

Trousse électorale pour les membres

Le but de cette trousse est de vous outiller en préparation aux élections fédérales de septembre 2021. Les messages qui vous sont soumis s'inspirent des plateformes et outils de la Fédération culturelle canadienne-française, du *Professional Association of Canadian Theatres* et de *Global public affairs*. Il est à noter que le présent document ne constitue pas un avis juridique.

Comprenant bien que nous sommes en pleine reprise théâtrale et à l'aube des Zones Théâtrales, nous vous remercions à l'avance de saisir les occasions qui s'offrent à vous de participer à des échanges politiques dans votre coin de pays.

DÉMARCHES DE VOTRE ORGANISME AUPRÈS DES CANDIDATS ET PRINCIPAUX PARTIS

A) MESSAGES CLES PROPOSÉS PAR L'ATFC

Votre contexte et votre expérience locale ajoutent de la couleur à ces messages nationaux. N'hésitez pas à les personnaliser, à les bonifier d'exemples et à retenir ceux qui vous interpellent le plus.

1. Assurer aux artistes et aux travailleurs culturels l'accès à une forme de revenu stable en temps de pandémie et au-delà de la crise sanitaire, et à un filet social plus inclusif (voir document annexé de la FCCF).
2. Garantir la modernisation de la Loi sur les langues officielles (LLO), afin qu'elle confirme le lien entre langue et culture, favorise l'accès à la culture et vise le développement durable des communautés francophones en situation minoritaire (voir document annexé de la FCCF).
3. Respecter le budget de 2021 qui propose les investissements suivants pour les arts et la culture :
 - a. 200 millions de dollars par l'entremise de Patrimoine canadien pour appuyer les festivals locaux, les événements et les organismes culturels communautaires.
 - b. 300 millions de dollars sur deux ans (à compter de 2021-2022) à Patrimoine canadien pour mettre sur pied un fonds de relance pour les secteurs des arts, de la culture, du patrimoine et des sports.
 - c. 49,6 millions de dollars sur trois ans (à compter de 2021-2022) pour le programme de Développement des communautés par le biais des arts et du patrimoine (14 millions de dollars sur deux ans à compter de 2022-2023), le Fonds du Canada pour la présentation des arts (16 millions sur deux ans à compter de 2022-2023) et le Programme des célébrations et commémorations (19,6 millions sur trois ans, à compter de 2021-2022).
 - d. 15 millions de dollars en 2021-2022 à Patrimoine canadien pour le Fonds du Canada pour les espaces culturels.
 - e. 17,2 millions de dollars en 2021-2022 au Centre national des Arts pour faire face aux pressions financières causées par la COVID-19 et pour s'assurer que le CNA continuera d'appuyer les artistes et de célébrer la culture canadienne.
 - f. 6 millions de dollars sur deux ans, à compter de 2021-2022, au CNA pour appuyer les collaborations avec les groupes dignes d'équité afin d'aider à relancer le secteur des arts et de la scène.

B) CE QUE VOTRE ORGANISME PEUT FAIRE

1. SOYEZ INFORMES
 - Comment voter ? www.elections.ca
 - Les annonces, événements, débats et prise de parole public des différents partis se retrouveront sur leur site internet respectifs :
 - [Bloc Québécois](#)
 - [Nouveau Parti Démocratique \(NPD\)](#)
 - [Parti conservateur du Canada](#)

- [Parti Libéral du Canada](#)
- [Parti Vert du Canada](#)
- [Trousse électorale de la FCCF](#)
- Assistez aux débats (en voici quelques-uns):
 - 2 SEPT 20H (HAE) SUR [TVA](#) : PREMIER DEBAT EN FRANÇAIS
 - 8 SEPT SUR RADIO-CANADA : DEBAT EN FRANÇAIS
 - 9 SEPT SUR CBC : DEBAT EN ANGLAIS
 - 13 SEPT A MIDI (HAE) AVEC [LA COALITION POUR LA DIVERSITE DES EXPRESSIONS CULTURELLES](#) : DEBAT AXE SUR LA CULTURE
 - 15 SEPT SUR [RDI](#) : DEBAT SUR LA FRANCOPHONIE

