

**CONSEIL INTERNATIONALE D'ÉTUDES CANADIENNES
INTERNATIONAL COUNCIL FOR CANADIAN STUDIES**

PLAN STRATÉGIQUE 2008-2013

Table des matières

Le Conseil international d'études canadiennes	3.
Le Plan stratégique 2008-2013	4.
A. Recherche	6.
B. Enseignement	8.
C. Relève	10.
D. Rayonnement (communication)	11.
Annexe 1 : Le Plan stratégique du CIEC au fil des années	12.
Annexe 2 : Repenser l'étude du Canada : résultats du forum d'Edmonton	14.
Annexe 3 : Plan des communications du CIEC	16.

Le Conseil international d'études canadiennes

Le Conseil international d'études canadiennes (CIEC) est un organisme sans but lucratif incorporé, dirigé par un Conseil d'administration et un Comité exécutif élu de quatre personnes et soutenu par un Secrétariat permanent installé à Ottawa, Ontario, Canada. Le CIEC a été créé en 1981.

Le CIEC est une fédération regroupant vingt-et-une associations nationales et plurinationales d'études canadiennes et quatre membres associés dans trente huit pays. Le réseau du CIEC relie plus de 7 000 universitaires et chercheurs. Ces « canadianistes » publient chaque année des centaines d'articles et d'ouvrages savants sur divers aspects de la société canadienne et organisent des séminaires, des colloques et des conférences. Par leur enseignement et leurs séminaires, ils touchent plus de 150 000 étudiants.

Le CIEC a pour mandat de promouvoir les études, la recherche, l'enseignement et les publications sur le Canada dans toutes les disciplines et tous les pays. Dans ce cadre général, le CIEC a défini trois objectifs et trois secteurs prioritaires :

- promotion des activités de recherche. Le CIEC veille à la mise sur pied d'activités de recherche de calibre international et à l'établissement et à l'essor des études canadiennes dans les universités de tous les pays où l'intérêt est démontré.
- formation d'une communauté internationale de canadianistes. Le CIEC s'emploie à créer des liens et à faciliter les échanges entre la communauté internationale des canadianistes et à être pour elle une source d'information.
- diffusion des résultats de la recherche scientifique et information du public. Les activités de diffusion et d'information du CIEC englobent la distribution au Canada et à l'étranger des résultats de recherches, d'études et de travaux de canadianistes de divers pays et la sensibilisation du public aux études canadiennes.

Pour atteindre ces objectifs, le CIEC s'appuie sur un certain nombre de principes et de valeurs essentielles. Le CIEC est donc profondément attaché à l'excellence du travail universitaire. Il juge, de manière impartiale et en fonction de critères objectifs appliqués par les spécialistes du monde entier, ses propres programmes de bourses et de prix ainsi que les programmes qu'il administre pour le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Le CIEC ne met pas simplement l'accent sur les sciences humaines et sociales mais s'efforce de promouvoir la recherche et l'enseignement au-delà de la sphère universitaire. Il accorde beaucoup d'importance aux réseaux et à la création de partenariats stratégiques, touchant constamment de nouveaux publics. Il appuie et facilite la coopération internationale en recherche.

Le CIEC est aidé dans ses activités de collecte de fonds et de promotion par les « Amis du Conseil », un groupe de personnalités canadiennes présidé par Victor Rabinovitch, président-directeur général de la Société du Musée canadien des civilisations.

La gouverneure générale souscrit activement aux objectifs d'organismes sélectionnés en leur accordant officiellement sa présidence d'honneur, conférant ainsi le nom et le prestige du bureau vice-royal. Son Excellence la très honorable Michaëlle Jean, C.C., C.M.M., C.O.M., C.D., gouverneure générale et commandante en chef des Forces canadiennes, a accordé sa présidence d'honneur au Conseil international d'études canadiennes.

Le Plan stratégique 2008-2013

Le fonctionnement du CIEC se fonde sur ses plans stratégiques depuis 1995.¹ Les travaux de préparation du Plan stratégique 2008-2013 ont débuté en 2006 au moment où il a été décidé d'organiser en 2007 un forum sur le thème *Forum sur l'enseignement et la recherche sur le Canada dans un monde académique en évolution*. Pour préparer le forum, une enquête a été menée sur les études canadiennes en juillet 2006. Le forum a eu lieu le 24 mai 2007 à Edmonton en même temps que l'assemblée générale annuelle du CIEC. Le forum était axé sur quatre thèmes : la recherche, l'enseignement, la relève et le rayonnement. Les principaux obstacles et objectifs à cet égard ont été discutés, de même que les stratégies permettant de surmonter les obstacles, ainsi que les ressources nécessaires à la mise en œuvre des stratégies. Cela a servi de base au nouveau plan stratégique qui, comme les précédents, fixe les buts et les objectifs pour cinq ans.

Le Plan stratégique 2008-2013 est très différent des plans antérieurs. Alors qu'on avait laissé la responsabilité de la totalité de la mise en œuvre des plans stratégiques antérieurs, le nouveau plan sera mis en œuvre non seulement par le Secrétariat mais également par le Conseil d'administration du CIEC. Le nouveau Plan stratégique 2008-2013 propose, pour le CIEC et ses membres, de nouvelles orientations qui mettent l'accent sur la capacité d'adaptation aux changements en cours dans les milieux universitaires du monde entier et au climat politique actuel du Canada.

Les objectifs décrits ci-après sont définis comme essentiels pour l'accomplissement de la mission du CIEC, qui consiste à promouvoir et à soutenir l'enseignement, la recherche et les publications sur le Canada dans le monde. Les objectifs peuvent être formulés comme suit :

- favoriser un environnement fondé sur la collaboration relativement aux bourses et aux projets de recherche internationaux;
- promouvoir et renforcer la visibilité du CIEC;
- améliorer la communication et les relations entre les associations d'études canadiennes et le CIEC;
- favoriser l'essor des études canadiennes dans le monde;
- consolider les efforts du personnel du CIEC dans les domaines de la promotion, de la coordination et de l'évaluation des programmes et des activités du CIEC;
- assurer le soutien financier aux activités et aux programmes du CIEC.

Le Plan stratégique utilise les quatre thèmes choisis pour le forum d'Edmonton : recherche, enseignement, relève et rayonnement. Ce sont les piliers du Plan stratégique 2008-2013. L'annexe 2 décrit les résultats et les recommandations du forum d'Edmonton, qui sont importants pour comprendre ce qui sous-tend le Plan stratégique.2008-2103.

¹ Pour un bref historique des plans stratégiques du CIEC, voir l'annexe 1.

Même si bon nombre des mesures sont conçues et présentées en vue de leur application par le conseil d'administration et le Secrétariat du CIEC, il convient de souligner que toutes les parties intéressées par les études canadiennes, c'est-à-dire le Secrétariat du CIEC, le Comité exécutif du CIEC, le conseil d'administration du CIEC, les comités exécutifs des associations d'études canadiennes, les canadianistes, les réseaux d'études canadiennes, les centres d'études canadiennes, le MAECI, les missions du Canada, les universités et les établissements d'enseignement, jouent également un rôle important dans l'appui et la facilitation des mesures présentées dans le Plan stratégique 2008-2013 du CIEC.

