du gouvernement, monsieur Jacques P. Dupuis, et celui que je déposais en juin 2004. L'un des quatre axes de ce dernier document s'intitule « Rapprocher l'Assemblée nationale des citoyens ». Il propose des mesures concrètes porteuses d'avenir qui apparaissent dans le présent plan de communication.

Malgré les efforts déployés, notre institution demeure insuffisamment connue, particulièrement chez les jeunes. Notre travail de parlementaire doit être mieux expliqué à la population. Voilà pourquoi il apparaît de la plus haute importance d'intégrer au plan stratégique 2004-2009 de l'Assemblée un plan de communication. Ce plan s'adresse aux députés et à leur personnel ainsi qu'aux employés de l'administration de l'Assemblée nationale et il permettra d'intensifier substantiellement nos efforts en se servant de nos acquis pour aller plus loin.

Dans un premier temps, nous avons voulu mesurer l'impact de nos initiatives communicationnelles par une étude sur la perception de la population à l'égard de l'Assemblée et des députés. Le rapport nous a permis de poser un diagnostic cohérent, de préciser nos objectifs des prochaines années pour mieux communiquer avec la population, la stratégie pour les atteindre ainsi que les moyens à employer pour y arriver.

Le programme que je vous sou mets est résolument tourné vers l'avenir. J'ai la profonde conviction que cet exercice, dont chaque membre de l'Assemblée constitue un acteur incontournable, contribuera à rapprocher encore plus l'institution et les députés des citoyennes et citoyens du Québec.

Le président,

A handwritten signature in black ink, reading 'Michel Bissonnet'.

MICHEL BISSONNET

TABLE DES MATIÈRES

L'état de la situation.....	9
Les objectifs.....	17
Les messages.....	21
Les acteurs, les clientèles et les partenaires.....	27
La stratégie.....	33
Le plan d'action 2005-2009.....	39
Une signature institutionnelle distinctive et forte.....	42
La promotion par l'événement.....	43
Des communications adaptées à la réalité des jeunes.....	44
Des outils de communication évalués et mieux connus.....	45
L'exploitation optimale du Canal de l'Assemblée.....	47
Un site Internet répondant aux attentes des clientèles.....	49
Un accueil personnalisé et élargi.....	51
Un programme de publications global et bien ciblé.....	52
Un meilleur soutien tactique aux députés et à l'administration.....	55



L'ÉTAT DE LA SITUATION

L'Assemblée nationale du Québec est l'instance suprême et légitime d'expression et de mise en œuvre des principes démocratiques. Elle est composée des 125 députés élus dans chacune des circonscriptions électorales du Québec. Le député exerce un rôle fondamental dans la société québécoise, car il est le représentant élu et légitime de la population de sa circonscription. Depuis plusieurs années, l'Assemblée met tout en œuvre pour faire connaître sa mission et favoriser son rapprochement avec les citoyens. Or, il appert que ses efforts ne sont pas suffisants.

En effet, l'administration de l'Assemblée a mené une série de consultations pour étayer sa réflexion au sujet des améliorations à apporter à ses outils de communication. Outre l'étude sur la connaissance et la perception des citoyens à l'égard de l'Assemblée¹, des consultations ont été menées auprès des utilisateurs du site Internet, des députés, des gestionnaires des unités administratives ainsi que des employés des secteurs politique et administratif de l'Assemblée. D'autres études sur les jeunes et les nouvelles technologies de l'information ont également été mises à profit.

Les résultats de ces consultations témoignent de la nécessité de mieux faire connaître l'Assemblée et le rôle des parlementaires, nécessité qui conditionnera les communications publiques de l'Assemblée pour les quatre prochaines années. Les constats touchent les aspects suivants :

1. La participation des citoyens aux travaux parlementaires

Les citoyens ont la possibilité d'exprimer leurs points de vue à l'occasion de consultations générales en commission parlementaire. Bon an mal an, environ 600 groupes ou individus viennent exprimer leurs points de vue et proposer des solutions aux députés dans le cadre de consultations. Entre juin 2000 et juin 2005, les citoyens ont été invités à cinq reprises à participer à des consultations en ligne. En outre, toute personne ou association de personnes peut adresser une pétition à l'Assemblée nationale pour obtenir le redressement d'une situation qu'elles considèrent comme injuste (appelée «grief») et sur laquelle l'Assemblée a le pouvoir d'intervenir.

Les propositions de réforme parlementaire incluent des mesures visant à intensifier le recours aux consultations en ligne, en plus d'offrir au citoyen la possibilité de s'exprimer sur tout mandat de commission en cours (étude détaillée d'un projet de loi, surveillance d'un ministère ou d'un organisme public, etc.). On veut aussi permettre aux citoyens de lancer ou de signer une pétition par voie électronique. Les commissions pourraient également utiliser la vidéoconférence pour entendre des témoins résidant en région isolée.

¹ L'étude intitulée *Connaissance et perception des citoyens à l'égard de l'Assemblée nationale et des députés* a été réalisée par Léger Marketing, du 3 au 11 mai 2004, auprès de 1 002 Québécois. C'est de cette enquête largement diffusée que sont tirés les constats de ce document sur l'image de l'institution et de ses membres.

2. La mission éducative

L'Assemblée offre un éventail d'activités éducatives s'adressant notamment aux étudiants des niveaux primaire, secondaire, collégial et universitaire.

La Direction des programmes pédagogiques tient annuellement sept simulations parlementaires et un jeu-questionnaire. Depuis trois ans, le président effectue également une tournée dans des établissements d'enseignement. Le but est de développer chez les jeunes les valeurs fondamentales de démocratie, de liberté, de justice, d'égalité, de solidarité, de participation et de respect des institutions.

Ces activités éducatives sont fort populaires auprès d'une catégorie appréciable de jeunes. Depuis 1992, 12 000 d'entre eux ont participé à des activités à l'hôtel du Parlement et 30 000 autres dans leurs classes. De plus, des cours sur la procédure parlementaire sont dispensés aux étudiants en droit de l'Université Laval, ainsi qu'à certaines catégories de fonctionnaires.

Malgré tout, l'intérêt des jeunes envers les institutions parlementaires est au plus bas. Nombre d'entre eux ne connaissent pas l'Assemblée ni le nom de leur député. Leur taux de participation aux élections est moins élevé que celui du reste de la population.

3. Le canal de télévision de l'Assemblée

La mission du Canal de l'Assemblée nationale est de retransmettre intégralement les travaux en Chambre et en commission, les conférences de presse, les activités éducatives et autres activités au plus grand nombre possible de foyers québécois. Il diffuse annuellement 2 000 heures de contenu.

Par contre, l'Assemblée est tributaire de la volonté des entreprises de télédistribution d'offrir ou non le signal à leur clientèle, ce qui fait que plusieurs citoyens du Québec n'ont pas encore accès au Canal de l'Assemblée.

La Direction de la diffusion des débats s'est récemment dotée d'équipements de nouvelle génération. Ainsi, l'Assemblée détient donc non seulement l'expertise humaine, mais également la technologie requise pour enrichir sa programmation télévisuelle, un vœu exprimé par la population.

4. Le site Internet

Le site Internet de l'Assemblée enregistre plus de 2,2 millions de visites annuelles. Créé en 1995 avec 200 fichiers, il en contient maintenant près de 45 000. Ses bases technologiques et de structure d'information ont atteint leurs limites.

Par ailleurs, le regroupement de l'information fait défaut. En conséquence, le citoyen n'a pas la garantie de trouver toute l'information disponible lorsqu'il effectue une recherche précise sur le site. Or, les nouvelles technologies permettent de diffuser l'information en fonction des besoins spécifiques de chaque type de clientèle.

Par ailleurs, son expansion et la multitude de projets Web qui s'annoncent commandent des solutions performantes pour gérer le site et mettre à jour son contenu, et exigent que les employés affectés à ces tâches puissent le faire avec facilité et autonomie.

À l'heure des services en ligne et de la modernisation des modes de gestion de l'administration publique, l'occasion apparaît idéale pour concevoir un modèle répondant davantage aux normes d'accessibilité et au profil des internautes de la nouvelle génération, dont les jeunes.

5. Les publications

L'Assemblée distribue gratuitement au grand public des publications dont certaines datent de plus de 20 ans. Ces documents ont été élaborés sans plan d'ensemble, au gré des besoins particuliers.

Cette absence de vision globale fait en sorte que de grands volets de la mission de l'Assemblée ne font l'objet d'aucune publication. De plus, les publications ne répondent plus aux besoins des différentes clientèles. Trop exhaustives et souvent rédigées dans un langage peu accessible, elles se recoupent et n'ont pas de public cible déterminé. La majorité des documents n'est disponible qu'en français alors que plus de la moitié des visiteurs ne le parle pas.

