

## UNIFOR

### PROJET D'UN NOUVEAU SYNDICAT TCA-SCEP

“Depuis le début de nos relations de travail, Communications stratégiques a fait preuve d'un engagement incroyable envers la réussite de notre projet. Stratcom transformait les problèmes et les défis que nous faisons surgir au travers du processus de recherche en une série de solutions et de pistes d'action, qui produisaient rapidement d'excellents résultats.”

Shannon Devine  
**Directrice des communications**  
TCA

### Contexte



Au début de 2013, les Travailleurs canadiens de l'automobile et le Syndicat des communications, de l'énergie et du papier ont retenu les services de Stratcom pour créer le nom et la marque du nouveau syndicat qui serait formé en réunissant ces deux centrales syndicales, pour élaborer une stratégie d'information et de mobilisation des membres et finalement pour lancer le nom et la marque du nouveau syndicat.

### Contribution

Stratcom a commencé le processus de création de la marque avec des groupes de discussion de syndiqués et de non membres. On a mené un total de 16 groupes de discussion, dont 8 avec des syndiqués TCA ou SCEP et 8 avec des représentants du grand public. 4 des groupes de discussion ont eu lieu en français. Les groupes de discussion portaient sur les préoccupations spontanées des participants, testaient la notoriété de marque de divers syndicats et exploraient des avenues possibles pour le nom et l'identité visuelle du nouveau syndicat. Les résultats des groupes de discussion ont orienté le travail de conception de la marque et de l'identité visuelle et ont aussi constitué la base pour l'élaboration d'un plan de mobilisation des syndiqués autour de la formation du nouveau syndicat.

En partenariat avec Pivot Design Group, notre équipe a élaboré un processus de sélection du nom et du logo qui s'est avéré à la fois inclusif, rapide et robuste. Les critères encadrant le nouveau nom étaient simples, mais constituaient un vrai défi : un mot unique qui fonctionne aussi bien en français qu'en anglais, qui ne soit pas un acronyme et qui annonce le renouveau remarquable associé au nouveau syndicat.

# PROJET D'UN NOUVEAU SYNDICAT TCA-SCEP

À partir des conclusions des groupes de discussion, Stratcom a conçu une stratégie multimodale de mobilisation des syndiqués, qui comprenait le développement d'une plateforme et d'un plan de communications, déployés en six phases:

**FAITES PARTIE D'UN GRAND PROJET!**

**UN NOUVEAU SYNDICAT EST EN VOIE D'ÊTRE CRÉÉ**

SI VOUS ÊTES MEMBRE DU SCEP OU DES TCA, CES CHANGEMENTS VOUS CONCERNENT.

Informez-vous, donnez votre avis et impliquez-vous!

Le SCEP et les TCA organisent la campagne de formation du nouveau syndicat du 30 août au 1<sup>er</sup> septembre à Toronto (à tête de file).

Le nom, la structure, les modes de représentation et les types de membres vont changer pour nous offrir, ainsi qu'aux travailleurs et travailleuses capotiens, une solide protection en milieu de travail.

Informez-vous et participez à la création de votre nouveau syndicat. Nous voulons vous parler de votre nouvelle organisation syndicale et nous allons communiquer avec vous et aller dans plusieurs communautés afin que vous puissiez vous informer, donner votre avis et vous impliquer.

**300 000 TRAVAILLEUSES ET TRAVAILLEURS DANS PLUS DE 20 SECTEURS D'ACTIVITÉ**

**LE PLUS GRAND SYNDICAT DU SECTEUR PRIVÉ AU CANADA**

**NOUVEAU**

**DES MEMBRES DANS TOUTES LES RÉGIONS DU PAYS**

27 800, 558, 17 359, 10 000, 12 280, 155 876, 52 090, 330, 6 160, 11 000, 9 000

Recevez-vous dès aujourd'hui pour recevoir des nouvelles et en apprendre davantage à l'adresse : [projetnouveau syndicat.ca](http://projetnouveau syndicat.ca)

CAW TCA CANADA, SCEP

## Phase 1: Communication vers les membres et les sections locales au moyen d'une lettre et d'une affiche en milieu de travail

Stratcom a conseillé les TCA et le SCEP pour la mise au point d'une lettre aux sections locales et d'une affiche pour le milieu de travail, invitant les syndiqués à s'informer sur le nouveau syndicat. En même temps, la lettre demandait aux sections locales de mettre à jour leurs coordonnées complètes, dont leurs listes de membres, auprès de leur centrale.