Le Plan stratégique tient également compte des changements importants apportés au Programme d'études canadiennes du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, qui à partir du 1^{er} avril 2008, s'appellera Comprendre le Canada : Programme d'études canadiennes. Comme ce programme est en cours d'élaboration au moment de la rédaction du présent document, les lecteurs sont invités à visiter le site Internet de Comprendre le Canada : Programmes d'études canadiennes à l'adresse suivante :

<http://www.international.gc.ca/fac/studies-etudes/index.aspx>. Le nouveau programme est indéniablement plus compétitif et partiellement axé sur les priorités gouvernementales, mais il vise également à revitaliser et à diversifier les études canadiennes avec des méthodes très semblables à celles choisies au forum d'Edmonton.

On peut dire que l'étude de la société canadienne est devant un certain nombre de défis enthousiasmants et que le CIEC et les canadianistes du monde entier ont la chance unique de participer à sa revitalisation. Le CIEC est d'avis que les changements futurs permettront la création de partenariats et de liens nouveaux qui amélioreront l'étude du Canada.

Ce Plan stratégique vous appartient. De la même manière, vous devez considérer ses objectifs, ses orientations et ses mesures comme les vôtres également. L'étude du Canada est un projet collectif et coopératif. Le CIEC, le conseil d'administration et les associations d'études canadiennes s'efforcent tous de faciliter et de promouvoir le travail des canadianistes du monde entier et de développer davantage l'étude du Canada. Le succès et l'avenir des études canadiennes dépendent directement de la diversification et de la relève. L'atteinte des objectifs fixés dans le Plan stratégique 2008-2013 du CIEC assurera la poursuite des travaux de recherche associés aux études canadiennes et au CIEC pour les années à venir.

A. Recherche

Objectif

À mesure que les disciplines de recherche s'élargissent, il est nécessaire de faire plus pour ouvrir des domaines de recherche nouveaux ou non traditionnels se rattachant à l'étude du Canada. Tous les intervenants (secrétariat du CIEC, Comité exécutif du CIEC, conseil d'administration du CIEC, comités exécutifs des associations d'études canadiennes, canadianistes, réseaux d'études canadiennes, centres d'études canadiennes, MAECI, missions du Canada, universités et établissements d'enseignement) doivent être encouragés à élargir, autant que possible, la sphère et les milieux traditionnels des études canadiennes. En même temps, il est important de maintenir et de consolider les domaines de recherche traditionnels et de continuer à soutenir les chercheurs confirmés grâce à des initiatives de recherche à long terme.

Axe

Les activités de recherche devraient cibler tout particulièrement les projets de recherche à long terme (plurinationalaux et pluriuniversitaires) de portée régionale et de nature comparative. La conception de ces projets de recherche doit tenir compte des priorités du gouvernement du Canada et il faut s'efforcer de relier les champs d'études traditionnels à ces priorités.

Stratégies

- 1) Les stratégies de diversification de l'étude du Canada doivent comprendre la création de liens avec des chercheurs engagés dans de nouveaux domaines de recherche et d'enseignement, et la promotion de la dimension comparative de l'étude du Canada

Action du Comité exécutif et du secrétariat du CIEC

- Promouvoir des projets ou des subventions de recherche thématiques, ex. liens de recherche institutionnelle thématique
- Faire des démarches auprès du MAECI et du CRSH afin de créer des chaires de recherche à court terme
- Continuer à informer les canadianistes des ressources en recherches par le bulletin *Contact* et d'autres moyens
- Promouvoir des programmes en rapport avec l'étude du Canada au-delà des cercles et des publics traditionnels
- Faciliter le réseautage entre les canadianistes et les nouveaux chercheurs
- Promouvoir la recherche comparative

Action du conseil d'administration

- Promouvoir des projets ou des subventions de recherche concernant les thèmes nouveaux
- Promouvoir les bourses de recherche (BREC) au-delà des cercles des études canadiennes

- Nouer des contacts avec les chercheurs des universités et des instituts de recherche qui n'étudient pas le Canada
 - Échanger avec les collègues et d'autres publics les expériences de l'étude du Canada
 - Chercher des possibilités de collaboration à d'autres projets ou programmes, p. ex. : recherche conjointe, comparative, multidisciplinaire
 - Ouvrir les conférences, les réunions de spécialistes, les expositions, etc. à d'autres publics
 -
- 2) Les stratégies de renforcement de la recherche à long terme doivent mettre l'accent sur le maintien et/ou l'établissement de subventions de recherche à long terme (pluriannuelles), des séjours de recherche de longue durée (un ou deux ans), la dissémination des résultats de recherche à long terme, les subventions qui créent des réseaux de recherche à long terme.

Action du Comité exécutif du CIEC et du secrétariat du CIEC

- Cerner les possibilités de recherche à long terme avec les organismes de financement;
- Faire des démarches auprès du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) et du Conseil de recherches en sciences humaines (CRSH) afin de créer des chaires et des projets de recherche reliés à des priorités précises
- Trouver et utiliser de nouveaux moyens de communiquer les résultats de recherche (par exemple, les résumés exécutifs, les rapports spéciaux, etc. (cf. le Plan des communications à la fin du présent document pour avoir d'autres précisions)
- Promouvoir et soutenir les programmes du MAECI, comme les Réseaux internationaux de recherche (RIR), les Bourses Canada - Europe (BCE), les Bourses Canada - Asie Pacifique (BCAP), les Bourses Canada - Amérique latine - Caraïbes (BCALC)
- Continuer à publier la *Revue internationale d'études canadiennes* (RIÉC) et d'autres publications et les rendre accessibles en ligne
- Continuer à tenir des conférences biennales
- Créer des portails de ressources sur Internet
- Continuer à financer la publication de monographies par le Fonds d'aide à l'édition

Action du conseil d'administration du CIEC

- Cerner les possibilités de recherche à long terme dans les universités et les organismes de financement
- Publier des revues et d'autres publications et les rendre accessibles en ligne
- Continuer à tenir des conférences

B. Enseignement

Objectif

Créer et rendre accessibles des ressources d'enseignement aux canadienistes du monde entier et promouvoir de nouveaux sujets d'enseignement.

Axe

L'enseignement change considérablement dans le nouveau contexte globalisé et tout particulièrement dans le domaine des ressources électroniques ou virtuelles. Par exemple, l'enseignement en ligne prend de plus en plus d'importance. L'accessibilité aux ressources documentaires classiques pour l'étude du Canada a toujours été difficile pour des raisons de coût, de langue et de distance. Il faut faire porter les efforts non seulement sur la facilitation de l'accès à ces ressources, mais également sur le choix, la production et la dissémination du matériel. Il faut également mettre l'accent sur la promotion de la création des stages d'enseignement et de mentorats.