Enfin, les visiteurs ne reçoivent pas de documentation sur l'Assemblée de façon systématique. Un présentoir existe, mais il est mal situé.

6. L'accueil et les activités publiques au Parlement

L'hôtel du Parlement est un lieu public à circulation contrôlée. Les visiteurs peuvent assister aux travaux parlementaires, participer à une visite guidée², manger à son restaurant et faire un arrêt à sa Boutique.

Le développement de ces activités est tributaire de la capacité d'accueil de l'hôtel du Parlement, laquelle est pratiquement atteinte. Il faut revoir la façon dont l'Assemblée accueille les gens, tant sur le plan des lieux physiques que de la séquence d'accueil. De plus, les services d'information sur les jardins et l'architecture extérieure de l'hôtel du Parlement sont presque inexistantes. Le dépliant sur les statues et l'ornementation extérieure offert aux visiteurs depuis juin 2005 est un pas dans la bonne direction.

L'Assemblée nationale présente depuis quelques années des expositions thématiques. Les plus récentes ont porté sur l'histoire du Code civil du Québec et la caricature politique. Il n'y a cependant pas de programmation pour définir des thèmes et un calendrier précis.

² En 2004, quelque 80 000 visiteurs ont bénéficié d'une visite guidée dont 30 000 étudiants.

Enfin, la participation du Parlement du Québec à des salons thématiques, interrompue il y a de cela quelques années, serait sans aucun doute un bon moyen d'établir un contact direct avec les gens et de les informer sur l'Assemblée nationale et leurs élus.

7. L'absence de signature et l'image visuelle

L'absence d'une signature véhiculant les objectifs de communication de l'Assemblée fait grandement défaut.

Sur le plan graphique, l'Assemblée s'est dotée d'un logo distinctif. Cependant, il demeure difficile de trouver un fil conducteur visuel entre les plus importants outils de communication de l'Assemblée, tels le Canal de l'Assemblée nationale, le site Internet, le Portail intranet, le cédérom, les vidéos, le rapport d'activité et les autres publications institutionnelles.

8. Soutien tactique à la mission de l'Assemblée

La communication publique s'inscrit au cœur de l'essentielle mise en valeur de la mission de l'Assemblée, de la promotion de ses activités et des travaux parlementaires et de la transparence qui doit marquer ses travaux. La Direction des communications apporte un soutien stratégique et tactique aux députés et aux unités administratives dans leurs activités de communication.

a) Commissions parlementaires

En commission parlementaire, les députés débattent de sujets qui concernent l'ensemble des citoyens. Il s'agit là d'un des aspects les plus fondamentaux de leur travail. Plus de 600 groupes ou individus participent en moyenne à chaque année aux consultations en commission.

C'est par des avis, diffusés par voie de communiqué, et par des placements publicitaires que les citoyens sont invités à présenter leurs points de vue en commission. Ces publicités sont souvent mal positionnées, difficilement lisibles et d'un niveau de langage trop technique.

En outre, l'appui professionnel et technique de la Direction des communications se résume souvent à la révision linguistique de communiqués, ainsi qu'à la mise en page et au graphisme des documents de consultation. Des stratégies de presse lors de consultations jugées plus importantes ne sont élaborées qu'occasionnellement. Des moyens devront être définis pour mieux soutenir la présidence des commissions parlementaires en matière de communication.

b) La publicité

L'Assemblée nationale fait, en général, peu de publicité et n'a pas de stratégie de placement publicitaire. Habituellement, les seules publicités de l'institution concernent des événements (brunch estival, expositions, etc.) ou des consultations menées par des commissions parlementaires (avis de consultation publiés dans les grands quotidiens). L'utilisation du site Internet et du canal de télévision pour promouvoir la participation des citoyens aux activités et aux travaux doit se poursuivre.

Outre ces publicités ponctuelles, l'Assemblée ne fait pas de publicité à caractère institutionnel visant à expliquer sa mission et le travail du député, ce qui constitue une lacune. Elle n'appuie pas suffisamment les députés qui, au niveau local, mènent ou voudraient mener des initiatives publicitaires en ce sens.

c) Relations interparlementaires et internationales

L'Assemblée nationale ne dispose pas d'une stratégie de communication pour cet aspect de sa mission qui, au sein de la population, demeure méconnu et parfois perçu comme entraînant peu de résultats concrets. Les rares communiqués qui suscitent l'intérêt des médias ont fait, au préalable, l'objet d'une stratégie de relations de presse et comportaient de façon évidente et concrète une nouvelle qu'un porte-parole défendait dans le cadre d'un événement de presse.

Conséquemment, l'Assemblée doit clarifier les objectifs de communication qu'elle poursuit en ce qui a trait à ses activités internationales et développer une stratégie pour les démystifier.

d) Activités éducatives

La Direction des communications développe des stratégies adaptées aux activités éducatives : conception d'outils promotionnels (affiche, dépliant, signet), diffusion de communiqués, transmission d'information par courriel à la presse ou aux institutions concernées et invitation aux médias.

Depuis l'hiver 2005, les conseillers en communication ont multiplié les relations de presse auprès des médias régionaux et soutiennent les députés dans l'effort de promotion des activités éducatives en leur fournissant les outils adéquats.

Une stratégie de presse uniforme devra être développée pour l'ensemble des activités éducatives organisées par l'Assemblée.

e) L'évaluation des moyens et des outils

Pour que les moyens et différents outils de communication permettent d'atteindre les objectifs visés et répondent aux attentes réelles des publics auxquels ils s'adressent, ils doivent être évalués avant leur lancement auprès d'utilisateurs faisant partie de la clientèle visée, et leur impact dans la population doit être mesuré. Déjà, les participants à certaines activités publiques et aux visites guidées sont invités à remplir des questionnaires pour mesurer leur satisfaction et les moyens publicitaires mis de l'avant pour les rejoindre. Cette pratique devrait être systématique.

L'étude sur la perception de la population à l'égard des députés et de l'Assemblée devra être reprise en 2008 pour évaluer l'atteinte des objectifs du présent plan.

The background of the slide features a detailed, low-angle photograph of a Gothic cathedral tower, likely the spire of Amiens Cathedral. The tower is light-colored stone with intricate carvings and a tall, slender structure. At the very top, a French flag (blue, white, and red) flies from a flagpole. The image is semi-transparent, allowing the text to be clearly visible. The bottom of the slide has a solid blue band with faint, curved white lines and a faint, larger-scale architectural pattern.

LES OBJECTIFS

Dans une société, une démocratie est d'autant plus saine que ses citoyens connaissent leurs institutions parlementaires, comprennent le rôle et le travail de leurs élus et participent aux affaires publiques, en particulier les débats qui se déroulent dans leur Parlement. Depuis quelques années, les activités de communication convergent déjà vers le but visé par le présent plan directeur de communication, soit de :

Rapprocher l'Assemblée nationale et les députés des citoyens.

Cependant, force est d'admettre que pour atteindre plus efficacement ce but, il faut mieux orienter et intensifier nos efforts, et se fixer des objectifs plus spécifiques.

Les objectifs

1. Les différents aspects de la mission de l'Assemblée sont méconnus : 30 % des Québécois disent ne pas connaître l'Assemblée. De surcroît, la proportion de répondants qui ne connaît pas l'Assemblée passe à 44 % chez les étudiants et à 53 % chez les 18-24 ans. En conséquence :

**L'Assemblée veut augmenter la proportion de citoyens
qui connaît sa mission.**

2. Les députés sont beaucoup plus proches de la population que l'institution en général ne peut l'être. Ils doivent donc être au cœur des activités de communication de l'Assemblée nationale : qui de mieux que le député lui-même pour démystifier son travail et le rendre concret aux yeux de la population? En conséquence :

**L'Assemblée veut mieux faire comprendre le rôle
et le travail parlementaire du député.**

3. L'Assemblée veut encourager les citoyens à faire connaître leurs points de vue sur les débats en Chambre et en commission notamment par l'entremise des technologies de l'information. En participant aux activités à caractère culturel, social et historique de l'Assemblée, à l'intérieur et à l'extérieur de l'hôtel du Parlement, les participants approfondissent leur connaissance et leur compréhension des rôles de leurs élus et de la mission de l'Assemblée. En conséquence :

**L'Assemblée veut favoriser une participation accrue
des citoyens à ses travaux parlementaires et à ses activités.**



LES MESSAGES

Objectif 1

L'Assemblée nationale veut augmenter la proportion de citoyens qui connaît sa mission.

