
Trousse de mobilisation

Outil d'aide à la mobilisation
citoyenne





Introduction

Trajectoire Québec a préparé cette trousse d'outils pour aider les citoyens et les associations qui souhaitent s'impliquer pour l'amélioration des services de transport collectifs de leur quartier ou de leur région. Nous avons donc regroupé conseils, astuces et moyens d'action dans un même document afin qu'il soit facile d'y trouver l'information recherchée. Les moyens d'action ne se limitent pas à ce qui est inscrit dans cette trousse, mais nous avons tenté de faire un survol complet de ce que vous pouvez réaliser comme activités. Ce document s'adresse donc autant à un citoyen qui désire faire bouger les choses, qu'à un groupe de citoyens déjà rassemblés en un comité ou à une organisation communautaire. Chose certaine, s'impliquer et se mobiliser sont les premières étapes pour lancer un mouvement et pour que les services de transport collectifs soient bonifiés!

N'hésitez pas à contacter notre équipe pour toute question ou information manquante, il nous fera plaisir de vous répondre.

*Cette trousse de mobilisation a été créée avant la pandémie de la COVID-19. Certains éléments contenus dans cette trousse s'appliquent donc moins bien au contexte sanitaire. Nous vous invitons à respecter les normes sanitaires dans toutes vos activités de mobilisation.

Contenu de la trousse

1

Mobiliser sa communauté

Dans cette section, on aborde principalement les grands principes de rédaction d'une pétition ainsi que les étapes de formation d'un comité citoyen.

2

Réagir sur les médias sociaux

Cette section dresse un portrait des principaux réseaux sociaux utilisés et de leurs caractéristiques.

3

Participer à la vie politique locale

Dans cette section, on dresse une liste d'outils pour les communications avec vos élus et la rédaction de mémoires.

4

Réagir dans les médias

Cette section traite des différentes façons de communiquer et de réagir dans les différents médias.

5

S'impliquer chez Trajectoire

Pourquoi est-il intéressant de vous impliquer au sein de Trajectoire ? On vous dresse la liste des avantages!

Section 1

Mobiliser sa communauté

L'union fait véritablement la force en ce qui concerne l'action citoyenne. Si un service de transport collectif vous préoccupe, il y a de fortes chances que vous ne soyez pas le seul à le penser, et à vouloir agir. Souvent, il ne faut qu'une personne pour lancer un mouvement! Dans cette section, nous explorerons deux manières de se mobiliser et mobiliser sa communauté :

- **Écrire une pétition**

- **Former un comité citoyen**

Écrire une pétition

Lancer une pétition est une excellente manière d'ajouter du poids à vos demandes. Dans l'optique où vous voulez former un comité citoyen, c'est aussi une bonne manière de rallier les gens et recruter des membres.

Tout citoyen du Québec a le droit de faire remplir une pétition et de la soumettre à l'entité responsable, soit une société de transport, un organisme, une municipalité ou une ville, un commerçant ou même l'Assemblée nationale. Il y a plusieurs manières d'écrire une pétition, mais il est important de vous informer auprès de l'entité responsable pour leurs modalités spécifiques.

Procédure générale pour lancer une pétition



À qui s'adresser?

La première étape pour lancer une pétition est de bien connaître l'enjeu et savoir à qui remettre la pétition. Par exemple, si vous réclamez plus de fréquence pour une ligne d'autobus, votre pétition devrait être remise à l'organisme responsable du service (société de transport, OBNL, municipalité).

Lorsque vous saurez à qui remettre la pétition, assurez-vous de respecter leurs conditions d'admissibilité. Cette information peut se trouver sur leur site internet ou en les contactant directement.



Le format et contenu

De façon générale, une pétition doit :

- Présenter votre projet de manière explicite sans possibilité d'induire en erreur la personne. Cet énoncé doit être repris à l'identique sur toutes les pages de la pétition.
- Indiquer le nom d'un porte-parole (ou « pétitionnaire principal ») et les coordonnées pour rejoindre cette personne

Pour voir le modèle de pétition proposé par l'organisme Équiterre, visitez ce lien

Recueillir des signatures

Maintenant que votre pétition est prête à être signée, vous pouvez entreprendre diverses actions pour la divulguer. Multipliez les endroits où votre pétition est visible et accessible. Publiez-la sur vos réseaux, partagez-la aux médias, publiez-la sur des sites comme change.org ou même le site de l'Assemblée nationale (voir la section suivante). Il est aussi possible de faire de la sollicitation en personne, aux abords de commerces fréquentés, en tenant un kiosque lors d'un évènement ou alors en faisant du porte-à-porte dans votre quartier.