Stratégies

1) Les stratégies d'élargissement de l'accès aux ressources doivent cibler en priorité :

- les portails de ressources sur Internet,
- les ressources documentaires.
- les centres de ressources des centres d'études canadiennes et
- la dissémination des informations et des données sur le Canada.

Action du Comité exécutif du CIEC et du secrétariat du CIEC

- Continuer à publier la *Revue internationale des études canadiennes* et d'autres publications, et les rendre accessibles en ligne
- Créer un portail Internet de ressources sur l'étude du Canada
- Continuer à informer les canadienistes sur les ressources d'enseignement à l'aide du bulletin *Contact*
- Choisir et accroître l'accès à des ressources telles que : Amicus, les statistiques électroniques et les bibliothèques virtuelles
- Exercer des pressions pour ouvrir le programme d'appui aux bibliothèques aux ressources audio-visuelles et basées sur Internet
- Continuer à offrir le Programme de bourses postdoctorales
- Encourager l'enseignement conjoint en ligne entre universités et en particulier dans les programmes conjoints de doctorat

Action du conseil d'administration du CIEC

- Publier des revues et d'autres types de publications et les rendre accessible en ligne
- Échanger, créer et traduire les ressources d'enseignement
- Améliorer les centres de ressources
- Informer les canadienistes des ressources d'enseignement par des bulletins
- Offrir des subventions liées à l'enseignement

2) Les stratégies visant à développer l'enseignement et les possibilités d'enseignement sur les nouveaux sujets doivent cibler en priorité :

- la mobilité à l'appui de la formation à l'enseignement,
- des projets conjoints d'enseignement entre universités, instituts de recherche ou groupes de recherche,
- les séminaires destinés aux enseignants,
- l'ajout du Canada aux cours actuels et
- les stages d'enseignements et les mentorats

Action du Comité exécutif et du secrétariat du CIEC

- Continuer à soutenir les Bourses de complément de spécialisation (BCS) et faire pression pour en élargir l'accès
- Continuer à informer les canadianistes des possibilités d'enseignement au moyen du bulletin *Contact*
- Rendre accessible à des fins de réseautage une base de données sur les Bourses de complément de spécialisation (BCS)
- Afficher les curriculums et les programmes actuels et nouveaux disponibles sur le site Internet du CIEC

Action du conseil d'administration du CIEC

- Promouvoir la mobilité, les projets conjoints d'enseignement, les séminaires destinés aux enseignants
- Promouvoir les Bourses de complément de spécialisation (BCS) au-delà des cercles spécialisés dans l'étude du Canada
- Afficher les curriculums et les programmes disponibles sur Internet

C. Relève

Objectif

Voir à ce qu'une nouvelle génération de canadianistes puisse prendre la relève et assurer la continuité de l'étude du Canada et que la transition d'une génération à la suivante se fasse de la manière la plus fluide possible.

Axe

Il faut insister sur la nécessité d'attirer une nouvelle génération de jeunes esprits brillants intéressés à l'étude du Canada.

Stratégies

Les stratégies visant le rajeunissement des participants à l'étude du Canada doivent porter sur :

- les programmes de stage;
- les subventions de recherche pour les jeunes;
- les nouveaux projets (séminaires, programmes conjoints de doctorat, stages, etc.);
- l'enseignement sur le Canada dans les écoles;
- la conception de matériel pour les étudiants;
- les moyens d'attirer de nouveaux venus à l'étude du Canada;
- l'inclusion de jeunes canadianistes dans les comités exécutifs des associations d'études canadiennes;
- les projets de communication qui ciblent les étudiants;
- la promotion des réalisations des jeunes.

Action du Comité exécutif du CIEC et du secrétariat du CIEC

- Continuer à offrir les programmes du CIEC (Bourses de rédaction de thèse, Bourses postdoctorales)
- Faire des démarches auprès du MAECI à l'appui des programmes axés sur les jeunes (bourses de recherche au doctorat, stages, etc.)
- Continuer à offrir le prix de la Meilleure thèse de doctorat
- Continuer à promouvoir les réalisations des jeunes dans *Contact* et sur le site Internet
- Créer un séminaire de recherche pour les jeunes chercheurs
- Continuer à faire participer les jeunes canadianistes aux activités (séminaires, conférences, etc.)

Action du conseil d'administration

- Faire participer les jeunes canadianistes aux activités (conférences, etc.)
- Offrir des programmes pour les jeunes (stages, subventions, bourses, etc.)
- Pousser les associations à lancer une campagne d'adhésion auprès des jeunes
- Inviter les jeunes à siéger aux comités exécutifs des associations
- Favoriser la poursuite des séminaires d'étudiants diplômés
- Concevoir des programmes de mentorat
- Créer un espace pour les jeunes sur Internet (groupes de discussion, groupes de nouvelles, forum Internet, etc.)

D. Rayonnement (Communication)

Objectif

Encourager tous les intervenants (secrétariat du CIEC, Comité exécutif du CIEC, conseil d'administration du CIEC, comités exécutifs des associations d'études canadiennes, canadianistes, réseaux d'études canadiennes, centres d'études canadiennes, MAECI, missions du Canada, universités et établissements d'enseignement) à participer à la mise en œuvre des activités de communication (voir section suivante) dans le but de toucher de nouveaux publics.

Le rayonnement par les communications est tellement important qu'un Plan des communications a été élaboré pour aborder cette question particulière. Le Plan figure à l'annexe 3. À des fins d'information, certains des principales mesures du Plan des communications sont énumérées ci-après:

Action du Comité exécutif du CIEC et du secrétariat du CIEC

- Élaborer et mettre en œuvre une stratégie des communications
- Créer une base de données de spécialistes et d'histoires de réussite
- Faire davantage de publicité sur les résultats intéressants de l'étude du Canada
- Continuer à publier des bulletins
- Améliorer l'utilisation d'Internet à l'appui des communications
- Intégrer des composantes sur les politiques publiques aux activités
- Encourager les missions à continuer à envoyer des histoires de réussite au CIEC.

Action du conseil d'administration

- Élaborer une stratégie des communications
- Continuer à envoyer des histoires de réussite au CIEC
- Demander aux missions locales d'alimenter les recteurs et le corps enseignant universitaire
- Intégrer des composantes sur les politiques publiques aux activités
- Promouvoir les programmes liés à l'étude du Canada au-delà des cercles et des publics traditionnels
- Échanger les informations

Annexe 1. Plan stratégique du CIEC au fil des années

Le CIEC a pour mandat de promouvoir l'étude, la recherche, l'enseignement et les publications sur le Canada dans toutes les disciplines et dans tous les pays. Dans cette optique, le CIEC élabore des plans en vue de définir l'orientation générale de ses politiques et les stratégies de mise en œuvre de ces politiques. Le premier plan a été élaboré en 1995, et actualisé en 2000 et en 2005.

Le premier plan stratégique quinquennal a été élaboré en 1995. Il était axé sur quatre objectifs principaux :

- diversifier les sources de financement,
- améliorer la communication avec les membres,
- rehausser le profil du CIEC au Canada et
- consolider la composition du CIEC et ses activités.