Messages

1. *L'Assemblée nationale exerce le pouvoir législatif, qui est un des trois pouvoirs de l'État québécois, et elle contrôle les actes du gouvernement.*

L'État québécois est caractérisé par une séparation souple des pouvoirs. Essentielle à toute démocratie, cette séparation protège le peuple d'une concentration abusive de pouvoirs entre les mains d'un seul groupe ou individu. Elle permet aussi à chacun des trois pouvoirs (législatif, exécutif et judiciaire) de s'exercer d'une façon indépendante, tout en étant circonscrit et équilibré par les deux autres. L'exercice du pouvoir législatif est dévolu exclusivement à l'Assemblée nationale et ce rôle fondamental doit être mieux connu de la population, de même que le rôle de contrôle et de surveillance des actes du gouvernement qu'assument les députés.

2. *L'Assemblée nationale est le lieu ultime où les questions d'intérêt public sont débattues et où les lois sont votées.*

L'Assemblée est le lieu privilégié où les règles qui touchent la vie quotidienne des citoyens sont débattues. En effet, ce sont les députés qui étudient et adoptent les lois et qui débattent de questions d'intérêt public lors des débats sur des motions. La période des questions permet d'obtenir un complément d'information sur un projet ou une situation d'intérêt public. De plus, l'interpellation permet de tenir un débat public sur une question d'actualité ou d'intérêt général qui concerne tout particulièrement un ministre. Enfin, les commissions parlementaires permettent aux citoyens de participer concrètement aux travaux parlementaires.

3. *C'est par l'entremise de l'Assemblée nationale que les citoyens du Québec proclament leur identité et affirment comment ils veulent vivre.*

Les règles et principes qui régissent notre vie collective tirent leur légitimité des décisions prises par notre Parlement. L'Assemblée, par l'entremise des votes des députés, formule la seule expression juridiquement valable de la volonté populaire. C'est également à l'Assemblée nationale que sont débattus les grands enjeux qui animent notre collectivité, telles la santé, l'éducation et la culture. Ces lois importantes et ces débats ont jalonné son histoire et transformé notre façon de vivre en société. De 1792 à aujourd'hui, notre institution parlementaire a ainsi édifié, peu à peu, le Québec moderne que nous connaissons aujourd'hui.

Objectif 2

L'Assemblée nationale veut mieux faire comprendre le rôle et le travail parlementaire du député.

Messages

1. *Le député agit dans la poursuite de l'intérêt public.*

Les députés œuvrent pour la justice sociale et contribuent à améliorer les conditions sociales et économiques de tous les Québécois. Ils veillent à préserver l'intégrité de l'Assemblée et celle de ses membres, et considèrent l'honnêteté et le respect comme primordial dans leur conduite.

2. *Le député est le représentant de ses commettants, l'intermédiaire entre eux et l'administration publique.*

Le député est le représentant de sa circonscription et de sa région. À son bureau de circonscription, il traite les demandes des citoyens. Il les appuie dans leurs démarches auprès de l'administration publique. Le député est aussi un agent de développement régional et fait valoir les besoins de sa circonscription. En fait, il représente les citoyennes et les citoyens de sa circonscription électorale et est porteur de leurs projets et de leurs espoirs.

3. *Le député détient l'importante responsabilité de voter les lois qui encadrent l'évolution de notre société.*

Les députés sont également des législateurs. Au nom de leurs concitoyens, ils analysent, discutent, et adoptent les projets de loi, lesquels visent toute la société québécoise ou une partie importante de celle-ci. Les mesures sociales, culturelles, juridiques et économiques qu'ils adoptent façonnent la société et font souvent du Québec un précurseur et un modèle.

4. *Le député demande au gouvernement de rendre des comptes à la population.*

Le député contrôle l'action du gouvernement et l'amène à rendre compte de ses actes, des dépenses qu'il engage et des décisions qu'il prend. La multiplication des responsabilités de l'État dans la plupart des champs de l'activité humaine a entraîné un élargissement de cette fonction de contrôle. En outre, les mécanismes de reddition de comptes se sont passablement raffinés, si bien que, plus que jamais, le rôle de contrôleur du député doit être davantage expliqué à la population.

5. *Le député effectue un travail fondamental dans les commissions parlementaires.*

Le député exerce principalement son rôle de législateur et de contrôleur dans les commissions parlementaires. Cet aspect du travail du député est méconnu et devra être mis en valeur. En outre, le travail en commission prend une importance grandissante dans les parlements du monde entier.

Objectif 3

L'Assemblée nationale veut favoriser une participation accrue des citoyens à ses travaux parlementaires et à ses activités.

Messages

1. *L'Assemblée nationale offre aux citoyens une tribune unique pour participer à la vie démocratique en faisant entendre leurs points de vue aux députés.*

C'est en commission parlementaire que les citoyens peuvent se faire entendre lors de consultations publiques sur des enjeux qui touchent leur vie de tous les jours. En lançant ou en signant une pétition, une ou plusieurs personnes peuvent s'adresser à l'Assemblée pour obtenir le redressement d'une situation qu'elles considèrent comme injuste. En outre, les nouvelles technologies de l'information ouvrent de nouvelles voies de participation au citoyen sans qu'il ait à se déplacer : consultations en ligne, pétitions électroniques, commentaires sur des mandats de commission en cours et présentation d'un mémoire aux députés par vidéoconférence.

2. *L'Assemblée nationale encourage la présence des citoyens à l'hôtel du Parlement et leur participation aux activités sociales et culturelles qui s'y tiennent.*

Lieu d'histoire et de démocratie, l'hôtel du Parlement est un joyau de notre patrimoine que la population est invitée à découvrir. Les visites guidées, les expositions et les événements spéciaux qui s'y tiennent sont autant de façons de participer à la vie démocratique et d'exercer une citoyenneté éclairée en comprenant mieux le rôle de l'Assemblée et le travail des députés. Les visiteurs de l'hôtel du Parlement peuvent compléter leur visite en savourant un repas au restaurant *Le Parlementaire* et en passant à *La Boutique* de l'Assemblée.

3. *L'Assemblée nationale rejoint les citoyens là où ils se trouvent.*

L'Assemblée organise des activités à l'extérieur de ses murs et participe à des salons en région. Il arrive que des commissions parlementaires se déplacent pour favoriser une consultation plus large des citoyens. Enfin, le canal télé, le site Internet et les publications de l'Assemblée constituent autant de moyens de rejoindre le citoyen là où il se trouve.

LES ACTEURS,
LES CLIENTÈLES
ET LES
PARTENAIRES

Les acteurs

Au sein de l'Assemblée, président, députés, personnel de diverses unités administratives communiquent avec les citoyens. Le plan de communication vise entre autres à maximiser et à assurer la cohérence des efforts de tous ces acteurs et à mieux arrimer les activités de communication de l'institution avec celles que les députés entretiennent avec leurs concitoyens. Les députés sont donc à la fois les acteurs des communications à l'Assemblée et une clientèle, car les outils de communication de l'Assemblée sont aussi conçus à leur intention, pour faire connaître leur travail et mieux les appuyer dans leurs contacts avec leurs commettants.

a) Le président

Le président est le porte-parole officiel de l'Assemblée. Il peut déléguer cette responsabilité à des députés à certaines occasions, comme lors d'une activité publique, d'une mission ou d'un accueil officiel de l'Assemblée.

b) Les députés

Le député jouit d'une entière indépendance dans ses communications avec ses commettants. En outre, selon les fonctions qu'il exerce, il parle aussi au nom de :

- sa formation politique (chef, leader, whip);
- du gouvernement (ministre, adjoint parlementaire);
- ou d'une commission parlementaire (président ou vice-président de commission).

c) Les unités administratives

Sous la responsabilité du président, le secrétaire général veille à la gestion de plusieurs unités administratives responsables de la conception et de la mise en œuvre d'activités de communication de l'Assemblée :

- La Direction des communications : relations et activités publiques, communications Web, relations avec les médias, publications grand public;
- La Direction du protocole et de l'accueil : cérémonies officielles ou activités à caractère officiel, renseignements par téléphone, accueil à l'Assemblée, visites guidées;
- La Direction de la Bibliothèque : expositions thématiques, accueil et visite de la Bibliothèque, organisation de la Journée du livre politique;
- La Direction de la diffusion des débats : Canal de l'Assemblée et *Journal des débats*;
- La Direction du secrétariat des commissions : publicité sur les consultations générales et particulières, appui aux présidents et aux vice-présidents de commission en matière de communication;
- La Direction des programmes pédagogiques : mission éducative.