Soumettre la pétition

Après la période de signature terminée, assurez-vous de savoir où et comment la remettre. Vous pouvez encore une fois trouver cette information avec les conditions d'admissibilité sur le site Web de l'organisation. Certains demandent un dépôt par courriel ou par courrier, alors que d'autres requièrent un dépôt en personne par un représentant.

Pour soumettre à l'Assemblée nationale

Une pétition pour l'Assemblée nationale doit être déposée par un député, qui accepterait de la parrainer. Elle est soumise sur le site de l'Assemblée nationale et sera présentée par le député lors d'une séance de l'Assemblée nationale. En bref, voici les critères d'admissibilité pour une pétition à l'Assemblée nationale :

Pour générer un modèle conforme aux règles de l'Assemblée, visitez ce lien

Traitement de la pétition

- Après la période de signature terminée, la pétition doit être envoyée au député choisi. Ce député présentera la pétition lors des affaires courantes d'une séance de l'Assemblée;
- La pétition sera ensuite soumise à la Commission parlementaire compétente (la Commission des transports et de l'environnement, par exemple), qui choisira si elle est mise à l'étude;
- Le gouvernement dispose de 30 jours pour rédiger et envoyer une réponse au pétitionnaire;
- Pour plus de détails sur le traitement d'une pétition, visitez ce lien.



Former un comité citoyen

Un comité citoyen est un groupe de personnes ayant le désir de se regrouper pour agir et améliorer les choses face à un enjeu spécifique. Celles-ci déterminent leur mission et peuvent représenter les besoins des membres de ce comité auprès des décideurs.

Pourquoi former un comité citoyen?

1. Il est plus facile et motivant d'agir ensemble pour demander des améliorations de service qui touchent votre population;
2. Votre requête sera prise au sérieux par les transporteurs et municipalités, si c'est une demande partagée par plusieurs usagers;
3. Vous multipliez vos forces et les collaborations possibles pour plus de représentation, plus d'actions et plus de résultats.

Exemple de démarche pour former un comité

Nous proposons ci-dessous une des démarches possibles pour créer un comité citoyen (notez bien que cette démarche ne correspondra pas à la réalité de tous les comités) :

Identifier un enjeu de transport

qui peut rassembler les membres de votre communauté et les motiver à agir (encourager ou décourager un projet local en particulier, revendiquer de meilleurs services, etc.).

Organiser la première rencontre

en rassemblant quelques personnes intéressées et motivées. Vous y discuterez vos objectifs avec ce comité, votre nom, votre stratégie de recrutement, la date/le lieu de la prochaine rencontre, etc.

Mettre en œuvre votre stratégie de recrutement

(création d'un événement, groupe ou page Facebook, distribution de pamphlets sur l'existence du comité, invitation de vive voix, etc.). Assurez-vous que les communications incluent la date et le lieu de la prochaine rencontre.

Valider vos objectifs et établir un plan d'action

Tenir la réunion en regroupant les instigateurs et les nouveaux membres curieux de s'impliquer. Cette réunion sert à valider vos objectifs et établir un plan d'action. Idéalement, assoyez-vous en cercle et faites un tour de table pour que chacun ait l'occasion de se présenter et expliquer la raison de leur présence et de leur désir de s'impliquer. Assurez-vous que les tours de parole soient équitables tout au long de la rencontre (suivez ce lien pour des techniques d'animation faciles à utiliser). Prenez des notes ainsi que les présences, avec les noms des participants et leurs courriels.

Lors de cette réunion, il est important de:

- 1.** Valider les objectifs du comité pour qu'ils représentent bien les préoccupations des personnes présentes.
- 2.** Choisir les moyens qui vous permettront d'atteindre vos objectifs, tels que ceux énoncés dans les sections suivantes. Vous pouvez aussi choisir d'entreprendre :

- Une mobilisation sur le terrain, soit un kiosque d'information lors d'un évènement, un coup de publicité, une manifestation, une pose d'affiches sauvage*, etc.

- Un sondage ou une pétition (en ligne ou en personne) pour prouver l'intérêt de votre cause. Pour plus d'information sur la marche à suivre pour commencer une pétition, consulter la section précédente.

**Prenez note que chaque municipalité possède sa propre réglementation sur l'affichage dans l'espace public. Par exemple, à Montréal, l'affichage est légal lorsque posé sur les endroits prévus à cet effet, comme des palissades, clôtures et chantiers de construction. Pour plus de détails, informez-vous auprès de vos entreprises locales de location d'espaces d'affichage sauvage comme Montréal Affichage.*

- 3.** Attribuer les tâches et les échéances aux membres présents en prenant en compte leurs capacités, leur niveau désiré d'implication et les différentes expertises.