Ce premier plan quinquennal a été mis à jour en 2000. Les six objectifs suivants ont été définis comme indispensables à la réalisation de la mission du CIEC et formulés comme suit :

- favoriser un environnement fondé sur la collaboration relativement aux bourses et aux projets de recherche internationaux;
- promouvoir et renforcer la visibilité du CIEC;
- améliorer la communication et les relations entre les associations d'études canadiennes et le CIEC;
- favoriser l'essor des études canadiennes dans le monde;
- consolider les efforts du personnel du CIEC dans les domaines de la promotion, de la coordination et de l'évaluation des programmes et des activités du CIEC;
- assurer le soutien financier aux activités et aux programmes du CIEC.

Le troisième plan stratégique du CIEC a été préparé en 2004 et en 2005. Le projet de plan a été présenté au conseil d'administration à l'assemblée annuelle de mai 2005 à Ottawa. Le conseil d'administration a déterminé que les problèmes et les activités suivantes demeureraient au centre des préoccupations des membres du CIEC :

- l'information sur les programmes et les activités du CIEC ne semblent pas circuler aussi efficacement qu'elle le pourrait (problème de communication « verticale ») et les demandes relatives à certains programmes ne sont pas nombreuses;
- le secrétariat du CIEC souffre de ne pas avoir un agent des communications qui assumerait les fonctions de relations avec les médias, de gestion du site Internet et de planification des communications;
- il est urgent d'informer les Canadiens de l'intérêt qui existe dans le monde pour le Canada. Le public canadien n'est généralement pas au courant des avantages qu'il y a à investir dans les études canadiennes;
- beaucoup de professeurs d'études canadiennes dans le monde s'approchent de l'âge de la retraite et on ignore si les jeunes canadianistes pourront ou non les remplacer en raison de divers facteurs économiques, de problèmes d'inscription et de contraintes de recrutement;

- le CIEC n'a pu consacrer que des ressources limitées à la collecte de fonds malgré l'importance de cette activité, et à cet égard, le climat est devenu très compétitif en Amérique du Nord.

Après avoir défini ces sujets de préoccupation, le conseil d'administration a défini les objectifs suivants à l'assemblée annuelle de mai 2005 à Ottawa :

- améliorer les communications et les relations entre les associations d'études canadiennes et le CIEC;
- promouvoir et accroître la visibilité du CIEC;
- encourager un essor de qualité élevée des études canadiennes dans le monde.
- encourager les bourses et les projets de recherche internationaux dans un environnement fondé sur la collaboration;
- veiller à ce que le secrétariat du CIEC continue à fonctionner avec efficacité et efficience afin de fournir un soutien optimal aux programmes et aux activités du CIEC et un service excellent au conseil d'administration, au Comité exécutif, aux associations membres du CIEC, aux membres associés du CIEC, aux canadianistes et aux organisations envers lesquelles il a des obligations contractuelles.

Après la perte du contrat des bourses internationales et les discussions du conseil d'administration subséquentes de l'assemblée générale annuelle de 2005, il a été décidé d'approuver le plan pour trois ans puisque le CIEC s'engageait dans une période de transition.

Les préparations du Plan stratégique 2008-2013 ont commencé en 2006, lorsqu'il a été décidé d'organiser en 2007 le *Forum sur l'enseignement et la recherche sur le Canada dans un monde académique en évolution*. Pour préparer le forum, on a effectué avant une enquête sur les études canadiennes en juillet 2006. Le même mois (le 21 juin 2007), le Conseil du Trésor du Canada a décidé de mettre fin au financement des programmes universitaires internationaux. Même si elle a été révoquée depuis, la décision du Conseil du Trésor a donné une nouvelle urgence au forum, tout comme les résultats d'un examen des politiques menées par le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Le forum a eu lieu le 24 mai 2007 à Edmonton en même temps que l'assemblée générale annuelle du CIEC. Le forum était axé sur quatre thèmes : la recherche, l'enseignement, la relève et le rayonnement. Les principaux obstacles et objectifs à cet égard ont été discutés, de même que les stratégies permettant de surmonter les obstacles et les ressources nécessaires à la mise en œuvre des stratégies. Un certain nombre de recommandations générales ont résulté du forum d'Edmonton. Elles ont servi de bases au nouveau Plan stratégique qui, comme les premiers, fixe les buts et les objectifs pour une période de cinq ans.

Annexe 2. Repenser l'étude du Canada: résultats du forum d'Edmonton

Le *Forum sur l'enseignement et la recherche sur le Canada dans un monde académique en évolution* a eu lieu le 24 mai 2007 à Edmonton en même temps que l'assemblée générale annuelle du CIEC. Il était axé sur quatre thèmes : la recherche, l'enseignement, la relève et le rayonnement. Les principaux obstacles et objectifs à cet égard ont été discutés, de même que les stratégies permettant de surmonter les obstacles et les ressources nécessaires à la mise en œuvre des stratégies. Un certain nombre de recommandations générales ont résulté du forum d'Edmonton. Elles doivent lues et examinées à la lumière des recommandations particulières des quatre groupes qui décrivent certains exemples précis. Par souci de concision, les recommandations ne donnent que quelques exemples.

Certaines des recommandations concernent un seul partenaire ou tous les partenaires du réseau des études canadiennes, c'est-à-dire : le CIEC, les associations d'études canadiennes, les canadianistes, le MAECI et les missions du Canada à l'étranger. Là encore, pour avoir une présentation plus simple et plus claire, les recommandations générales n'ont pas cherché à établir des catégories.

Voici les recommandations générales :

- Respect de la liberté de l'enseignement de manière à ce qu'elle puisse coexister avec les domaines prioritaires du gouvernement. Concevoir un financement spécial ciblé pour la recherche et l'enseignement dans ces domaines prioritaires comme projets de financement supplémentaires.
- Maintenir ou élargir les programmes suivants : programmes d'études canadiennes du MAECI, programme des Bourses de recherche; programme des Bourses de complément de spécialisation, Bourses Canada – Asie-Pacifique, Bourses Canada-Amérique latine-Caraïbes, Bourses de recherche institutionnelle, Réseaux internationaux de recherche, Programme d'appui aux bibliothèques et Programme d'aide aux voyages-conférences.
- Rendre les bourses de recherche de doctorat du MAECI accessibles à tous les pays et rétablir le projet de stage d'études canadiennes pour les jeunes.
- Recueillir et analyser les données pertinentes sur les études canadiennes et mieux communiquer l'information sur l'état de la recherche et de l'enseignement aux membres, au milieu universitaire et au gouvernement canadien. À cette fin, élaborer une nouvelle stratégie des communications.
- Faciliter l'entrée et la participation des étudiants et des jeunes chercheurs dans le domaine des études canadiennes par les divers moyens indiqués dans les recommandations précises des quatre animateurs et plus précisément, en créant une « cotutelle » doctorale (un système dans lequel un étudiant étranger ferait une partie de ses études au Canada, sous la supervision d'un Canadien; cela mènerait à deux diplômes : un doctorat dans le pays d'origine et un doctorat canadien; un système réciproque pourrait être mis en place pour les étudiants canadiens qui feraient une partie de leurs études de doctorat à l'étranger), en augmentant les possibilités de mobilité des étudiants et d'autres possibilités de financement intéressantes (p. ex. rendre les Bourses de complément de spécialisation (BCS) accessibles aux jeunes