Les clientèles cibles

L'Assemblée s'adresse à l'ensemble de la population, et ce, en raison de sa mission. La population en général constitue la principale cible du présent plan de communication. L'efficacité de l'action communicationnelle nécessite de cibler certains publics.

a) Les jeunes

La méconnaissance des jeunes envers les institutions parlementaires est en hausse et leur taux de participation aux élections chute à un rythme préoccupant. Le plan d'action du présent plan directeur vise particulièrement les 12-17 ans.

b) Les établissements scolaires et les enseignants

C'est par l'entremise des professeurs et dans le cadre de leurs cours que les jeunes peuvent être le plus facilement rejoints.

c) Les citoyens issus de communautés culturelles

Nouvellement arrivés sur le territoire québécois, ils connaissent souvent moins bien les institutions québécoises, dont l'Assemblée nationale, et leur député.

d) Les professionnels s'intéressant de près aux travaux parlementaires

En raison des interactions des ministères et organismes avec l'Assemblée, les fonctionnaires du gouvernement du Québec doivent mieux cerner la mission de l'Assemblée et bénéficier d'une information de qualité, notamment sur les projets de loi. Ils constituent d'ailleurs la clientèle principale du site Internet (41%). Les juristes et spécialistes des relations gouvernementales s'intéressent également de près aux travaux des commissions parlementaires et aux travaux de l'Assemblée.

e) Les médias nationaux

Près de 80 représentants des médias nationaux travaillent au sein de la Tribune de la presse et couvrent l'actualité parlementaire. Les stratégies de presse pour certaines activités publiques ou institutionnelles de l'Assemblée visent également des journalistes affectés aux dossiers culturels et littéraires, par exemple.

f) Les médias régionaux et ethniques

En raison de leur proximité avec les enjeux locaux, les médias régionaux et ethniques constituent d'excellentes courroies de transmission pour rendre compte du travail du député et traiter de la participation des citoyens de leur circonscription aux activités de l'Assemblée.

g) Les visiteurs de la capitale nationale

Chaque année, 5 millions de touristes séjournent dans la capitale nationale, dont 3,6 millions de Québécois. Il s'agit là d'un public intéressant puisque déjà sur place, facile à rejoindre et potentiellement intéressé aux principales institutions de la capitale.

Mais c'est au citoyen, qui n'a pas toujours un intérêt immédiat à l'égard de l'Assemblée nationale, à qui s'adressent, d'abord et avant tout, les moyens de communication proposés dans le présent document.

Les partenaires

L'Assemblée peut compter sur des partenaires qui contribuent, par leur soutien et par leurs activités récurrentes, à faciliter la réalisation de ses objectifs de communication. Il s'agit notamment de :

a) L'Amicale des anciens parlementaires du Québec

Expositions et productions télévisuelles sont autant d'activités qui sont réalisées en partenariat avec cette association d'anciens députés de l'Assemblée nationale pour mettre en valeur le travail du député.

b) Les Archives nationales du Québec

Les Archives et l'Assemblée ont conclu une entente pour la conservation et la mise en valeur des archives des parlementaires par l'entremise d'expositions, de publications, etc.

c) La Commission de la capitale nationale du Québec

La Commission collabore avec l'Assemblée nationale à la mise en valeur des édifices parlementaires, à la tenue d'événements de commémoration et à des programmes de visites de l'Assemblée. Elle constitue un partenaire important pour mieux faire connaître l'Assemblée, qui confère à Québec son statut de capitale.

d) Le Directeur général des élections du Québec

Personne désignée par l'Assemblée, sa mission est liée à cette dernière. Ses objectifs de communication et ses clientèles s'apparentent à ceux de l'Assemblée.

e) La Fondation Jean-Charles-Bonenfant

La Fondation appuie financièrement les activités éducatives de l'Assemblée par la remise de prix lors de ces activités et la participation des jeunes à celles-ci. Elle offre des bourses à des étudiants universitaires assorties d'un stage à l'Assemblée nationale.

f) La Fondation des parlementaires québécois-Cultures à partager

La mission de la Fondation est de promouvoir l'éducation, l'apprentissage de la lecture et la solidarité entre les populations du Sud et du Québec. À ce jour, la Fondation a expédié plus de 600 000 livres dans 17 pays en développement.

g) Le ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport

Il collabore à l'élaboration des contenus des activités éducatives de l'Assemblée.

h) Le Regroupement des institutions muséales de Québec

L'Assemblée, en 2004, s'est affiliée à ce réseau qui regroupe les institutions muséales de Québec. Ce partenariat permet une mise en commun de ressources pour promouvoir les activités publiques de l'Assemblée auprès des citoyens de la ville et des touristes.

i) L'Université Laval

Elle a signé une entente avec l'Assemblée, notamment pour offrir des cours et des stages aux étudiants en droit et en science politique.



LA STRATÉGIE

1. Une signature institutionnelle distinctive et forte

Il y a quelques années, l'Assemblée a adopté le logo suivant :



Ce logo sera conservé. En complément, l'Assemblée se dotera d'un message et d'une image visuelle traduisant ses objectifs de communication et permettant aux citoyens de l'identifier rapidement. La signature s'articulera autour du député et de son travail.

L'aspect visuel des moyens de communication de l'Assemblée sera uniformisé autour de cette nouvelle signature. Un thème sonore sera également choisi pour le Canal de l'Assemblée. Un guide de normes graphiques définira des règles assurant le respect de l'intégrité de cette nouvelle image et ses applications dans les différents outils de communication de l'Assemblée.

En conséquence, l'Assemblée prendra les initiatives suivantes :

- concevoir la signature institutionnelle, incluant un message et une image;
- appliquer cette signature à tous les outils de communication.

2. La promotion par l'événement

L'Assemblée accroîtra la visibilité des députés, de l'institution et de ses services en créant des moments forts et en s'associant à des événements importants comme le 400^e anniversaire de Québec. À l'occasion des rentrées parlementaires, elle invitera les citoyens à une nouvelle journée portes ouvertes à l'hôtel du Parlement.

En conséquence, l'Assemblée prendra l'initiative suivante :

- utiliser des événements pour diffuser ses messages.

3. Des communications adaptées à la réalité des jeunes

L'Assemblée ne se limitera pas à inviter les jeunes à venir au parlement et à consulter ses outils de communication; elle s'efforcera de les rejoindre là où ils se trouvent.

Elle accroîtra sa présence auprès des jeunes de niveau secondaire, soit les 12 à 17 ans, et appuiera davantage les efforts des enseignants en matière d'éducation à la démocratie, au secondaire en particulier, notamment grâce à la refonte du site Internet. L'action dans les écoles sera amplifiée par la création de parlements scolaires en collaboration avec la Fondation Jean-Charles-Bonenfant.

L'Assemblée s'efforcera de rejoindre les jeunes dans les divers lieux qu'ils fréquentent, dans les sites Internet fréquentés par ce public, et dans leurs émissions de télévision préférées.

En conséquence, l'Assemblée prendra les initiatives suivantes :

- élaborer les messages dans une forme et un langage accessibles aux jeunes;
- rejoindre les jeunes là où ils se trouvent.

4. Des outils de communication évalués et mieux connus

L'Assemblée s'assurera que le contenu de ses messages soit cohérent et à la portée des publics auxquels ils s'adressent, ce qui amènera les citoyens à s'intéresser davantage à ses travaux et au rôle des députés. De plus, elle fera connaître ses moyens de communication et de consultation au moyen de campagne de promotion et démontrera un plus grand leadership en ce qui a trait à l'information parlementaire.

Enfin, les moyens et outils de communication seront évalués avant leur lancement auprès d'utilisateurs faisant partie de la clientèle visée, et leur impact dans la population sera mesuré *a posteriori*.

En conséquence, l'Assemblée prendra les initiatives suivantes :

- s'assurer que les messages soient cohérents et compréhensibles;
- faire connaître ses outils de communication et de consultation;
- mesurer l'efficacité des outils de communication.

5. L'exploitation optimale du Canal de l'Assemblée

L'Assemblée poursuivra ses représentations auprès du CRTC pour rendre obligatoire la diffusion de sa programmation par les entreprises régionales de câblodistribution et de télévision par satellite.

La programmation sera enrichie, en substituant le plus possible l'animation électronique par des productions télévisuelles (capsules thématiques, entrevues), et plus stable aux heures de grande écoute. Un animateur présentera un compte rendu hebdomadaire des travaux parlementaires et un bandeau défilant permettra de mieux informer les auditeurs sur les travaux en cours et sur la programmation à venir.

En conséquence, l'Assemblée prendra les initiatives suivantes :

- accroître le taux de pénétration;
- enrichir la programmation.

6. Un site Internet répondant aux attentes des clientèles

Le site Internet sera refondu entièrement sur de nouvelles bases technologiques, graphiques et informationnelles. Ce projet de grande envergure qui s'échelonnera sur trois ans facilitera le repérage et le regroupement de l'information sur son député ou sur un même thème. Cette refonte vise également à simplifier l'accessibilité aux documents et à offrir des services d'information et de participation sécurisés et fiables. Une information vulgarisée et un graphisme vivant rendront compte du dynamisme de l'Assemblée. Enfin, on favorisera une plus grande convergence des contenus du site et du canal de télévision de l'Assemblée.