Faire un suivi

auprès des gens présents (par Facebook ou par courriel avec les adresses recueillies) pour les remercier de leur participation. Inclure les notes de la dernière rencontre ainsi que les prochaines étapes.

Section 2

Réagir sur les médias sociaux

Aujourd'hui, il est inimaginable pour une organisation de ne pas être présente sur les médias sociaux. Votre groupe citoyen ou votre organisation ne devrait pas être l'exception! Être présent sur les différentes plateformes permet de se positionner sur des sujets variés tout en échangeant avec ses publics. Dans cette section, nous allons faire le tour des différents médias sociaux afin d'en connaître davantage sur leur utilité et leur utilisation optimale pour atteindre vos objectifs :

- Pourquoi être présent sur les médias sociaux
- Le ton
- Facebook
- Twitter
- Instagram
- Les mots-clés

Pourquoi être présent sur les médias sociaux?

Lorsqu'une cause vous préoccupe, ou lorsque vous souhaitez sensibiliser votre réseau sur une problématique, vous pouvez commencer par partager votre opinion sur les médias sociaux, soit Twitter, Facebook ou même Instagram.

Les données suggèrent que les personnes s'informent de plus en plus sur Internet, particulièrement sur les plateformes numériques. En effet, ce serait 90 % des 18-34 ans qui s'informent sur ces plateformes. En étant présent sur les réseaux sociaux, vous allez pouvoir diffuser vos messages, communiquer avec les personnes concernées et éveiller l'intérêt d'autres personnes sur le sujet.

Le ton

Il est important d'emprunter un ton rassembleur si votre but est de mobiliser votre communauté. Il est facile d'accumuler des mentions « j'aime » avec des critiques percutantes négatives, mais pour rassembler des gens autour d'une cause, la critique doit être faite dans un esprit constructif et non dans l'attaque. Il faut être conscient du message projeté selon le ton que vous empruntez.

Faites preuve de prudence si vous vous exprimez au nom du comité citoyen dont vous êtes membre. Assurez-vous d'adopter un ton qui convient aux membres du comité. Votre stratégie médias sociaux peut d'ailleurs faire partie intégrante de votre plan d'action en tant que comité.



FACEBOOK

Quels sont les avantages d'une page Facebook?

Les pages permettent de réunir une population variée autour d'un sujet. Elles sont visibles de tous. Alors, toutes les personnes intéressées au sujet, peu importe leur intention et leur opinion, peuvent s'abonner à la page. Ainsi, une page Facebook peut être un endroit d'échange d'une variété d'opinions.

Pourquoi devrais-je créer une page Facebook ?

Afin de sensibiliser la population et vous faire connaître du grand public!

Quel genre de contenu devrais-je publier ?

Une page Facebook est très utile afin de communiquer avec les publics externes à l'organisation.

Ainsi, il faut partager de l'information plus générale comme des articles de journaux, des histoires et des témoignages. Vous pourrez aussi y partager vos activités, vos positions et vos revendications.

Notez bien qu'une publication suscite plus d'interactions avec une photo, ou encore mieux avec un article de journal crédible!

!

Quels sont les avantages d'un groupe Facebook?

Les groupes permettent de réunir des personnes avec des intentions communes dans le but de faire avancer un projet concret ou une cause commune. Les groupes admettent un ensemble de personnes sélectionnées. Il est possible de programmer le groupe afin que les personnes doivent demander accès au groupe, voire répondre à des questions pour y avoir accès. Ainsi, il est plus facile de sélectionner les membres d'un groupe privé.

Quel genre de contenu devrais-je publier?

Un groupe Facebook est utile afin de communiquer au public interne à l'organisation, tout comme aux membres du comité ou aux personnes qui partagent les mêmes intérêts que le groupe.

Ainsi, puisque les membres du groupe sont plus familiers avec le sujet, et partagent souvent une vision commune, les groupes peuvent servir à échanger des informations plus spécifiques telles que des détails techniques et des informations plus détaillées.

Pourquoi devrais-je créer un groupe Facebook?

Afin de mobiliser, discuter et échanger du contenu avec les membres de votre groupe et vos alliés.

ATTENTION : Assurez-vous de toujours partager de l'information vérifiée et exacte

Vos responsabilités en tant que modérateur d'un groupe ou d'une page Facebook :

- SOYEZ PRUDENT et vérifiez les informations et les sources. Évitez à tout prix de partager des informations fausses ou erronées!
- De plus, évitez de partager trop de contenu puisque vous risquez de désintéresser et désengager votre auditoire.