- S'efforcer de tenir compte des priorités et des directives du gouvernement dans les activités et les projets recherche et d'enseignement, en gardant à l'esprit que les priorités et les directives gouvernementales changent plus souvent et plus rapidement que la capacité d'adaptation en recherche, et qu'en conséquence, il ne faut pas s'attendre à une compatibilité totale.
- Renforcer les échanges internationaux dans le domaine des études canadiennes en augmentant la mobilité (étudiants et enseignants), en organisant des conférences internationales et régionales de haut calibre et en mettant en place des ententes bilatérales entre établissements.
- Favoriser la diversification des disciplines relevant du domaine des études canadiennes, en soutenant des projets de collaboration importants, en assouplissant les conditions d'admissibilité aux programmes (ex..Bourses de complément de spécialisation (BCS)/Bourses de recherche (BREC) dans certains pays, et en ouvrant les conférences à des publics plus larges.
- Rendre les ressources électroniques plus facilement accessibles, par exemple en créant une page Internet du CIEC, avec des liens vers des bases de données et des ressources gratuites ou offrir une bibliothèque électronique avec un tarif à la carte comme la *Canadian Electronic Library*.
- Mettre en commun les ressources intellectuelles internationales et créer une documentation virtuelle sur les études canadiennes pouvant être utilisée dans un environnement de cyber apprentissage.
- Viser et accroître la diversification des possibilités et des partenariats de financement à l'échelle internationale et au Canada.
- Tisser des liens à long terme de coopération internationaux et entre établissements, par des moyens tels que les congés de recherche de longue durée, les chaires d'études canadiennes, les projets de recherche thématiques, les chaires de professeurs invités.
- Établir un séminaire mondial pour étudiants en études canadiennes qui permette à des jeunes brillants de se réunir tous les deux ans pour discuter des grandes questions que doit résoudre le Canada et les défis qu'il doit relever dans ses relations internationales. Le CIEC pourrait organiser un tel séminaire en alternance avec sa conférence internationale biennale.

Ces recommandations ont été transmises au MAECI qui les a utilisées pour redéfinir et restructurer son programme d'études canadiennes. Le nouveau programme, qui s'appelle « Comprendre le Canada » et dont l'entrée en vigueur est prévue pour le 1^{er} avril 2008, a été annoncé en novembre 2007.

Annexe 3. Plan de communications du CIEC

INTRODUCTION

Le Conseil international d'études canadiennes (CIEC) est heureux de vous présenter sa stratégie de communication 2008-2009. Celle-ci s'inscrit dans la lignée des recommandations du rapport produit à la suite du Forum sur les études canadiennes du CIEC tenu à Edmonton, Alberta, le 24 mai 2007, qui reconnaissait la nécessité, d'une part, d'établir une approche plus stratégique et mieux ciblée des études canadiennes et, d'autre part, d'aligner celles-ci avec les priorités et les activités du gouvernement canadien tout en maintenant la liberté universitaire des canadianistes.

En examinant ses réalisations depuis 1981, le CIEC a noté que la quantité de recherches produites par les canadianistes n'avait pas eu le rayonnement qu'elle aurait dû connaître, sans doute en bonne partie parce que les connaissances technologiques de l'époque ne permettaient pas une telle diffusion et qu'aucune instance n'en avait jusqu'à maintenant fait une priorité. Nous croyons que le CIEC a fort bien rempli son mandat de promouvoir la recherche, l'enseignement et les publications sur le Canada dans toutes les disciplines et tous les pays, mais il apparaît que cette mission devrait maintenant inclure la prise de mesures destinées à rendre ces recherches plus accessibles et même en faire la promotion, afin que le CIEC devienne non seulement un outil précieux pour nos gouvernants, nos fonctionnaires et la population canadienne, mais que les recherches effectuées à l'étranger par les canadianistes connaissent une diffusion accrue et que leurs auteurs y gagnent en visibilité et en reconnaissance tant sur la scène canadienne que la scène internationale.

Nous croyons que cette stratégie de communication permettra d'atteindre les objectifs suivants :

- 1) Démontrer la pertinence et l'utilité de l'étude du Canada;
- 2) Montrer les avantages des résultats issus de l'étude du Canada à l'ensemble de la population canadienne (gouvernements, industrie, grand public);
- 3) Mettre en valeur les réalisations des canadianistes dans le cadre du programme « Comprendre le Canada »;
- 4) Souligner le partenariat MAECI/CIEC et l'engagement de ceux-ci au développement de l'étude du Canada dans le respect de la liberté académique.

Les messages à véhiculer

Pour atteindre ces objectifs, plusieurs messages devront être envoyés à nos clientèles cibles afin de bien couvrir les réalisations du CIEC, de rendre celui-ci plus accessible et surtout de présenter les bénéfices apportés au Canada par les études canadiennes. En effet, en raison de la grande variété de domaines de recherches couverts par le CIEC, de la dispersion géographique des canadianistes et de la méconnaissance de l'importance de l'étude du

Canada, la pertinence de la mission du CIEC sera perçue fort différemment selon que l'on est ou non canadieniste.

Les messages doivent donc mettre de l'avant l'ensemble des réalisations du réseau des études canadiennes à travers le monde, ainsi que tous les avantages directs, indirects, immédiats et futurs qu'en retire ou en retirera le Canada. Les messages que nous voulons véhiculer sont les suivants :

- 1) L'étude du Canada entraîne une meilleure compréhension du Canada, de ses valeurs, de ses positions, etc. auprès des gouvernements, des entreprises commerciales, des médias et du grand public à l'étranger;
- 2) Une meilleure connaissance du Canada contribue à de meilleures relations bilatérales et internationales;
- 3) Les canadienistes agissent à titre d'experts-conseils en affaires canadiennes auprès des instances gouvernementales, commerciales et universitaires de leurs pays;
- 4) L'étude du Canada accroît la présence et la visibilité du Canada sur la scène internationale;
- 5) L'étude du Canada augmentent le nombre d'experts à l'étranger en mesure d'expliquer le Canada à leurs pays respectifs;
- 6) Les études canadiennes multiplient les points de contact entre le Canada et les autres pays;
- 7) L'étude du Canada incite des étudiants étrangers à s'inscrire dans les universités canadiennes (certains retournent dans leurs pays avec une très bonne connaissance du Canada tandis que d'autres restent et enrichissent le capital de connaissances de la société canadienne);
- 8) L'étude du Canada attire des professeurs et des chercheurs talentueux à émigrer au Canada;
- 9) Les canadienistes ont souvent une disposition favorable envers celui-ci, donc leurs interventions auprès des divers intervenants de leur pays sont souvent favorables au Canada;
- 10) Les études canadiennes augmentent l'exportation de produits culturels canadiens. Il est à noter que le Canada est le seul pays à développer une telle action dans le cadre de sa politique étrangère. Cette approche est très importante, car elle le distingue sur la scène internationale.