En conséquence, l'Assemblée prendra les initiatives suivantes :

- mettre en place des moyens pour accroître la participation des citoyens aux travaux parlementaires;
- rendre l'information davantage vivante, accessible et centrée autour des travaux parlementaires et des députés.

7. Un accueil personnalisé et élargi

Plusieurs initiatives seront mises de l'avant pour mieux accueillir les visiteurs à l'hôtel du Parlement : nouvelle aire et nouveaux processus d'accueil des visiteurs, création d'un secteur réservé aux jeunes, un meilleur accès à *La Boutique*, revoir la séquence d'accueil, etc. Une programmation sera conçue pour présenter à l'hôtel du Parlement, et sans interruption, des expositions sur des thèmes liés au parlementarisme pour les quatre prochaines années.

L'Assemblée concevra des outils pour répondre aux besoins en information des touristes et des visiteurs, notamment en faisant la promotion de sa mission et de ses activités à l'extérieur de l'hôtel du Parlement.

En conséquence, l'Assemblée prendra les initiatives suivantes :

- améliorer l'accueil et les lieux où il s'exerce;
- diversifier l'offre de services aux visiteurs de l'hôtel du Parlement;
- promouvoir l'Assemblée à l'extérieur de ses murs.

8. Un programme de publications global et bien ciblé

L'Assemblée procédera à une réévaluation globale de ses publications. Les dépliants offerts au public seront adaptés aux besoins des différentes clientèles en utilisant une approche thématique au contenu actualisé et présenté dans un langage accessible. Ils feront une plus grande place à la valorisation du travail du député et contiendront tous une section sur les services d'information offerts aux citoyens (canal de télévision, site Internet, etc.).

Enfin, l'Assemblée éditera un tout nouvel ouvrage de prestige sur l'hôtel du Parlement et un autre de référence portant sur l'histoire des institutions parlementaires, en plus de rééditer certains ouvrages existants.

En conséquence, l'Assemblée prendra les initiatives suivantes :

- procéder à une révision de l'offre de dépliants grand public;
- éditer ou rééditer des ouvrages de référence et de prestige.

9. Un meilleur soutien tactique aux députés et à l'administration

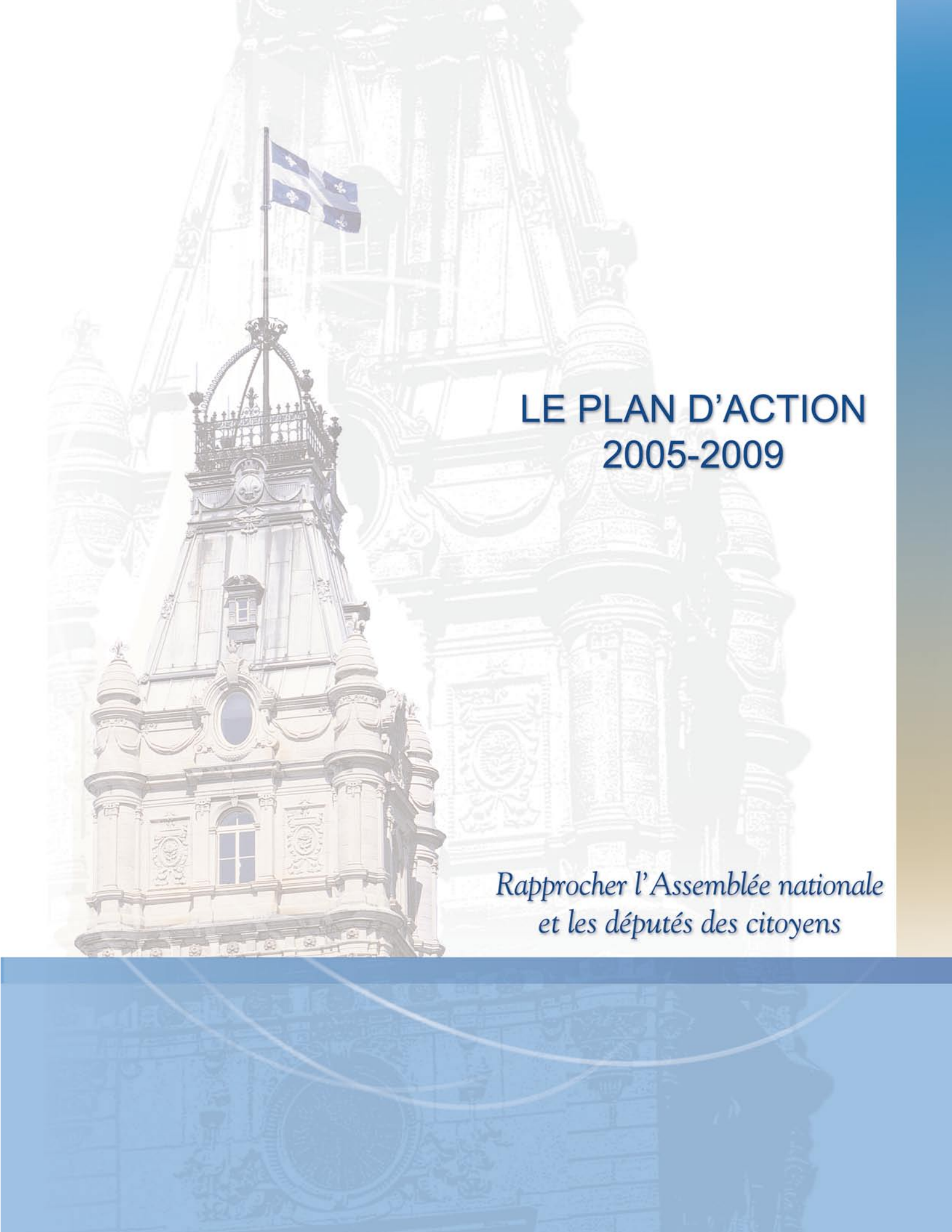
L'Assemblée nationale concevra des stratégies de communication pour mieux faire connaître le travail des députés en Chambre, en commissions parlementaires et sur la scène internationale. Les sections du site Internet sur ces grands sujets seront révisées dans le cadre de la refonte.

De plus, la Direction des communications appuiera encore mieux les députés dans leur stratégie de communication. Elle leur transmettra systématiquement des propositions de communiqués sur leur participation ou celle de citoyens de leur circonscription à des activités de l'Assemblée pour diffusion auprès des médias locaux.

Enfin, l'Assemblée utilisera plus fréquemment et intensément la publicité pour faire connaître ses activités institutionnelles. Une stratégie de placement publicitaire plus globale et générale sur sa mission et le travail du député sera conçue.

En conséquence, l'Assemblée prendra l'initiative suivante :

- apporter un soutien efficace aux députés et à l'administration en matière de communication.



LE PLAN D'ACTION 2005-2009

*Rapprocher l'Assemblée nationale
et les députés des citoyens*

Ce chapitre est consacré à la description des outils de communication qui seront requis pour permettre à l'Assemblée d'atteindre ses objectifs. Le plan d'action regroupe les éléments stratégiques présentés précédemment, soit:

1. Une signature institutionnelle distinctive et forte

- 1.1 Concevoir la signature et l'image visuelle
- 1.2 Appliquer l'image et la signature à tous les outils de communication

2. La promotion par l'événement

- 2.1 Utiliser des événements pour diffuser les messages de l'Assemblée

3. Des communications adaptées à la réalité des jeunes

- 3.1 Élaborer les messages dans une forme et un langage accessibles aux jeunes
- 3.2 Rejoindre les jeunes là où ils se trouvent

4. Des outils de communication évalués et mieux connus

- 4.1 S'assurer que les messages soient cohérents et compréhensibles
- 4.2 Faire connaître les outils de communication et de consultation
- 4.3 Mesurer l'efficacité des outils de communication

5. L'exploitation optimale du Canal de l'Assemblée nationale

- 5.1 Accroître le taux de pénétration
- 5.2 Enrichir la programmation

6. Un site Internet répondant aux attentes des clientèles

- 6.1 Mettre en place des moyens pour accroître la participation des citoyens aux travaux parlementaires
- 6.2 Rendre l'information davantage vivante, accessible et centrée autour des travaux parlementaires et des députés

7. Un accueil personnalisé et élargi

- 7.1 Améliorer l'accueil et les lieux où il s'exerce
- 7.2 Diversifier l'offre de services aux visiteurs de l'hôtel du Parlement
- 7.3 Assurer une présence de l'Assemblée à l'extérieur de ses murs

8. Un programme de publications global et bien ciblé

- 8.1 Procéder à une révision de l'offre de dépliants grand public
- 8.2 Éditer ou rééditer des ouvrages de référence et de prestige

9. Un meilleur soutien tactique aux députés et à l'administration

- 9.1 Apporter un soutien efficace aux députés et à l'administration en matière de communication

