

Une stratégie de communication pour informer les différentes clientèles électorales



Élections fédérales de 2015

Karine Morin
Chef de Cabinet par intérim

Prêt à voter 



2

Aperçu de la présentation

Programme de rappel électoral

Campagne publicitaire

Médias sociaux

Rayonnement et partenariats

Résultats atteints



2

Prêt à voter 

42^e élection générale
Programme de rappel électoral

Prêt à voter

<p>elections.ca 4 millions de visites le jour de l'élection</p> <p>Publicité Télévisions, radio, médias imprimés, publicités en ligne et supports numériques</p> <p>25,3 millions de cartes d'information de l'électeur envoyées aux électeurs inscrits</p> <p>15,2 millions de brochures d'information envoyées aux citoyens partout au Canada</p> <p>Médias sociaux 12,7 millions d'impressions sur TWITTER 25,1 millions de clics/likes partagés sur FACEBOOK 700 000 visionnements sur YOUTUBE</p>	<p>Outils à partager Infographies, vidéos, produits d'information interactifs.</p> <p>Rayonnement et consultation des intervenants Partenariat avec 59 organismes établissant le contact avec leurs communautés</p> <p>1 201 agents de relations communautaires travaillent avec les jeunes, les personnes âgées, les Autochtones, les handicapés et les communautés ethnoculturelles</p> <p>Relations avec les médias 4 955 appels traités 33 communiquéés et avis aux médias 308 entrevues</p> <p>Centre de renseignements 1,4 millions d'appels 40 600 questions ou plaintes écrites</p>
---	--

Elections Canada

Établir le contact avec les électeurs

1. Site Web
2. Campagne publicitaire
3. Publipostage direct
4. Produits imprimés
5. Médias sociaux : Twitter, Facebook et YouTube
6. Rayonnement et partenariats
7. Agents de relations communautaires et produits promotionnels
8. Relations avec les médias
9. Centre d'appels

2

Prêt à voter

Programme de rappel électoral

- **Messages clefs:**
 - Inscrivez-vous en ligne
 - Il y a quatre façons de voter
 - Apportez les bonnes pièces d'identité
 - Planifiez votre vote avant le jour de l'élection
- **Deux outils clefs:**
 - Carte d'information de l'électeur
 - Brochure de rappel
- **Objectifs définis:**
 - Mieux informer les électeurs
 - Augmenter le nombre d'inscriptions avant le jour de l'élection
 - Accroître la reconnaissance d'Élections Canada comme source d'information fiable et autoritaire

3

Prêt à voter

Campagne publicitaire

Avant le déclenchement des élections

- Ciblée sur le service d'inscription en ligne.
- Électeurs venant d'atteindre l'âge du vote au Canada.

Après le déclenchement

- Appui aux les activités clés du calendrier électoral
 - Inscription et révision (du 14 au 30 septembre)
 - Réception des cartes d'information de l'électeur (du 1^{er} au 6 octobre)
 - Vote par anticipation (du 7 au 12 octobre)
 - Compte à rebours jusqu'au jour de l'élection (du 11 au 19 octobre)

9

Prêt à voter 

Médias sociaux

- Des plateformes ont été lancées pour l'élection de 2015
- Source d'information fiable sur les médias sociaux
- Mieux informer les électeurs et diffuser les messages d'Élections Canada
- Détection hâtive des problèmes et des enjeux / réponse plus rapide

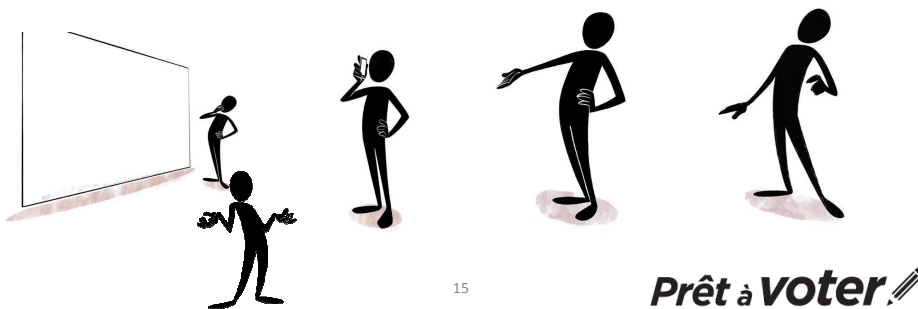


14

Prêt à voter 

Rayonnement et partenariats

- Partenariats avec plus de 50 organismes
- Organismes principalement nationaux, mais aussi régionaux et locaux lorsqu'un manque dans la zone de rayonnement a été ciblé
- Diffuser les renseignements électoraux et fournir de la rétroaction



Résultats atteints

- Post Mortem, Analyses des données et Sondages
 - Connaissance factuel des électeurs
 - Réponse du besoin d'information de l'électeur
 - Outils de communication crédibles et reconnus
- Étude des comportements
- Taux de rappel
- Coût de la campagne

2

Prêt à voter 

Questions?



21

Prêt à voter 