Les sources des messages

Le CIEC comptera sur l'ensemble des acteurs (stakeholders) participant à l'étude du Canada pour obtenir le contenu qui alimentera les messages.

- Canadianistes (individuels)

- Missions et ambassades (p. ex. rapports FRP)
- Administrateurs du CIEC
- Associations d'études canadiennes (rapports des associations)
- Centres et réseaux d'études canadiennes
- MAECI
- CIEC (p. ex. banques de données)
- et toutes autres sources pertinentes.

Les cibles

Vu la quantité d'intervenants susceptibles d'être touchés par le travail des canadianistes, cette stratégie de communication, pour atteindre une efficacité maximale, doit viser une clientèle vaste et diversifiée. Nous avons déterminé les suivantes :

- 1) Conseil du Trésor, le Cabinet du Premier ministre, Bureau du Conseil privé;
- 2) Tous les membres de la Chambre des Communes;
- 3) Tous les membres du Sénat;
- 4) Les ministères, organismes et sociétés d'État du gouvernement du Canada ainsi que les organisations sous leurs responsabilités : la priorité sera accordée à certains ministères et organismes dont la liste n'est pas encore définitivement établie. Nous pouvons dès à présent identifier les ministères et organismes suivants :
 - Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
 - Affaires indiennes et du Nord
 - Agence canadienne d'évaluation environnementale
 - Agence canadienne de développement international
 - Agence de la santé publique
 - Agence des services frontaliers du Canada
 - Bibliothèque et archives Canada
 - Centre de recherche pour le développement international
 - Chambre des communes
 - Citoyenneté et immigration Canada
 - Commission canadienne des affaires polaires
 - Commission canadienne des droits de la personne
 - Condition féminine Canada
 - Conseil de recherche en sciences humaines du Canada
 - Conseil des Arts du Canada
 - Environnement Canada
 - Office national du film du Canada
 - Parlement du Canada
 - Patrimoine canadien
 - Pêches et Océans Canada
 - Sénat et Parlement du Canada
 - Table ronde nationale sur l'environnement et l'économie;
- 5) Tous les ministères des gouvernements provinciaux susceptibles d'être intéressés par le travail des canadianistes, notamment les ministères de l'éducation, des relations internationales, du commerce, de l'environnement, des affaires culturelles, etc.;

- 6) Les ambassadeurs, les attachés culturels des ambassades, consulats, hauts-commissariats et bureaux commerciaux du Canada à l'étranger;
- 7) Les universités et les institutions d'enseignement supérieur;
- 8) Les médias: les grands quotidiens à travers le pays, y compris le Groupe CNW (*Canadian Newswire Services*), *Hilltimes*, *Embassy*, les journaux universitaires et d'autres publications spécialisées d'organismes tels que l'Association des universités et collèges du Canada (*Affaires universitaires*), le Conseil de recherche en sciences sociales et humaines, FOCAL, etc.
- 9) Les gouvernements municipaux;
- 10) Les universités, les établissements d'enseignement supérieur et les organismes non ou para gouvernementaux œuvrant dans le domaine de l'enseignement et de la recherche;
- 11) Le grand public.

Toutes ces cibles seront abordées différemment selon les besoins manifestés et le ou les buts visés.

Du message au texte

Ces messages prendront diverses formes et styles de textes selon leur provenance.

- Nouvelles, histoires à succès, nominations, etc.
- Feuilletts statistiques, fiches d'information (*fact sheets*), etc.
- Annonces publicitaires
- Communiqués de presse (prix ou bourses reçus, nominations, etc.)
- Brefs rapports de recherche
- Synthèses de recherches, axées sur les avantages de la recherche pour le Canada (p. ex. pour la politique publique)

La production des textes

Bien que le contenu des textes proviendra de différentes sources et que ces textes parviendront au CIEC à des stades de complétion variés, la production finale se fera sous la supervision du CIEC. Dans la plupart des cas, le directeur général ou l'expert-conseil en communication se charge de cette production. Dans certains cas, le CIEC demandera à la source même de produire le texte. Par exemple, dans le cas d'un rapport de recherche (issu d'une bourse de recherche en études canadiennes, FRP), dont la recherche pourrait intéresser les cibles, le CIEC pourra demander à l'auteur de produire une synthèse de sa recherche qui soulignera entre autres les bénéfices pour le Canada de celle-ci ou sa pertinence au niveau de la politique publique du Canada. Il posera aux chercheurs les deux questions suivantes :

1. De quelle façon est-ce que les Canadiens et Canadiennes pourraient-ils bénéficier de votre recherche?

2. Quels sont les conclusions ou résultats qui pourraient influencer favorablement sur l'élaboration des politiques publiques du Canada?

Le CIEC demandera la consultation et l'approbation auprès du représentant du ministère dans certains cas.

Exemple du processus de production

- Auteur d'une recherche soumet son rapport de recherche
- La mission envoie une copie de la recherche au CIEC
- Le directeur général du CIEC juge de la pertinence de produire un message à partir de cette recherche
- Au besoin, il demande à un professeur expert de valider son jugement
- Le directeur général demande à l'auteur une synthèse
- Le directeur général ou l'expert-conseil en communication finalise la production du rapport synthèse avec l'approbation de l'auteur
- Le directeur général ou l'expert-conseil en communication identifie les cibles et le meilleur médium à utiliser selon le contexte

Les médiums en action

La variété des messages à véhiculer et la diversité des clientèles visées font en sorte qu'il faudra entreprendre un éventail d'actions pour favoriser l'efficacité de notre stratégie de communication. Les médiums sont les suivants :

- 1) Un nouveau bulletin de nouvelles destiné à une clientèle canadienne constituée de membres du gouvernement et de la fonction publique, de responsables des universités et des grands organismes de recherche, et dont le but consiste à présenter le CIEC et les canadianistes comme des collaborateurs experts de domaines pointus touchant de près aux priorités du gouvernement canadien et aux intérêts de la population canadienne;
- 2) Une salle de nouvelles virtuelle donnant accès à l'ensemble des informations publiées par l'intermédiaire du bulletin *Contact*, du *Canadianiste international* et du nouveau bulletin de nouvelles;
- 3) Une nouvelle banque de données donnant accès à des experts étrangers et canadiens spécialistes dans des domaines précis;
- 4) Une banque de données des réussites du réseau de l'étude du Canada;
- 5) Une collection de statistiques relatives aux activités du réseau de l'étude du Canada;
- 6) L'émission de communiqués de presse pour les médias et adaptés selon la publication visée;
- 7) La tenue d'événements ponctuels : conférences, ateliers, forums, etc. portant sur l'étude du Canada.