1. UNE SIGNATURE INSTITUTIONNELLE DISTINCTIVE ET FORTE

1.1 CONCEVOIR LA SIGNATURE ET L' IMAGE		
Projets	Description / Commentaires	Échéancier
Préparation du cahier des charges et sélection d'une firme	Les éléments qui composent l'image visuelle de l'Assemblée seront définis. Le document d'appel d'offres prévoira la conception : • de la signature et de l'image; • d'un visuel et d'un thème sonore pour le Canal (voir tableau 5.2); • du guide de normes graphiques; • de l'adaptation de la signature et de l'image à tous les moyens de communication et à la réalité des jeunes.	2005-2006
Conception de la signature et de l'image	Par la firme retenue à la suite de l'appel d'offres.	2005-2006
Approbation de la nouvelle image visuelle	Par le Bureau de l'Assemblée.	2006-2007

1.2 APPLIQUER L'IMAGE ET LA SIGNATURE À TOUS LES OUTILS DE COMMUNICATION		
Projets	Description / Commentaires	Échéancier
Rédaction d'un guide de normes graphiques	Le guide de normes graphiques inclura les règles entourant le respect de l'intégrité de cette nouvelle image et ses différentes applications. Il permettra de décliner le concept retenu dans tous les moyens de communication.	2006-2007
Application graduelle des normes	À tous les outils de communication : les imprimés (publications, documents administratifs), le Canal de l'Assemblée, le site Internet et le Portail intranet, les avis de consultation générale, la promotion et la publicité, la signalisation.	2006-2007

2. LA PROMOTION PAR L'ÉVÉNEMENT

2.1 UTILISER DES ÉVÉNEMENTS POUR DIFFUSER LES MESSAGES DE L'ASSEMBLÉE		
Projets	Description / Commentaires	Échéancier
Participation de l'Assemblée à des salons et des expositions au Québec	Un comité sera chargé d'identifier les événements les plus pertinents pour l'Assemblée, ainsi que le contenu et la forme de l'information présentée.	2007-2008 2008-2009
Conception d'expositions thématiques à l'hôtel du Parlement	Une programmation sera élaborée pour la période couverte par le plan directeur de communication. La prochaine exposition portera sur <i>Le Québec, ses députés et ses régions</i> .	2005-2006 2006-2007 2007-2008 2008-2009
Ajout d'une nouvelle Journée portes ouvertes	Dans le cadre de la rentrée parlementaire, cette journée vise à faire connaître le travail des députés aux citoyens. Les députés seront appelés à y participer.	2006-2007 2007-2008 2008-2009
Participation de l'Assemblée aux célébrations du 400 ^e anniversaire de Québec	Les projets/activités approuvés par le Bureau et faisant partie du présent plan directeur sont : - le centre des visiteurs de l'hôtel du Parlement; - l'édition (2 nouveaux livres); - l'exposition sur <i>Le Québec, ses députés et ses régions</i> - matériel promotionnel (oriflammes, affiches, etc.).	2007-2008 2007-2008 2006-2008 2007-2008
Diffusion d'une émission radiophonique d'affaires publiques à l'occasion des rentrées parlementaires d'automne	Des diffuseurs seront approchés pour les inviter à produire leur émission à l'hôtel du Parlement.	2005-2006
Brunchs les dimanches au <i>Parlementaire</i>	Les brunchs permettront d'attirer plus de visiteurs à l'hôtel du Parlement.	2006-2007 2007-2008 2008-2009

3. DES COMMUNICATIONS ADAPTÉES À LA RÉALITÉ DES JEUNES

3.1 ÉLABORER LES MESSAGES DANS UNE FORME ET UN LANGAGE ACCESSIBLES AUX JEUNES

Projets	Description / Commentaires	Échéancier
Message et concept visuel adaptés à la réalité des jeunes	Adaptation de la signature institutionnelle décrite dans le tableau 1.1.	2006-2007
Révision de la facture du matériel promotionnel	Une attention spéciale sera portée au design graphique du matériel s'adressant aux jeunes.	2006-2007
Évaluation des publications s'adressant aux jeunes	Consultation auprès d'enseignants pour vérifier la pertinence de remplacer les deux bandes dessinées <i>Les petits démocrates</i> et <i>L'Assemblée, une institution à connaître</i> .	2007-2008
Étude d'opportunité sur la production de publications pédagogiques (livres, cédérom, etc.)	Le ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport et des enseignants au niveau secondaire seront consultés sur l'opportunité de produire du matériel pédagogique sur la démocratie et les institutions parlementaires. Ce matériel serait produit en collaboration avec une maison d'édition.	2007-2008

3.2 REJOINDRE LES JEUNES LÀ OÙ ILS SE TROUVENT

Projets	Description / Commentaires	Échéancier
Tournée de la présidence dans les écoles secondaires	Les vice-présidents seconderont le président dans cette tournée. Soixante écoles par année pourraient ainsi être visitées. Les députés seront mis à contribution.	2006-2007 2007-2008 2008-2009
Parlements scolaires dans les écoles secondaires	Menée en collaboration avec la Fondation Jean-Charles-Bonenfant, l'initiative vise à : • assurer la mise en place de conseils bien structurés, légiférant pour l'ensemble des niveaux scolaires de l'école; • donner plus de pouvoirs aux conseils d'élèves; • promouvoir une plus grande solidarité entre les élèves élus, la direction de l'école et les enseignants.	2006-2007 2007-2008 2008-2009
Participation à des émissions destinées aux jeunes	Le président et de jeunes députés de l'Assemblée pourraient y traiter de l'Assemblée nationale et de leur rôle.	2006-2007 2007-2008 2008-2009
Création d'un espace « Jeunes et enseignants » sur le site Internet	Ajout d'informations schématisées et vulgarisées et de jeux aidant à comprendre le parlementarisme.	Voir tableau 6.3 s'inscrivant dans le cadre de la refonte du site

4. DES OUTILS DE COMMUNICATION ÉVALUÉS ET MIEUX CONNUS

4.1 S'ASSURER QUE LES MESSAGES SOIENT COHÉRENTS ET COMPRÉHENSIBLES		
Projets	Description / Commentaires	Échéancier
Protocole de rédaction	Un ensemble de règles régiront le langage parlé et écrit de tous les outils de communication. On privilégiera un langage plus direct et vulgarisé.	2007-2008
Contrôle de qualité	Les moyens et outils de communication seront évalués avant leur lancement auprès d'utilisateurs faisant partie de la clientèle visée, et leur impact dans la population sera mesuré.	À compter de 2005-2006
Tests d'utilisabilité du site Internet en construction	Sur le modèle de groupes de discussion, ces tests permettront d'évaluer l'ergonomie, la clarté ainsi que la pertinence des contenus et l'utilité des fonctionnalités interactives des pages Internet avant leur mise en ligne.	2006-2007

4.2 FAIRE CONNAÎTRE LES OUTILS DE COMMUNICATION ET DE CONSULTATION		
Projets	Description / Commentaires	Échéancier
Autopromotion des outils	Chaque outil de communication fera la promotion des autres (les publications annonceront le Canal et le site, lesquels traiteront des publications offertes).	À compter de 2005-2006
Publicité sur la programmation du Canal dans les guides de télévision des grands quotidiens (Voilà, etc.)	Faire connaître le Canal et certains éléments de sa programmation comme les entrevues avec d'anciens parlementaires du Québec.	2007-2008 2008-2009
Borne d'information interactive sur l'Assemblée dans les bureaux de circonscription	Mise à la disposition des députés et des citoyens de leur circonscription, cette borne comprendra un petit poste informatique diffusant le signal du Canal et le site Internet, un présentoir contenant les principales publications de l'Assemblée ainsi que de l'information de base sur l'Assemblée et ses principaux moyens de communication.	2007-2008
Trousse d'information sur l'Assemblée	Cette trousse sera remise aux députés. Elle contiendra différents outils et documents sur l'Assemblée (présentation PowerPoint, vidéo, publications).	2007-2008

4. DES OUTILS DE COMMUNICATION ÉVALUÉS ET MIEUX CONNUS (SUITE)

4.3 MESURER L'EFFICACITÉ DES OUTILS DE COMMUNICATION		
Projets	Description / Commentaires	Échéancier
Sondage auprès des internautes	Pour mesurer leur satisfaction à l'égard du site refondu.	2008-2009
Mesure d'impact	L'impact des moyens et des outils de communication sera mesuré notamment par des questionnaires remis aux participants à des activités publiques de l'Assemblée.	2005-2009
Étude sur la perception de la population à l'égard de l'Assemblée et des députés	Un sondage et des groupes de discussion seront menés à la fin de la période couverte par le plan directeur de communication pour mesurer l'atteinte des objectifs et les progrès réalisés depuis l'étude de 2004.	2008-2009
Étude de mesure de l'auditoire du Canal de l'Assemblée	Une étude sera menée au début en 2005 et une autre en 2008.	2005-2006 2008-2009
Sondage de satisfaction auprès des députés	Un sondage sera mené auprès des députés pour mesurer leur satisfaction à l'égard des services de communication. Un autre sera effectué auprès des internautes pour mesurer leur satisfaction à l'égard du nouveau site Internet de l'Assemblée.	2008-2009