Nous vous encourageons à adopter rapidement une nétiquette* afin de pouvoir entretenir un climat d'échanges sain et propice au débat.

* La nétiquette (mot-valise formé de net et d'étiquette) est l'ensemble des conventions de bienséance régissant le comportement des internautes dans le réseau, notamment lors des échanges dans les forums ou par courrier électronique. (Source : Office québécois de la langue française-OQLF)

Consultez la nétiquette de Trajectoire afin d'avoir un exemple de règles à mettre en place.



TWITTER

Twitter bénéficie d'un très grand rôle dans le milieu des médias de l'information et de la culture et se veut la plateforme idéale pour diffuser rapidement son opinion en temps réel. C'est pourquoi ce média social est une plateforme à saveur hautement politique. Ainsi, les politiciens, les artistes, les célébrités, les activistes, les commentateurs et les leaders d'opinion sont tous très actifs sur Twitter. Les journalistes y sont quant à eux très actifs, puisque c'est une grande source d'information et d'histoires potentielles.

Il s'agit d'un média très réactif où les informations et l'actualité s'enchaînent à grande vitesse. Il faut donc publier du contenu actuel, au moment où se déroulent les événements. Sachez que les publications sont courtes; 180 caractères maximum. On cherche donc à partager une information ou son opinion, sur un sujet d'actualité, de façon concise. Comme les caractères sont limités, il est fréquent d'utiliser des acronymes et des mots tronqués.

Quel est le profil d'un utilisateur Twitter ?

Fait intéressant : 53 % des utilisateurs de Twitter n'ont jamais tweeté! Certaines personnes y sont présentes juste pour être au fait de l'actualité et suivre les leaders d'opinion. C'est pourquoi vous pouvez être présent sur ce média social afin de vous exprimer ou simplement pour être au fait de ce qui se passe.

Pour en savoir plus sur les utilisateurs de Twitter et la plateforme, consultez les 27 statistiques Twitter à connaître en 2019.



INSTAGRAM

Instagram est un réseau social de partage de photos et de vidéos. Il est donc beaucoup moins axé sur l'actualité et plus sur les personnes, les produits, les activités. On cherche à inspirer, à influencer, à partager le résultat de vos activités plutôt qu'à informer et transmettre de l'information sur les enjeux qui vous tiennent à cœur.

Qui utilise Instagram ?

Instagram bénéficie toujours d'une popularité grandissante au Canada. Le média social a vu croître son nombre d'utilisateurs de 20,4 % en 2018 et de 7,3 % en 2019. Et cette tendance n'est pas près de s'estomper. Instagram est très populaire chez les adolescents et les jeunes adultes. Un peu plus de 10 % d'utilisateurs utilisent Instagram pour s'informer, comparativement à 52 % qui utilisent Facebook.

Les #mots-clics

On utilise les mots-clics particulièrement sur Twitter et Instagram. Les messages qui incorporent les mots-clics permettent de diffuser votre publication dans les canaux de communication propices. Ainsi, vous arriverez plus rapidement à vous faire connaître, à atteindre les personnes qui partagent un intérêt envers les mêmes sujets et, éventuellement, une communauté qui s'unit autour de ce mot-clic. N'oubliez pas que les utilisateurs de Twitter ont un maximum de 180 caractères par tweet! Il est donc préférable d'en choisir un dont il est facile de se rappeler.

Les mots-clics sont utiles dans le but d'attacher des thèmes à son message ou bien d'identifier du contenu d'une campagne de longue envergure. Il est conseillé d'utiliser environ 3 à 6 mots-clics.

Il est suggéré d'utiliser des mots-clics qui sont relativement connus, mais qui ne sont pas submergés par des centaines de publications par jour (par exemple : #amitié #amour) puisque vous risquez rapidement d'être perdu dans les masses. À l'inverse, créer son propre mot-clic sans être connu ne vous aidera pas à vous faire connaître!

À noter

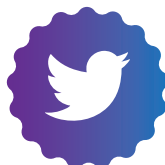
- Les chiffres sont acceptés dans les mots-clics. Cependant, les espaces et les caractères spéciaux ne le sont pas.
- À savoir : dans le milieu du transport collectif, un mot-clic souvent utilisé est #PrioritéTC
- Dans le doute, ne créez pas de nouveaux mots-clics et trouvez ceux qui fonctionnent dans votre région et votre milieu de revendication!