## Phase 2: Trousse de membre à membre

Stratcom a élaboré les textes et le graphisme pour une trousse de communications de membre à membre à utiliser par les militants syndicaux et par le personnel des sections locales pour parler à leurs commettants de la formation du nouveau syndicat. La trousse comprenait des feuillets d'information, des scénarios de présentation orale et des feuilles d'inscription.

**PROJET DU NOUVEAU SYNDICAT**

**la trousse DE SENSIBILISATION de membre à membre**

**NOUS FAISONS PARTIE D'UN GRAND PROJET!**

[projetnouveau syndicat.ca](http://projetnouveau syndicat.ca)

NOTRE SYNDICAT SE TRANSFORME

MODE D'EMPLOI DE LA TROUSSE

À propos de notre projet du nouveau syndicat

POUR PARLER DU NOUVEAU SYNDICAT

## Phase 3: Collecte des listes et enrichissement des données

Stratcom a supervisé la cueillette des informations sur les membres en réponse à la Phase 1, pour mettre à jour et standardiser l'information et ajouter de nouvelles données (comme les adresses courriel), afin de fournir robuste au syndicat des leviers de mobilisation plus.



**Phase 4: Événement de lancement de la nouvelle identité, assemblées publiques téléphoniques, appels automatisés interactifs, courriels et médias sociaux**

La mobilisation des syndiqués était cruciale pour réussir le lancement du nom et du logo du nouveau syndicat. Stratcom a donc recommandé une stratégie multimodale de mobilisation des syndiqués. Un message téléphonique automatisé a été envoyé à tous les syndiqués une semaine avant le lancement, qui leur annonçait la tenue d'assemblées publiques téléphoniques (APT) où les syndiqués pourraient poser des questions aux deux présidents à propos de

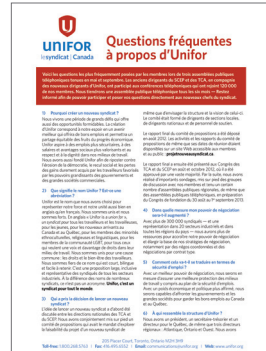
la création du nouveau syndicat, tout en fournissant en retour un sondage sur le niveau de sensibilisation des syndiqués au projet de nouveau syndicat. Nous avons mis en place trois APT, une pour les fuseaux horaires de l'Atlantique et de l'Est, une pour l'Ouest et le Nord, et une en français.

Stratcom, en collaboration avec Pivot, les TCA et le SCEP a planifié et déployé un événement de lancement d'esprit festif pour célébrer et présenter le nouveau logo et l'identité visuelle aux syndiqués et au public le 30 mai 2013, à partir de Toronto. De plus, le jour du lancement, les membres ont reçu un courriel présentant le nom et le logo, de même qu'un appel robotisé les invitant à visiter un site Web pour découvrir les nouveaux nom et logo. En collaboration avec Pivot, Stratcom a conçu et déployé une stratégie de médias sociaux, destinée à amplifier la portée de l'annonce. Nous avons également utilisé des ressources en ligne pour mobiliser des organisations alliées.



**Phase 5: Publipostage aux syndiqués**

Stratcom a élaboré le texte et le graphisme d'une trousse de publipostage destinée à mieux faire connaître Unifor par les syndiqués et leur présenter le nom et le logo chez eux.



“En travaillant avec Stratcom, nous avons aussi appris à améliorer nos propres processus internes de planification, ce qui se traduira par des bénéfices à long terme pour nous en tant qu’organisation.”

Shannon Devine  
**Directrice des communications**  
**TCA**

## Phase 6: Planification du Congrès de fondation, au plan des relations médias, des médias sociaux, des APT, des appels robotisés et des courriels

Stratcom a produit un plan de communication complet pour les relations médias et les médias sociaux autour du Congrès. De même, on a déployé une série d’appels automatisés en préparation du congrès, tandis que des APT post-congrès avec la direction nouvellement élue du syndicat s’inscriront dans le cadre du processus continu de mobilisation des syndiqués.

## Résultats

Stratcom a fourni ses conseils d’expert, ses orientations et sa capacité de travail additionnelle aux TCA et au SCEP dans la création de l’identité visuelle, du nom et des moyens de mobiliser les syndiqués autour de la création d’Unifor. L’événement de lancement a obtenu une couverture médiatique considérable partout au Canada. Les syndiqués et les militants ont adhéré au nouveau nom et à la nouvelle identité, tandis que les directions des deux syndicats originaux se sont déclarées très satisfaites des résultats de toute l’opération.