5. L'EXPLOITATION OPTIMALE DU CANAL DE L'ASSEMBLÉE NATIONALE

5.1 ACCROÎTRE LE TAUX DE PÉNÉTRATION		
Projets	Description / Commentaires	Échéancier
Élaboration d'une programmation	Des productions télévisuelles, telles que la série d'entrevues avec d'anciens parlementaires et la période des questions, seront diffusées toujours au même moment de la journée ou de la semaine.	2006-2007
Promotion soutenue de la programmation	Publicité dans les guides horaires, dans notre site, etc.	Voir tableau 4.2
Privilégier la diffusion, en différé et en reprise, à l'animation électronique	Ajout, en soirée et les fins de semaine, de diffusion en différé et en reprise des travaux parlementaires et d'activités telles les simulations parlementaires.	2005-2006
Diffusion du signal dans plus de foyers québécois	Un mémoire sera présenté au CRTC pour lui demander de rendre obligatoire la retransmission du signal du Canal de l'Assemblée à leurs abonnés.	2006-2007
Diffusion de la programmation intégrale dans le site Internet	Cette innovation permettra de rejoindre un plus grand auditoire et notamment les auditeurs qui, en région, n'ont pas accès au signal du Canal diffusé par les câblodistributeurs.	Voir tableau 6.2 s'inscrit dans le cadre de la refonte du site

5. L'EXPLOITATION OPTIMALE DU CANAL DE L'ASSEMBLÉE NATIONALE (suite)

5.2 ENRICHIR LA PROGRAMMATION		
Projets	Description / Commentaires	Échéancier
Entrevues avec d'anciens parlementaires	Cette série d'entrevues avec d'anciens parlementaires qui racontent leur carrière de député et les grands événements qu'ils ont vécus sera diffusée sur le Canal. Cinquante-deux émissions seront prêtes pour diffusion, à raison d'une par semaine à compter de 2006.	Automne 2006
Bandeau animé	Défilant au bas de l'écran, ce bandeau présentera les travaux parlementaires et les activités institutionnelles en cours et à venir.	Automne 2006
Capsules d'information	Sujets : rôle du président, travail du député à l'Assemblée et en commission parlementaire, organisation des travaux parlementaires, activités institutionnelles, histoire de l'institution ou grands débats. (Ces capsules seront également diffusées dans le site Internet.)	Printemps 2006
Nouveau visuel	Voir tableau 1.1.	
Production d'un bulletin hebdomadaire	Courts bulletins présentés à heures fixes par un animateur. Selon des normes éditoriales convenues, il résumera chacune des rubriques des affaires courantes et les activités institutionnelles de la journée (Ex. : visite d'un dignitaire, simulation parlementaire).	À préciser
Entrevues avec des députés	Présentation du travail des députés et de leur circonscription.	2007-2008

6. UN SITE INTERNET RÉPONDANT AUX ATTENTES DES CLIENTÈLES

6.1 METTRE EN PLACE DES MOYENS POUR ACCROÎTRE LA PARTICIPATION DES CITOYENS AUX TRAVAUX PARLEMENTAIRES		
Projets	Description / Commentaires	Échéancier
Création d'une page « Participation des citoyens »	Cette page regroupera toute l'information pour permettre aux citoyens de participer aux travaux de l'Assemblée que ce soit de façon traditionnelle (présentation d'un mémoire en commission) ou par Internet (consultations en ligne, pétitions électroniques et commentaires sur des mandats de l'Assemblée en cours).	2006-2007
Pétitions électroniques	Le site permettra le lancement et la signature de pétitions par les citoyens. Ce projet est à l'étude par les députés dans le cadre de la réforme parlementaire.	2006-2007
Consultations en ligne	Consultation en ligne des citoyens dans le cadre de consultations générales de commissions parlementaires. Ce projet est à l'étude par les députés dans le cadre de la réforme parlementaire.	2005-2006
Commentaires sur des mandats de l'Assemblée en cours	Les citoyens auront la possibilité de faire valoir leur point de vue sur un mandat tel qu'un projet de loi et la surveillance d'un organisme.	2006-2007

6. UN SITE INTERNET RÉPONDANT AUX ATTENTES DES CLIENTÈLES (suite)

6.2 RENDRE L'INFORMATION DAVANTAGE VIVANTE, ACCESSIBLE ET CENTRÉE AUTOUR DES TRAVAUX PARLEMENTAIRES ET DES DÉPUTÉS		
Projets	Description / Commentaires	Échéancier
Nouvelle architecture informationnelle et technologique	Pour permettre un accès facile et convivial à toute l'information sur un député (interventions en Chambre et en commission, conférence de presse, etc.), sur un projet de loi, le mandat d'une commission, etc.	2005-2006 2006-2007 2008-2009
Abonnement à un service d'information personnalisé	Le citoyen qui le désire recevra un courriel l'informant d'une intervention de son député sur le fait ou qu'un sujet préalablement choisi par lui a été débattu en Chambre ou en commission.	
Calendrier des activités	Affichage des activités se déroulant à l'Assemblée (recherche par jour, mois et année). On y présentera un résumé des affaires courantes et de ce qui s'en vient au cours de la semaine.	
Capsules vidéos	Mise en ligne des capsules diffusées sur le Canal de l'Assemblée.	
Personnalisation de la page d'accueil	Possibilité de « personnaliser » la page d'accueil du site en fonction de ses intérêts.	
Refonte complète de la présentation visuelle du site	Contenu plus dynamique : plus de schémas et d'illustrations, des textes plus courts et vulgarisés, etc.	
Restructuration de la section sur les relations interparlementaires et internationales	Contenu plus vivant. On y fera état des accueils et des missions en cours, des députés qui y participent, des objectifs poursuivis et des résultats.	
Création d'un espace « Jeunes et enseignants »	Cette section « Jeunes » sera un complément à l'enseignement en classe. On y trouvera des informations schématisées et vulgarisées, du matériel pédagogique en ligne, des suggestions d'activités pédagogiques pour les enseignants ainsi que des jeux aidant à comprendre le parlementarisme.	
Diffusion de la programmation intégrale dans le site Internet	Cette innovation permettra de rejoindre un plus grand auditoire et notamment les auditeurs qui, en région, n'ont pas accès au signal du Canal diffusé par les câblodistributeurs.	

7. UN ACCUEIL PERSONNALISÉ ET ÉLARGI

7.1 AMÉLIORER L'ACCUEIL ET LES LIEUX OÙ IL S'EXERCE		
Projets	Description / Commentaires	Échéancier
Centre des visiteurs de l'hôtel du Parlement	L'aire d'accueil sera réaménagée à la porte 3 afin d'offrir aux visiteurs de l'information sur l'Assemblée et les députés, dans une perspective actuelle et historique et en utilisant des outils interactifs. Dans certains espaces tels que les niches inoccupées de l'hôtel du Parlement, des objets patrimoniaux liés aux institutions parlementaires et ayant appartenu à des députés ou provenant d'autres parlements seront exposés.	2007-2008
Stand d'information à l'extérieur	Stand amovible dans lequel des préposés donnent de l'information sur l'Assemblée, inscrivent les gens aux visites guidées, vendent des objets de <i>La Boutique</i>, etc. Cette mesure permettra de désengorger l'accueil à l'intérieur de l'édifice entre avril et octobre et sera un complément au centre des visiteurs.	2007-2008
Bornes sonores à l'extérieur de l'hôtel du Parlement	Ces bornes permettront aux visiteurs d'entendre des commentaires sur la construction, l'architecture, l'ornementation extérieure et les jardins de l'hôtel du Parlement.	2008-2009
Aire réservée à l'accueil des jeunes	Estrades au bas des escaliers du hall principal. L'objectif est de créer un lieu de rencontre pour rapprocher les citoyens, notamment les groupes de jeunes visitant l'Assemblée, et leur député.	2007-2008

7.2 DIVERSIFIER L'OFFRE DE SERVICES AUX VISITEURS DE L'HÔTEL DU PARLEMENT		
Projets	Description / Commentaires	Échéancier
Visibilité accrue de <i>La Boutique</i>	Accès plus direct pour le public, meilleure signalisation, publicité sur l'existence de <i>La Boutique</i> , disponibilité de feuillets promotionnels sur les produits offerts.	Voir tableau 7.1 Dans le cadre du projet d'aménagement du centre des visiteurs et du musée
Conception et réalisation d'expositions thématiques à l'hôtel du Parlement	Une programmation sera élaborée pour la période couverte par le plan. La prochaine exposition portera sur <i>Le Québec, ses députés et ses régions</i> .	Voir tableau 2.1