Exemple de publication selon le média social: les 12 travaux du transport collectif au Québec

Un peu plus d'un an après l'élection de 2018, Trajectoire Québec et Équiterre ont fait une mise à jour afin de connaître l'état de l'avancement des 12 travaux du transport collectif au Québec. Pour présenter les résultats sur différentes plateformes, le message a dû être adapté. Consultez les publications sur les différentes plateformes :



Instagram



Twitter



LinkedIn



Facebook



Section 3

Participer à la vie politique locale

Au-delà d'être présent sur les médias sociaux, vous pouvez également faire valoir vos opinions en interpellant vos élus. Dans cette section, nous présenterons trois actions possibles pour participer aux débats publics :

- Écrire une lettre ou un courriel à vos élus
- Assister aux conseils municipaux et consultations publiques
- Écrire un mémoire

Écrire une lettre, un courriel aux élus

Faites-vous entendre par vos décideurs : comment s'adresser à la bonne personne?

Avez-vous un message à faire parvenir à un politicien? La première étape afin de faire passer votre message consiste à déterminer à qui s'adresser.

Logiquement, vous devez contacter d'abord les personnes qui sont directement concernées par la problématique. Ainsi, si vous n'êtes pas satisfait par le service dans votre quartier, adressez-vous d'abord à votre société de transport ou à l'entité responsable du transport de votre milieu. Si vous ne trouvez pas la réponse satisfaisante, vous pouvez alors vous tourner vers les élus de votre région. Dans la majorité des cas, votre conseiller municipal ou votre maire est la personne qui devrait être contactée. N'oubliez pas que les élus ont chacun leurs champs de compétence. Dans la majorité des cas, les enjeux de transport collectif relèvent du pouvoir municipal, vos représentations politiques devraient donc souvent débiter avec le conseil municipal.

Il est possible que l'enjeu soit plus général et moins local. Dans ce cas, vous devriez vous tourner vers votre député provincial.

Il est parfois difficile de s'y retrouver, entre les devoirs et responsabilités des divers paliers gouvernementaux. N'hésitez pas à communiquer avec notre équipe, nous nous ferons un plaisir de vous diriger!

Lorsque vous écrivez une lettre:

Soyez direct

Afin d'écrire une lettre efficace, soyez clair en indiquant quel est l'objet de votre lettre et en étant bref. Assurez-vous de traiter uniquement d'une question par échange. Le premier paragraphe, afin d'aller droit au but, devrait traiter des questions : « Qui? Quoi? Où? et Quand? »

Assurez-vous d'être instructif

Afin de développer votre idée, n'hésitez pas à enrichir votre idée en répondant aux questions : « Comment? et Pourquoi? ».

Soyez précis

Indiquez votre opinion grâce à votre expérience personnelle, celle-ci peut être d'une grande valeur. Appuyez ensuite votre opinion grâce à des faits.

Demandez une action et un suivi

Demandez à la personne son opinion ou bien sa position sur l'enjeu. Demandez-lui quel est son plan d'action et quelles sont les mesures qu'elle aimerait entreprendre.

Demeurez poli

Évidemment, comme pour toute forme de communication, vous devriez toujours être poli et courtois dans votre lettre. Portez une attention particulière aux salutations et au titre de votre interlocuteur.

Restez disponible

Indiquez que vous restez disponible pour répondre à leurs questions. Il se peut qu'après l'envoi de votre lettre, l'élu ou un membre de son équipe veuille discuter avec vous afin de bonifier leur connaissance sur le sujet. N'hésitez pas à partager toutes les informations pour qu'ils comprennent l'enjeu. Rappelons-nous que les élus et leurs équipes doivent faire face à plusieurs enjeux en même temps. De fait, il se peut qu'ils ne soient pas au courant de la situation et votre contribution sera à ce titre grandement appréciée.

Faites un suivi de votre lettre

Les élus reçoivent de nombreux courriels et appels par jour. Il est donc raisonnable d'attendre jusqu'à deux semaines pour une réponse. Après ce temps, n'hésitez pas à relancer le bureau du député ou du conseiller concerné en appelant ou en écrivant à nouveau.

Pour un exemple, consultez la lettre envoyée conjointement par Trajectoire Québec et le CRE Montréal aux conseillers municipaux de l'arrondissement de Rivière-des-Prairies-Pointe-aux-Trembles suite au relâchement de la voie réservée Maurice-Duplessis.

<https://trajectoire.quebec/nouvelle/relachement-VR-boul-maurice-duplessis>

Assister aux conseils municipaux et consultations publiques

Les conseils municipaux, d'arrondissement ou les consultations publiques sont des moments privilégiés pour faire entendre vos revendications, autant comme citoyen individuel qu'en tant que regroupement de citoyens. Vous pouvez interpellier en personne vos élus municipaux et avoir une réponse sur place.

