

LES BONNES PRATIQUES

Approches suggérées pour sensibiliser les entreprises à adhérer à l'initiative « Notre paysage linguistique »

Le présent document renferme quelques idées de bonnes pratiques ou approches qui ont été utilisées par certaines municipalités participantes à l'initiative NPL, et d'autres qui vous sont suggérées ici. Vous pouvez utiliser une de ces bonnes pratiques ou une combinaison de celles-ci. N'hésitez pas à émettre vos commentaires sur ces bonnes pratiques ou en suggérer de nouvelles. Pour toutes questions, appelez-moi au (506) 542-2622 ou envoyez-moi un courriel à nadine@afmnb.org.

Nadine A. Rjeily, agente de projets
« Notre paysage linguistique »
AFMNB
(506) 542-2622 (T)
nadine@afmnb.org

Bonne pratique A : Un objectif réaliste et mesurable

Exemple : Sensibiliser « X » nombre d'entreprises par mois à modifier leur affiche d'ici le 31 mai 2016 (*ça peut être 1, 2 ou 3 ou encore, un %*)

- Trouvez la meilleure personne pour approcher chaque entreprise (i.e. maire, un membre du comité, de la Chambre de Commerce). Une personne qui connaît le mieux la ou le propriétaire de l'entreprise ciblée;
- Privilégiez un contact direct, en personne. Éviter le téléphone ou le courriel. Les gens d'affaire sont tous très occupés. Donnez-leur rendez-vous autour d'un repas, comme au déjeuner par exemple (on peut quand même téléphoner ou envoyer un courriel pour prendre rendez-vous, mais sans trop élaborer sur l'initiative, en gardant pour la rencontre en personne);
- Mettez l'emphasis sur l'incitatif financier de l'AFMNB, et de la municipalité le cas échéant, et mentionnez que ces incitatifs ne seront probablement plus disponibles à moyen et long terme;

Bonne pratique B : La promotion de votre politique

- Faites-vous interviewer à la radio, faites l'objet d'un reportage écrit dans votre journal local! Prenez les devants et appelez votre journaliste. Ceux-ci se creusent souvent les méninges pour trouver le sujet d'un prochain reportage. Alors vous, accompagné si vous voulez du propriétaire d'une entreprise qui croit au projet, pouvez faire l'objet d'un reportage, d'une entrevue afin de promouvoir l'initiative, en donnant un bilan à date, en rappelant les objectifs, etc., question de bien mousser l'initiative;
- Utilisez (ou réutilisez le cas échéant) les bulletins communautaires écrits, incluant le site Web de votre municipalité, les médias sociaux, etc., afin de faire une nouvelle ronde de promotion de l'initiative ou de souligner les entreprises qui ont modifié leur affiche en les remerciant;

Bonne pratique C : La reconnaissance des entreprises

N'hésitez pas à reconnaître les entreprises qui ont adhéré à l'initiative. Remerciez-les de faire affaire dans votre municipalité et remettez-leur un certificat de reconnaissance. Profitez-en pour projeter un petit Powerpoint faisant la promotion de l'initiative NPL. Saisissez ou créez des occasions de les reconnaître dans des événements comme :

- Un « 5 à 7 » en collaboration avec votre conseil municipal;
- L'AGA de votre Chambre de Commerce ou autres;

Bonne pratique D : L'implication de votre école

Si ce n'est déjà fait, impliquez si possible les élèves d'une école de votre localité, comme projet d'étude de leur cours de français par exemple :

- Pour votre exercice de repérage linguistique ou pour votre 2^e ronde de repérage à la fin de l'initiative;
- Pour une remise des certificats de reconnaissance, lors du « 5 à 7 » par exemple;
- Pour les faire participer à un petit concours d'affiche;

Bonne pratique E : L'esthétique de l'affiche

Présentez-leur le Guide de l'affichage, soit le Powerpoint sur l'esthétique des affiches préparée par monsieur Marc Bouffard, urbaniste de la Commission d'urbanisme de Belledune. Ça pourrait leur donner des idées de comment construire leur nouvelle affiche;

N.B. : Une copie est disponible auprès de Mario Doucet.

Bonne pratique F : Soyez proactifs

Prenez les devants, demandez à une compagnie spécialisée dans la construction d'affiches de promouvoir l'initiative pour vous. On parle tout de même ici de plusieurs clients potentiels pour cette compagnie!

Sensibiliser également les acteurs possibles de cette initiative NPL qui sont les points d'entrée des nouvelles entreprises de votre région. On pense ici à la Commission d'urbanisme qui octroie les permis de construction des affiches, ou même carrément pour la construction de l'entreprise.