7. UN ACCUEIL PERSONNALISÉ ET ÉLARGI (suite)

7.3 ASSURER UNE PRÉSENCE DE L'ASSEMBLÉE À L'EXTÉRIEUR DE SES MURS		
Projets	Description / Commentaires	Échéancier
Participation de l'Assemblée à des salons et des expositions au Québec	Un comité sera chargé d'identifier les événements les plus pertinents pour l'Assemblée, ainsi que le contenu et la forme de l'information présentée.	Voir tableau 2.1
Programme de formation aux guides touristiques	Formation donnée aux guides touristiques de Québec, aux grossistes en voyage et aux employés de tours guidés, pour s'assurer de l'exactitude de l'information qu'ils transmettent sur l'Assemblée.	2008-2009

8. UN PROGRAMME DE PUBLICATIONS GLOBAL ET BIEN CIBLÉ

8.1 PROCÉDER À UNE RÉVISION DE L'OFFRE DE DÉPLIANTS GRAND PUBLIC		
Projets	Description / Commentaires	Échéancier
Évaluation des dépliants s'adressant aux jeunes	Consultation auprès d'enseignants pour vérifier la pertinence de remplacer les deux bandes dessinées <i>Les petits démocrates</i> et <i>L'Assemblée, une institution à connaître</i> .	2006-2007
Nouveau dépliant de première ligne sur l'Assemblée et le rôle du député	Clientèle : Grand public. Contenu : L'ABC de l'Assemblée et le rôle du député, comprenant des extraits de la publication <i>Questions et réponses sur l'Assemblée nationale</i> . Ce dépliant remplacera les brochures <i>Qu'est-ce que l'Assemblée nationale?</i> et <i>Questions et réponses sur l'Assemblée nationale</i> qui seront rajeunies et disponibles uniquement dans le site Internet.	2006-2007 2007-2008 2008-2009
Nouveau dépliant sur les députés	Clientèle : Grand public. Contenu : Cette nouvelle publication remplacera l'actuelle mosaïque qui présente la photo et le nom des 125 députés. En plus de présenter les députés, on ajoutera de l'information concernant le travail du député et ses fonctions de contrôleur, de législateur et d'intermédiaire.	2006-2007 2007-2008 2008-2009
Nouveau dépliant sur les travaux parlementaires	Clientèle : Personnes intéressées aux travaux parlementaires. Contenu : Rôle et fonctionnement des commissions parlementaires; les affaires courantes et les affaires du jour; la période des questions; description du rôle du leader, du whip, etc.	2006-2007 2007-2008 2008-2009

8. UN PROGRAMME DE PUBLICATIONS GLOBAL ET BIEN CIBLÉ (suite)

8.1 PROCÉDER À UNE RÉVISION DE L'OFFRE DE DÉPLIANTS GRAND PUBLIC		
Projets	Description / Commentaires	Échéancier
Réédition du carnet <i>Bienvenue à l'hôtel du Parlement</i>	Clientèle : Édition de première ligne s'adressant aux visiteurs de la capitale nationale. Contenu : Le contenu et le graphisme sont révisés chaque année.	2005-2006 2006-2007 2007-2008 2008-2009
Nouveau dépliant sur les présidents de l'Assemblée nationale	Clientèle : Grand public. Contenu : Explication de leur rôle et liste des présidents depuis 1867.	2006-2007 2007-2008 2008-2009
Réédition du dépliant sur les statues et l'ornementation extérieure de l'hôtel du Parlement	Clientèle : Visiteurs de l'hôtel du Parlement. Publié une première fois en juin 2005. Contenu : Description des statues et de l'architecture de l'hôtel du Parlement, historique de sa construction.	2005-2006 2006-2007 2007-2008 2008-2009
Réédition d'une série de dépliants intitulée <i>le Panthéon politique du Québec</i>	Clientèle : Visiteurs de la capitale et de l'hôtel du Parlement. Contenu : Les huit dépliants portant sur les bronzes d'hommes politiques installés dans les jardins de l'hôtel du Parlement seront réédités et regroupés par un bandeau. Ils seront vendus au coût de 2\$ à <i>La Boutique</i> de l'hôtel du Parlement et à l'Observatoire de la capitale.	2005-2006

8. UN PROGRAMME DE PUBLICATIONS GLOBAL ET BIEN CIBLÉ (suite)

8.2 ÉDITER OU RÉÉDITER DES OUVRAGES DE RÉFÉRENCE ET DE PRESTIGE		
Projets	Description / Commentaires	Échéancier
Nouvel ouvrage sur l'histoire des institutions parlementaires	Clientèle: Amateurs d'histoire et de livres de collection. Contenu: Intitulé provisoirement <i>L'Assemblée nationale, une institution au cœur de l'histoire</i> , ce livre portera un regard neuf sur l'histoire des institutions politiques depuis la fondation de Québec. Sera publié à l'occasion du 400 ^e anniversaire de la ville de Québec. La recherche est en cours.	2005-2006 2006-2007 2007-2008
Nouvel ouvrage de prestige sur l'hôtel du Parlement	Clientèle: Visiteurs de marque et amateurs de livres de collection. Contenu: Édité à l'occasion du 400 ^e anniversaire de la ville de Québec, il remplacera l'ouvrage actuel intitulé <i>L'Hôtel du Parlement, témoin de notre histoire</i> . Un appel d'offres a été lancé à l'été 2005 pour sélectionner une maison d'édition.	2005-2006 2006-2007 2007-2008
Réédition du <i>Répertoire des parlementaires de la 37^e législature</i>	Clientèle: Les députés et le grand public. Contenu: Présente les 125 députés (notes biographiques, fonctions parlementaires, coordonnées et données sur la circonscription). Cette publication en vente à <i>La Boutique</i> de l'Assemblée continuera de faire l'objet d'une mise à jour tous les 6 mois.	2005-2006 2006-2007 2007-2008 2008-2009
Réédition du <i>Dictionnaire des parlementaires 1792-2008</i>	Clientèle: Les députés et le grand public. Contenu: Publié à l'occasion des célébrations du 400 ^e anniversaire de la ville de Québec, cet ouvrage présentera une courte notice biographique des quelque 2 500 parlementaires ayant siégé depuis 1792.	2005-2006 2006-2007 2007-2008
Réédition de l'ouvrage <i>La procédure parlementaire du Québec</i>	Clientèle: Spécialistes en droit parlementaire. Une nouvelle édition de cet ouvrage de référence sera publiée au début de la prochaine législature.	Début de la prochaine législature
Étude d'opportunité sur la production de matériel pédagogique	Clientèle: Enseignants et étudiants de niveau secondaire. Contenu: Le ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport et des enseignants au niveau secondaire seront consultés sur l'opportunité de produire du matériel pédagogique sur la démocratie et les institutions parlementaires. Ce matériel serait produit en collaboration avec une maison d'édition.	Voir tableau 3.1

9. UN MEILLEUR SOUTIEN TACTIQUE AUX DÉPUTÉS ET À L'ADMINISTRATION

9.1 APPORTER UN SOUTIEN EFFICACE AUX DÉPUTÉS ET À L'ADMINISTRATION EN MATIÈRE DE COMMUNICATION		
Projets	Description / Commentaires	Échéancier
Diffusion par les députés de communiqués portant sur leur participation ou celle de citoyens de leur circonscription aux activités institutionnelles de l'Assemblée	Préparés par la Direction des communications, ces communiqués seront proposés aux députés pour diffusion auprès de leurs médias locaux.	2005-2006 2006-2007 2007-2008 2008-2009
Élaboration d'un carnet d'entrevues à des émissions d'affaires publiques et de type jeunesse	Participation du président, des vice-présidents ou d'autres membres de l'Assemblée.	2006-2007 2007-2008 2008-2009
Production de textes promotionnels pour les députés	Ces textes seront à la disposition des députés pour : - des publiereportages ou chroniques dans les hebdomadaires locaux ou régionaux; - des bulletins d'information aux citoyens de leur circonscription; - des capsules d'information liées à la circonscription (capsules historiques, saviez-vous que?, etc.) pouvant servir pour des publicités locales.	2007-2008 2008-2009
Soutien stratégique aux présidents de commissions	Sur le plan médiatique : Élaboration de plans sectoriels de communication; relations avec les médias; appui aux consultations itinérantes, etc. Sur le plan publicitaire : Optimisation de la stratégie de placement tant sur le plan visuel, rédactionnel que des médias utilisés.	2005-2006 2006-2007 2007-2008 2008-2009

Achevé d'imprimer
en juin 2006
Reprographie gouvernementale