Si vous voulez faire avancer un dossier sur un enjeu qui vous préoccupe, assurez-vous de ne pas manquer une opportunité de le faire. Restez à l'affût des consultations à venir via les infolettres de votre municipalité, surveillez votre journal local et abonnez-vous à notre infolettre, nous y annonçons les consultations publiques à venir relatives au transport collectif partout au Québec.

Astuces pour les conseils municipaux/d'arrondissement

À préparer avant le conseil

- Visitez le site internet de votre municipalité ou appelez votre mairie pour connaître les horaires et le lieu de la séance.
- Si vous désirez prendre la parole lors de la période de questions, assurez-vous de préparer votre intervention/vos questions à l'avance et arrivez 30 à 60 minutes avant le conseil pour vous enregistrer.
- Si vous êtes un regroupement citoyen ayant des propos similaires, choisissez un ou deux représentants pour aller au micro, en prenant soin de mentionner que vous représentez un groupe de personnes avec les mêmes revendications.

Pendant la tenue du conseil :

- Surveillez et respectez les temps de parole lorsque vous désirez intervenir. En règle générale, optez pour une minute et demie maximum pour poser votre question, incluant la mise en contexte de votre intervention.
- Soyez courtois : restez poli, à l'écoute et exprimez-vous avec respect.

Participer à une consultation publique

- Certaines consultations, comme celles administrées par l'Office de consultation publique de Montréal ou le Bureau d'audience publique sur l'environnement, doivent respecter un cadre plus formel que d'autres. Informez-vous sur le site internet de l'entité faisant la consultation pour vous assurer de respecter les modalités d'inscription.
- Informez-vous sur le sujet de la consultation. Lisez la documentation et préparez vos interventions et questions en amont. Généralement, le dépôt de mémoire se fait aussi avant les consultations.
- Si vous êtes un regroupement citoyen ayant des propos similaires, choisissez un ou deux représentants. Lorsque vous prenez la parole, vous pouvez mentionner que vous représentez un groupe de personnes avec les mêmes revendications.

Pour plus d'informations, consultez le [Guide Citoyen de la Ville de Montréal sur comment participer à une consultation publique](#).

Pour des informations spécifiquement sur la structure d'une intervention, suivez ce [lien](#).

Écrire un mémoire

Qu'est-ce qu'un mémoire ?

Un mémoire est un document dans lequel une personne ou un organisme exprime son point de vue sur un sujet faisant l'objet d'une consultation publique.

Avant de commencer la rédaction de votre mémoire, consultez les modalités de rédaction sur le site Web de l'organisme en question. Il pourrait y avoir des règles à respecter telles que la police à adopter, le format de papier ainsi qu'un nombre de pages maximal.

Par la suite, choisissez votre angle et faites un plan pour vous aider à planifier la rédaction et la présentation de votre mémoire.

Généralement, un mémoire doit comprendre les éléments suivants :

1. Une courte présentation de l'organisation qui dépose le mémoire;
2. Une mise en contexte de votre intérêt pour le sujet de la consultation;
3. Votre argumentaire point par point en justifiant votre position :
 - Utilisez des faits vérifiés
 - Soyez concis et précis
4. Des recommandations;
5. Une brève conclusion;
6. Vos sources/références.

Un mémoire ne doit pas contenir de l'information fautive ou des propos qui portent atteinte aux droits d'une autre personne ou d'un groupe.

Si votre mémoire compte plus de 10 pages, vous devez inclure un résumé d'une page maximum.

Assurez-vous d'utiliser un langage clair et précis et de rédiger des phrases concises tout en restant sur le sujet.

Afin d'en savoir davantage sur la production d'un mémoire destiné à l'Assemblée nationale du Québec, visitez la page Web dédiée à cet effet.

Désirez-vous consulter un exemple de mémoire? En voici deux rédigés par Trajectoire Québec :

1. Avis à la commission des transports de la Communauté métropolitaine de Montréal sur la tarification sociale dans le Grand Montréal.
2. Chantier sur le financement de la mobilité au Québec.

Psst! Ce n'est pas toujours aussi formel.

Malgré le fait que certains appels à mémoire sont plus formels que d'autres, ce n'est pas toutes les institutions qui ont des cadres aussi stricts. Ainsi, n'hésitez pas à sortir du cadre lorsque la situation vous le permet. Un mémoire peut être concis ou présenté différemment afin de dévoiler les faits saillants par exemple sous forme de point ou sous forme de fiches synthèses. Une chose est certaine, vous n'êtes pas obligé d'allouer 40 heures à un mémoire afin d'avoir un contenu étoffé. Il est toujours possible de participer à une consultation en ayant un mémoire plus court.