2. ÉCRIRE AUX CANDIDATS

- Acheminez une lettre ou courriel aux candidats de votre circonscription.
- Ayez un message clair et soyez prêt à leur dire ce que vous attendez d'eux.
- Soyez réaliste et stratégique : il est plus efficace d'avoir quelques messages clés versus une longue liste de demande.
- Important : pour les courriels, n'utilisez pas les adresses du gouvernement puisqu'il y a peu de chances que vous obteniez une réponse. Allez sur le site des candidats et trouvez une adresse courriel alternative (souvent du parti) ou contactez-les via leurs réseaux sociaux.
- La FCFA du Canada a rendu son microsite public plus tôt cette semaine. (<https://monvotefrancophone.ca/>). On vous encourage dès maintenant à vous y rendre dans le but de vous renseigner sur les demandes de la francophonie canadienne : le besoin de moderniser la LLO, et la relance en milieu minoritaire francophone. À travers cette plateforme vous pourrez envoyer rapidement une lettre aux candidats en élection pour exprimer toute l'importance que revêtent les langues officielles dans nos milieux.

3. RENCONTREZ LES CANDIDATS

- Informez-vous au sujet des personnes que vous rencontrez (De qui s'agit-il ? Quel est son rôle ? Quels sont ses intérêts ? Qu'est-ce qui les motive ?). Mieux les connaître vous permettra de mieux les engager.
- Ayez un message clair et soyez prêt à leur dire ce que vous attendez d'eux.
- Soyez réaliste et stratégique : il est plus efficace d'avoir quelques messages clés versus une longue liste de demande.
- Démontrez que vous comprenez le contexte : les enjeux et les priorités. Soyez intéressés et à l'écoute de leurs priorités.
- Recherchez des points de rapprochement : inquiétudes – priorités – politiques.
- À la fin de la conversation, prenez le temps de récapituler votre message et parlez des suivis.
- Acheminez un courriel de remerciement et de suivis. Une communication de suivi est toujours une bonne idée : soit discuter des points sur lesquels vous étiez d'accord, souligner un engagement qu'ils ont pris et les remercier, en plus de leur revenir avec les informations promises – selon le cas.

4. DEBAT DES CANDIDATS

- Assistez aux débats des candidats de votre circonscription et posez une question !
- Pourquoi ne pas coordonner votre propre débat à saveur culturelle. Dans ce cas, assurez-vous d'inviter TOUS les candidats et qu'ils conviennent tous de la date, de l'emplacement et de la formule du débat. Afin de rendre votre débat plus attrayant, vous pourriez le présenter en collaboration avec d'autres organismes locaux. Et pour maximiser la présence du public (électeurs), assurez-vous de confirmer la présence de candidats d'au moins deux des principaux partis politiques. Une stratégie qui pourrait attirer des électeurs indécis ce qui rendra le tout encore plus intéressant pour les autres candidats.

Il est important de ne pas influencer le vote en indiquant publiquement pour quel parti politique voter. Vous pouvez encourager les artistes et travailleurs.euses culturels (et votre public) dans votre circonscription à s'informer des positions des différents partis à l'égard des arts et de la culture en consultant leur plateforme électorale, en posant des questions, etc. Et surtout, encouragez-les à voter !

A) MESSAGES CLES PROPOSES PAR L'ATFC

1. Assurons aux artistes et aux travailleurs.euses culturels l'accès à une forme de revenu stable au-delà de la crise ;
2. Protégeons les gains faits au Conseil des arts du Canada grâce au doublement de son budget.
3. Augmentons le financement et le soutien au théâtre autochtones partout aux pays.
4. Investissons dans notre culture. Appuyons nos artistes.
5. Nous sommes plus de 700 000 artistes et travailleurs culturels. Faites-vous entendre...votez !
6. Chaque vote compte.

B) ASTUCES POUR MEDIAS SOCIAUX

À l'aide des plateformes telles que Facebook, Instagram, Twitter, etc., vous pourrez :

- Encourager vos membres et la communauté à s'informer sur les enjeux électoraux et à voter le jour de l'élection.
- Interpeller publiquement des candidat.e.s pour connaître leur position sur les enjeux qui concernent votre organisme, les arts et la culture.

1. À FAIRE SUR LES MEDIAS SOCIAUX

- Vos publications devraient être simples, faciles à lire et assez courtes pour éviter de perdre l'intérêt.
- Votre publication devrait exprimer qu'une seule idée. Si vous avez plus d'un message, planifiez une série de publications.
- Mettez l'emphase sur les sujets positifs.
- Si un ou plusieurs candidat défend les intérêts de notre milieu, n'hésitez pas à les remercier (mais faites toujours attention de ne pas prendre position donc soyez juste avec l'ensemble des candidats).
- Accompagnez votre publication d'une image ou d'une vidéo.