1. ACTIONS

1.1 Bulletin de nouvelles

Format suggéré : il s'agit d'un courriel envoyé toutes les deux semaines et présentant certaines informations sélectionnées en fonction de leur pertinence pour la clientèle visée.

Il comporte trois parties :

- 1) La première partie présente sous forme d'hyperliens des sujets clés suivis de quelques mots accrocheurs destinés à créer l'intérêt pour la nouvelle. En cliquant sur le lien, le lecteur est amené au deuxième niveau
- 2) qui présente, toujours sous forme d'hyperlien, une phrase destinée à donner l'essentiel de la nouvelle. (Si le lecteur s'arrête à ce lien, il ou elle aura eu tout de même l'essentiel du message, qui véhicule une information positive relative à l'étude du Canada.) En cliquant sur ce lien, le lecteur est amené
- 3) à la nouvelle intégrale, d'une page ou deux, qui donne tous les détails de l'information.

Ce système de bulletin électronique possède deux avantages importants. En premier lieu, il facilite la pénétration du message vers la cible. En deuxième lieu, il nous permet de compter le nombre de visites à cette page web et nous donne un indicateur de rendement fiable.

L'annexe à la fin du présent document affiche un échantillon de ce bulletin.

But :

- 1) Augmenter la visibilité du CIEC et du MAECI;
- 2) Démontrer aux membres du gouvernement l'utilité des recherches effectuées par les canadianistes et la pertinence de celles-ci pour la politique canadienne;
- 3) Présenter le CIEC comme un partenaire efficace offrant à faible coût et rapidement, une quantité de recherches sur le Canada, effectuées par des étrangers et susceptibles de fournir une meilleure perception des situations touchant à l'élaboration des politiques canadiennes;
- 4) Faire du CIEC un centre de référence pour le gouvernement du Canada.

Clientèle visée :

- 1) Conseil du Trésor, le Cabinet du Premier ministre, Bureau du Conseil privé;
- 2) Tous les ministères, organismes et sociétés d'État du gouvernement du Canada ainsi que les organisations sous leurs responsabilités;
- 3) Tous les membres de la Chambre des Communes;
- 4) Tous les membres du Sénat;

- 5) Tous les ministères des gouvernements provinciaux susceptibles d'être intéressés par le travail des canadianistes, notamment les ministères de l'éducation, des relations internationales, du commerce, de l'environnement, des affaires culturelles, etc.;
- 6) Les ambassades, consulats, haut-commissariats et bureaux commerciaux à l'étranger.

Au niveau de la Fonction publique fédérale, nous croyons que la clientèle cible devrait être constituée par les ministres, sous-ministres et sous-ministres adjoints. Nous croyons que les sous-ministres adjoints seront probablement ceux qui liront le courriel jusqu'au deuxième niveau et que, dans l'éventualité où une nouvelle leur paraît digne d'être analysée, ils référeront le tout à un analyste qui lui devra procéder à la lecture du troisième niveau du courriel ou du site auquel il renvoie.

Avantages recherchés -- nous croyons que cet outil permettra de :

- 1) mettre de l'avant la pertinence de l'étude du Canada pour le gouvernement canadien;
- 2) modifier la perception à l'égard de l'étude du Canada afin que celle-ci soit perçue davantage comme un investissement que comme une dépense;
- 3) souligner l'importance du partenariat entre le MAECI et le CIEC.

1.2 Site Web du CIEC – Salle de nouvelles virtuelle

Le site Web du CIEC offre actuellement un certain nombre de ressources que l'ensemble des canadiens peuvent consulter en ligne et qui sont :

- Les bulletins *Contact* et les numéros du *Canadianiste international*;
- Les actes des colloques, en format PDF, organisés tous les deux ans par le CIEC et constitués essentiellement par la table des matières des volumes publiés;
- Les rapports annuels du CIEC, les rapports des activités des associations d'études canadiennes, divers rapports et documents portant sur les études canadiennes (p. ex. rapport du Forum sur les études canadiennes, articles sur les études canadiennes au Canada, etc.)
- une base de données intitulée « Documents canadiens publiés à l'étranger », constituée des titres d'études canadiennes publiées à l'extérieur du Canada, des thèses et des dissertations sur des thèmes canadiens produits dans des universités étrangères;
- Une base de données de « Documents canadiens de base » donnant aux chercheurs étrangers des conseils sur l'établissement de collections d'études canadiennes portant sur diverses disciplines;
- Un répertoire en ligne des canadianistes;

Si ces outils permettent d'effectuer certaines recherches, ils présentent cependant des limites. Par exemple, il est impossible d'effectuer des recherches par sujet dans les bulletins *Contact* ou les numéros du *Canadianiste international*; ou d'évaluer l'expertise des canadianistes faisant actuellement partie du répertoire des canadianistes.

Format suggéré : le site Web du CIEC sera modifié pour offrir à sa clientèle les services suivants :

- 1) Mise sur pied d'une banque d'experts étrangers spécialistes de questions précises pertinentes pour le Canada. Celle-ci devrait contenir une centaine de noms, pouvoir être aisément consultée en ligne et offrir certaines données de base à l'égard des experts comme un court curriculum vitae, une liste des ouvrages publiés, l'adresse de courriel, etc.; Cette mise sur pied comprendra l'établissement de critères destinés à établir le degré de spécialisation des experts étrangers mentionnés précédemment;
- 2) Mise sur pied d'une banque de données destinée à recenser la liste des réussites du réseau de l'étude du Canada, c'est-à-dire tous les événements, gestes, publications, interventions, etc. qui ont avantaagé le Canada d'une quelconque manière;
- 3) Établissement de statistiques sur le domaine de l'étude du Canada, comme une analyse des activités passées afin d'établir les avantages qu'ont retiré les canadiens des activités du Conseil et de son réseau, la liste des disciplines représentées dans les études canadiennes et un recensement de boursiers et de leur parcours professionnel afin d'identifier les individus avec qui le gouvernement du Canada pourrait entamer une coopération éventuelle;
- 4) Constitution d'une trousse de presse ou salle de nouvelles virtuelle accessible à partir du site Web du CIEC. Elle ne remplacera pas la trousse de presse imprimée qui sera fournie au besoin aux représentants des médias, mais elle permettra à ces derniers d'obtenir des informations factuelles à propos de l'étude du Canada du CIEC et de son réseau, y compris sa mission, des données relatives à sa constitution et à son conseil d'administration et de son comité exécutif incluant une courte biographie de chacun des membres de celui-ci. Elle inclura également des statistiques permettant de réaliser l'étendue des activités issues de l'étude du Canada et de ses principales réalisations. Enfin, la trousse inclura l'ensemble des communiqués de presse produits par le CIEC et les annonces d'évènements à venir. Toute l'information contenue dans la trousse de presse en ligne sera bien sûr constamment maintenue à jour. Les coordonnées d'une personne responsable des communications au sein du CIEC seront également fournies et le tout sera facilement accessible, par un simple clic sur un onglet de la page d'accueil du CIEC.