En 2020, Trajectoire Québec a déposé un mémoire dans le cadre de la consultation de la Société de transport de Montréal sur le prolongement de la ligne bleue. Nous avons réalisé un mémoire dynamique qui résume les faits saillants de notre recherche, présenté de manière moins conventionnelle.

Section 4

Réagir dans les médias

Interpeller les médias et y être publié sont de bonnes manières de faire connaître l'enjeu qui vous préoccupe et vous mobilise. Dans cette section, nous discuterons des différentes manières d'approcher les médias :

- Conseils généraux
- Lettre ouverte
- Communiqué de presse
- Avis aux médias

Conseils généraux

Choisissez bien votre journal ou journaliste, informez-vous sur les sujets et les angles traités par ce journal (un journal qui traite de transport collectif, qui publie régulièrement des lettres d'opinions, etc.).

Si vous avez l'intention d'entrer en contact avec les médias plus d'une fois, nous vous conseillons de rédiger une liste de contacts médias. Cette liste, avec les coordonnées des journalistes, leurs journaux affiliés et idéalement les sujets qu'ils couvrent, vous permettra de sauver du temps lors de votre prochain envoi.

Il est important de se rappeler que les journaux couvrent les nouvelles et non un évènement récurrent à saveur publicitaire. Ne sous-estimez pas l'importance de « puncher » avec vos idées.

Si vous avez des questions quant au fonctionnement d'envoi de contenu aux médias, vous pouvez les contacter via la page Facebook du journal choisi. Si vous publiez votre lettre, avis ou communiqué sur vos réseaux, vous pouvez identifier les journalistes dans votre publication pour vous assurer qu'ils le voient.

Lettre ouverte

Un sujet fait la une de votre journal local et vous considérez qu'il manque des éléments au débat. Il est l'heure d'écrire une lettre d'opinion! Les journaux sont de plus en plus intéressés par des lettres de citoyens ou d'intervenants dont on n'a pas l'habitude d'entendre dans les médias, surtout s'ils soutiennent une opinion ou un point de vue qui se distingue de la masse.

Tout d'abord, mettez en contexte votre lecteur. Si vous répondez à un texte d'opinion déjà publié dans le journal, mentionnez-le. Faites brièvement état de la situation. Par la suite, positionnez-vous clairement.

Pour appuyer votre opinion, vous devez approfondir vos arguments à l'aide de faits. Évitez de développer des arguments trop complexes. N'oubliez pas que ce n'est pas tout le monde qui est aussi familier avec le sujet. Vous pouvez faire relire votre lettre à quelqu'un qui s'y connaît peu sur le sujet. Si la personne saisit vos propos, vous avez bien réussi votre travail de vulgarisation.

Comment bien choisir vos arguments?

Votre but est de répliquer à la lettre d'opinion à laquelle vous répondez? Présentez l'autre côté de la médaille. Désirez-vous plutôt répondre aux arguments les plus souvent mobilisés dans un débat de société? Choisissez les arguments opposés qui sont les plus souvent mobilisés et facilement compréhensibles. Votre but est-il de présenter un autre angle complètement? Pensez à mobiliser des arguments qui n'ont pas encore été mentionnés dans le débat public afin de recadrer le débat.

Finissez le tout avec un titre accrocheur car les boîtes de réception des journaux reçoivent beaucoup de contenu. Ne vous découragez pas! Plus vous écrivez souvent, plus vous avez une chance d'être publié, mais attention de ne pas exagérer non plus!

Envoyez votre lettre au contact inscrit pour « opinion des lecteurs ». Ce courriel se retrouve normalement dans la section « Nous joindre » du site internet du journal ciblé. Est-ce qu'un journaliste ou un chroniqueur a récemment écrit sur le sujet? Partagez-lui aussi votre lettre, s'il la trouve intéressante, il pourrait possiblement en parler avec ses collègues.

N'oubliez pas de vous renseigner sur les critères à respecter pour votre texte. Chaque média dispose de ses critères pour la longueur des textes. Préparez-vous, il faut écrire de façon succincte.

Désirez-vous un exemple d'une lettre d'opinion? Consultez « Et si Recyc-Québec devenait Réduc-Québec? ». Une lettre signée par Coleen Thrope, directrice générale d'Équiterre et 10 autres signataires.



Communiqué de presse

Un communiqué de presse est un compte-rendu de votre activité ou de votre annonce, normalement publié sur vos propres réseaux et envoyé aux médias.

Pour un exemple d'un communiqué de presse, suivez ce lien.