2. À NE PAS FAIRE SUR LES MEDIAS SOCIAUX

- Éviter les débats politiques sur les médias sociaux, allez plutôt vers les forums publics.
- Éviter d'attaquer les candidats sur les médias sociaux.
- N'utilisez pas les réseaux sociaux de votre organisme pour recruter des partisans.

3. IDENTIFIEZ VOS INTERLOCUTEURS

- Identifiez les candidat.e.s à l'aide d'un « tag » pour les interpeller directement. Même si la personne ne parle pas français, il ou elle devrait avoir des membres de sa campagne qui peuvent répondre.
- N'oubliez pas d'interpeller les candidat.e.s de tous les partis !

4. ENCOURAGEZ L'INTERACTION

- Encourager votre public à interagir avec votre publication en publiant des questions, les liens, etc. La majorité des plateformes de médias sociaux utilisent des algorithmes qui amplifient la visibilité des publications qui ont beaucoup d'interactions.

Campagne réseaux sociaux (RS) #parlesarts

L'équipe de la FCCF a décidé de favoriser une mobilisation d'impact en préparant une campagne de communication destinée aux réseaux sociaux. La campagne #parlesarts, reprend l'ensemble des demandes électorales du secteur artistique et culturel en francophonie canadienne et

acadienne sous forme d'images incluant des phrases-clés/chocs voulant avoir un impact auprès du public et des politiciens.

Nous vous invitons à partager le matériel de communication qui vous sera fourni au cours des jours et semaines à venir et/ou à repartager les publications de la Fédération sur vos réseaux sociaux respectifs. Nous vous invitons à faire circuler ces images et à encourager davantage de mobilisation notamment par l'utilisation du mot-clic #parlesarts et en citant le compte @infofccf.

ANNEXE – Infographie Élections 2021 de la FCCF



ÉLECTIONS 2021 : POUR UNE RELANCE ÉCONOMIQUE QUI MISE SUR LES ARTS ET LA CULTURE

Demandes électorales du secteur artistique et culturel en francophonie canadienne et acadienne

Le secteur des arts et de la culture, un moteur vital en francophonie canadienne et acadienne :

- › génère plus de **52,2 milliards de dollars** annuellement au Canada
- › emploie plus de **588 000 personnes** au Canada dont plus de 26 000 uniquement dans les communautés francophones en situation minoritaire
- › soutient la **prospérité socioéconomique** de nos communautés
- › est un moteur essentiel de **développement durable** dans nos milieux
- › assure l'épanouissement et la pérennité d'une population qui souhaite **vivre sa culture en français**

NOS DEMANDES

1

Assurer aux artistes et aux travailleurs culturels l'accès à une forme de revenu stable en temps de pandémie et au-delà de la crise sanitaire, et à un filet social plus inclusif.

ACTIONS

Prolonger les programmes de soutien du revenu (PCRE, SSUC, SUCI) jusqu'à trois mois suivant la levée complète des restrictions gouvernementales en matière de rassemblements.

Assurer une réforme de l'assurance-emploi pour un filet social canadien plus inclusif des artistes et des travailleurs du secteur culturel

IMPACTS

Soutenir la vitalité des organismes et celle des communautés francophones en situation minoritaire.

Maintenir l'expertise dans les organismes pour poursuivre la création et développer de nouvelles offres et formules pour rejoindre les publics.

Soutenir les acteurs du milieu artistique et culturel, dont le revenu et la stabilité d'emploi sont précaires et largement inférieurs aux moyennes canadiennes.

2

Garantir la refonte du projet de loi sur le système canadien de la radiodiffusion pour tenir pleinement compte des besoins et des réalités spécifiques des communautés francophones en situation minoritaire.

IMPACTS

Mieux rejoindre et servir nos auditoires en milieu francophone minoritaire.

Renforcer et favoriser la diversité des expressions culturelles francophones.

Promouvoir et protéger la souveraineté culturelle du Canada.

3

Garantir la modernisation de la Loi sur les langues officielles (LLO), afin qu'elle confirme le lien entre langue et culture, favorise l'accès à la culture et vise le développement durable des communautés francophones en situation minoritaire.

IMPACTS

Reconnaître le lien indissociable entre langue et culture, indispensable à la protection, à la promotion et à la pérennité du français dans nos communautés en situation minoritaire.

Appuyer et protéger les institutions communautaires clés pour un développement durable de nos communautés.

Confirmer le rôle central de la loi quant au soutien pérenne des institutions fédérales qui contribuent à la protection, à la promotion et au développement durable des communautés francophones en situation minoritaire, notamment dans les domaines de la culture, de l'immigration, de l'éducation, de la santé et de la justice.