Toutes les modifications et ajouts mentionnés précédemment ont pour but de présenter le CIEC comme un organisme ouvert disposant de banques de données d'experts étrangers spécialistes de questions pertinentes pour le Canada et offrant des outils axés sur une meilleure connaissance et compréhension du monde des études sur le Canada par les médias et la population canadienne.

1.3 Communiqués de presse et autres actions

Les communiqués de presse qui peuvent également être envoyés aux stations de radio et de télévision ont pour but d'informer les journalistes à propos d'une quantité d'événements touchant le CIEC et son réseau. Il peut s'agir d'annoncer :

- des conférences ou des colloques d'intérêt;
- une nouvelle nomination dans le réseau du CIEC;
- des histoires à succès;
- des recherches importantes;

- des avis de collaborations notables;
- des statistiques ou faits intéressants;
- l'octroi de bourses de recherche;
- la participation du CIEC à des activités;
- l'obtention par des canadianistes de bourses, prix, etc.

Ces communiqués de presse seront envoyés uniquement aux médias spécialisés dont le lectorat démontre un intérêt pour les affaires internationales du Canada ou pour l'étude du Canada, sauf s'il s'agit d'une activité grand public, auquel cas les communiqués de presse pourraient être envoyés aux médias de masse. Lorsque c'est possible, ils devraient suivre immédiatement une conférence de presse. Ils devraient également être transmis aux médias électroniques ou en ligne, aux groupes de discussion et autres sites susceptibles de rejoindre les communautés virtuelles comme H-Net ou *Affaires universitaires*.

Actions ponctuelles

Ces actions incluront des conférences, des ateliers, la participation à des salons du livre, des sondages, etc. Elles devront être évaluées cas par cas. Nous avons pensé à une action intéressante à entreprendre avec le MAECI et qui viserait la population canadienne. Il s'agit de voir dans quelle mesure les journaux, radio et télévision seraient intéressés à produire une série d'articles dans le cas des journaux, ou une émission de télévision portant sur la politique étrangère canadienne ou le Canada et les relations internationales du Canada. Il pourrait s'agir là d'une activité s'inscrivant directement dans la philosophie du programme « Comprendre le Canada » et le CIEC pourrait profiter de l'occasion pour présenter ses réalisations et les services offerts par son intermédiaire.

DÉFIS ET RÉOLUTIONS

La préparation de la présente stratégie de communications a mis en évidence certaines difficultés auxquelles nous pourrions faire face au cours de la réalisation de celle-ci. Elles sont les suivantes:

- 1) Notre projet de courriel de nouvelles constitue-t-il un pourriel? Nous avons tout d'abord vérifié si notre courriel de nouvelles pourrait être considéré comme un pourriel et nous croyons pouvoir démontrer facilement que notre projet ne constitue nullement un pourriel, selon le sens donné à ce terme par le guide intitulé ***Gestion de courrier électronique au sein de l'administration fédérale***, qui définit pourriel comme suit :

Pourriel : Message inutile, souvent provocateur et sans rapport avec le sujet de discussion, qui est diffusé massivement, lors d'un pollupostage, à de nombreux groupes de nouvelles Usenet ou forums de discussion utilisant Internet, causant ainsi une véritable pollution de réseaux.

<http://www.collectionscanada.gc.ca/gestion-information/002/007002-3008-f.html>.

- 2) Comment s'assurer que notre projet de courriel de nouvelles ne sera pas perçu à tort, comme un pourriel? Nous croyons qu'il faudrait procéder à des séances d'information préalables à l'envoi de ces courriels, auprès des organismes et ministères les plus

susceptibles de démontrer un intérêt pour notre projet, afin de leur présenter le CIEC, les buts que nous recherchons par notre stratégie de communication et les avantages qu'ils peuvent en retirer. Nous croyons que l'obtention de l'accord des fonctionnaires supérieurs des ministères constitue une étape très importante pour le succès de notre projet de courriel de nouvelles.

- 3) Comment obtenir les adresses de courriel de notre clientèle cible? Cette étape ne peut à prime abord se réaliser que par téléphone. Les présentations préalables pourraient nous aider à identifier des personnes au sein des ministères et organismes susceptibles de nous aider à obtenir ces adresses de courriel. Après avoir obtenu les accords mentionnés précédemment, il serait certainement possible de discuter avec nos interlocuteurs des personnes susceptibles d'être intéressées par le courriel et de la manière de les inclure dans notre liste d'envoi.
- 4) Comment s'assurer que les outils que nous voulons mettre en place répondront aux besoins de notre clientèle cible et la mesure dans laquelle ces besoins ont été satisfaits? Nous avons pensé poser la question à la fin de chaque visite sur le site Web du CIEC ainsi qu'à la fin de chaque article apparaissant dans le courriel de nouvelles. Il s'agirait d'une question comme : « Ces informations vous ont-elles été utiles? », avec les trois choix de réponse suivants : « oui », « non » et « je ne sais pas », ainsi qu'une fenêtre pour les commentaires que voudraient inscrire notre visiteur. Cette façon de procéder permettra d'obtenir des informations rapidement et à peu de frais sans devoir procéder à un sondage séparé.

RÉCAPITULATION

- a) Collecte d'information et de données auprès des sources
- b) Identification des cibles
- c) Sélection du médium
- d) Production de textes médiatiques selon la forme appropriée
- e) Action
- f) Indicateurs de rendement

CONCLUSION

Ce document constitue une première ébauche de la stratégie de communication que veut mettre en place le CIEC et nous sommes impatients d'obtenir vos rétroactions et vos suggestions à son égard.

Nous croyons que les outils proposés permettront d'atteindre les objectifs mentionnés dans l'introduction en présentant le CIEC et l'étude du Canada aux ministères, sociétés et organismes sous le contrôle du gouvernement fédéral ou oeuvrant dans le domaine de l'éducation internationale. De la sorte, l'étude du Canada deviendra beaucoup plus pertinente et importante pour l'élaboration des politiques du gouvernement. De plus, en rendant son site Web plus convivial et efficace, en faisant de celui-ci un instrument de recherche et grâce également aux autres moyens proposés, le CIEC soutiendra entièrement et efficacement les objectifs du programme « Comprendre le Canada ». Enfin, en facilitant l'accès aux recherches effectuées par les canadianistes à travers le monde et en se faisant le champion de ceux-ci, le CIEC

souligne le partenariat qui le lie au MAECI et l'engagement du ministère envers l'étude du Canada à l'échelle internationale.

Nous croyons que cette stratégie est simple, économique et viable. Elle n'engage pas l'achat de matériel particulier, ne demande pas l'acquisition de connaissances particulières et peut être mise en place étape par étape, assez rapidement. La période nécessaire à l'obtention des adresses de courriel demandera probablement un certain temps, de même que la préparation des courriels. Les améliorations à apporter aux bases de données actuelles et la création des nouveaux outils exigeront également un certain temps. Cependant, les avantages qu'en retirera le CIEC et le MAECI risquent de compenser largement l'investissement initial.