Vous pouvez aussi naviguer sur le site Cision (Newswire), un site de nouvelles qui publie des communiqués de presse de toutes sortes (entreprises, OBNL, villes et municipalités, etc.).

Conseils :

- Répondez aux questions : « Qui? Quoi? Où? et Quand? » au premier paragraphe, et à « Comment? et Pourquoi? » au deuxième paragraphe.
- Déterminez un titre accrocheur.
- Pensez à inclure tous les détails pertinents en vous assurant de ne pas dépasser une page.
- Pensez à inclure une citation pertinente du porte-parole ainsi qu'une photo libre de droits, où toute personne visible a donné son consentement pour la diffusion.
- Pensez à inclure quelques faits et données pertinentes.
- Envoyez votre communiqué de presse au courriel inscrit à cet effet. Il se retrouve normalement dans la section « Nous joindre » du site internet du média ciblé.
- Indiquez les coordonnées d'une personne-ressource que les journalistes peuvent contacter.



Avis aux médias

Un avis aux médias a pour objectif d'inviter les médias par courriel à votre activité ou événement.

Conseils:

- Envoyez l'avis 3-4 jours en amont pour un média régional ou national et de 1 à 2 semaines à l'avance pour un média local.
- Les journalistes ont de moins en moins de temps pour se déplacer. Votre invitation doit leur permettre de voir quelque chose qu'ils ne pourront pas voir (surtout pour la télévision et les photographes), ou de rencontrer quelqu'un qu'ils ne pourront pas rencontrer autrement.
- Indiquez clairement ce dont il s'agit, qui sera sur place et qui pourra donner des entrevues, ce qu'il sera possible de voir, le lieu, l'heure, etc.

Section 5

S'impliquer chez Trajectoire Québec

- Pourquoi m'impliquer au sein de Trajectoire?
- Quels sont les avantages de devenir membre?
- Que font les comités de Trajectoire?

Pourquoi m'impliquer au sein de Trajectoire?

En collaborant au sein de l'Association, vous pouvez contribuer à améliorer notre compréhension des besoins des usagers des différents réseaux de transport. Votre point de vue est important, vous serez invité à échanger sur les enjeux qui vous intéressent. En tant que membre actif, vous pourrez également participer au sein des comités internes de Trajectoire Québec. Votre contribution est un ingrédient essentiel pour assurer une pleine représentation des citoyens des différentes régions du Québec.

Trajectoire est un organisme qui représente les besoins des citoyens en transport collectif au Québec. Nos membres contribuent à la production des avis, des mémoires, des conférences et autres activités pour permettre aux citoyens de s'exprimer sur les différents aspects des transports collectifs. Nous nous assurons que la voix des utilisateurs des réseaux de transport soit prise en compte par le gouvernement, les transporteurs et les instances décisionnelles.

Que font les comités de Trajectoire?

Les comités internes de l'Association sont composés des membres en règle intéressés qui collaborent à la construction des projets et à la réalisation de la mission de l'Association. Les comités effectuent de la recherche sur l'écosystème du transport, aident à définir certaines positions de l'Association, élaborent des nouveaux projets, collaborent sur la stratégie de recrutement de nouveaux membres, etc.

Quels sont les avantages de devenir membre?

Pour les **citoyens individuels** : Un appui solidaire à Trajectoire Québec pour que les politiques du gouvernement en matière de transport collectif permettent d'améliorer l'offre de service partout au Québec. Une participation aux activités de l'Association et une voix au sein de celle-ci.

Pour les **comités citoyens** : Un support et un appui de Trajectoire Québec pour vous aider à mieux vous faire entendre et assurer un pont entre votre comité et les autorités responsables des services de transport, une participation au sein de l'Association en tant que membre. Un milieu pour rencontrer d'autres personnes et membres de comités citoyens, associations qui ont des intérêts similaires aux vôtres.

Pour les **associations à but non lucratif** : Une voix pour votre organisme et vos membres au sein de Trajectoire Québec. Une participation aux tables de concertation et aux activités de l'Association, des échanges sur les divers sujets qui vous intéressent.

Pour les **corporations** : L'adhésion à une organisation qui est la voix citoyenne des transports collectifs au Québec, votre appui au développement durable en mobilité au Québec et une invitation à participer aux diverses activités de l'Association visant à promouvoir les améliorations possibles en transport collectif et son développement pour tous les citoyens : conférences et autres. Il est important de noter que les membres corporatifs n'ont pas le droit de vote.



trajectoire

Trajectoire Québec
info@trajectoire.quebec
514-932-8008
50 rue Saint-Catherine O.
Bureau 480
H2X 3V4