



# Comment communiquer efficacement

**Syndicat des Métallos**  
2010

UNITED STEELWORKERS  
**USW**  
MÉTALLOS

## Comment communiquer efficacement

En page couverture : Gaétane David, présidente de l'unité de l'Auberge Gray Rocks, dans la région des Laurentides (section locale composée 9004), lors d'une manifestation tenue le 26 mars 2009 pour la survie de l'auberge (aujourd'hui fermée).

Photo : Daniel Mallette



**Nous** communiquons dans le but d'éduquer et d'informer. À titre de dirigeants et militants syndicaux, nous voulons que les écrits que nous rédigeons aident les travailleurs à se syndiquer et à défendre leurs droits. La plupart d'entre nous, et probablement nous tous, pourrions communiquer davantage et plus efficacement. Dans la présente section, nous vous donnons des conseils et des idées pour communiquer à l'interne avec vos membres et à l'externe avec les médias. Ces techniques de base vous permettront de mieux vous faire comprendre. Avec un peu de pratique, vous arriverez également à motiver et à inspirer les membres – en œuvrant aujourd'hui pour les emplois de demain!

## Contenu

### 1. Des écrits **CLAIRS**

### 2. **Conseils** pour communiquer avec les médias

Quand communiquer avec les médias

Comment préparer un avis aux médias

Comment rédiger un communiqué de presse

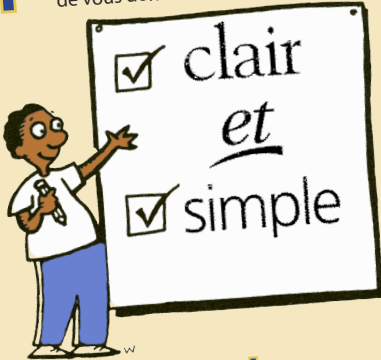
Conseils sur la façon de parler aux médias

### 3. Rédaction de **LETTRES AU RÉDACTEUR**

### 4. Conseils pour communiquer par **INTERNET**

# Liste de vérification d'un langage clair

**P**osez vous les questions que comporte la liste de vérification d'un langage clair pour vous aider à écrire de façon à ce que votre public vous comprenne. Demandez à certaines des personnes à qui votre texte est destiné de le vérifier et de vous donner des suggestions pour l'améliorer.



## Votre public

- À qui s'adresse mon texte?
- Pourquoi est ce que je veux qu'on le lise?
- Qu'est ce que je veux qu'on en fasse après l'avoir lu?

## Le contenu

- Les personnes qui liront mon texte se sentiront-elles concernées?
- Si mon texte comprend des exemples de personnes, est-ce que j'utilise des noms de diverses cultures?
- Mes exemples tiennent-ils compte des problèmes que doivent surmonter différents membres?
- Le document contient-il tous les renseignements dont ils ont besoin?

## La structure

- Les renseignements les plus importants sont-ils présentés en premier?
- L'introduction présente-t-elle le contexte de ce qui va suivre?
- Les renseignements sont-ils présentés dans un ordre logique?
- Est-ce que j'utilise des titres et des sous-titres pour guider mon public?
- Les points essentiels sont-ils faciles à trouver?

**\* Au lieu de :**  
Les membres sont tenus de téléphoner au bureau syndical avant de s'y rendre.  
**Écrivez plutôt :**  
Veuillez téléphoner au bureau syndical avant de vous y rendre.

**Le ton**

- Est-ce que je donne des renseignements ou des ordres?
- Est-ce que j'utilise un ton amical et chaleureux, ou froid et autoritaire?

## Les mots

- Les mots que j'utilise sont-ils faciles à comprendre?
- Est-ce que j'explique les mots rares ou peu familiers?
- Est-ce que j'évite le jargon, les acronymes (initiales) et les abréviations?
- Est-ce que j'utilise des mots qui encouragent les stéréotypes ou qui dénigrent les membres?
- Est-ce que j'utilise un langage impartial et inclusif?

## Les phrases et les paragraphes

- Les phrases sont-elles simples et se limitent-elles à une seule nouvelle idée?
- Chacun des paragraphes se limite-t-il à un seul sujet?
- Les phrases ont-elles un rapport les unes avec les autres?
- L'information est-elle présentée sous forme d'énumération ou de questions et réponses lorsque cela est possible?



## La présentation

- Mon document comporte-t-il des illustrations qui permettent aux lecteurs de mieux comprendre, de se souvenir et de développer un intérêt?
- Les photos et autres illustrations tiennent-elles compte de la diversité des Métallos?
- Ai-je laissé suffisamment d'espace et utilisé des titres pour diviser le texte?
- Est-ce que j'ai aligné le texte à gauche, sans utiliser de traits d'union?

**Au lieu de :**  
Une étude de la politique peut aider le responsable des griefs à déterminer si elle est claire et précise, si elle a été affichée selon les exigences, si sa mise en application est discriminatoire et si elle comporte d'autres renseignements utiles sur lesquels la défense d'un grief concernant la politique et touchant à la discipline peut être fondée.

**Écrivez plutôt :**  
Les responsables des griefs devraient étudier toute nouvelle politique de l'entreprise. Ils devraient se poser les questions suivantes :

- Est-elle claire?
- A-t-elle été affichée selon les exigences?
- S'applique-t-elle de manière égale à tous les membres?

Les réponses à ces questions peuvent aider dans la défense d'un membre qui a fait l'objet de sanctions disciplinaires pour avoir désobéi à la politique.



www.usw.ca

## 1 Des écrits CLAIRS

Écrire clairement peut sembler facile, mais nous oublions souvent à qui nous nous adressons. Nous écrivons parfois de façon trop formelle parce que les documents que nous lisons sont habituellement rédigés ainsi. Si vous utilisez un ton formel, les lecteurs peuvent ne pas comprendre votre message. De ce fait, vous n'établirez pas la communication avec votre auditoire, ce qui est votre objectif. Voici quelques conseils et exemples qui vous permettront d'améliorer vos communications et de mieux vous faire comprendre.

### Évitez les mots techniques et les longues phrases

#### Au lieu de

En ce qui a trait au traitement ou au règlement de tout grief formulé aux termes de la section de la présente convention portant sur la procédure de règlement des griefs, et en ce qui concerne toute poursuite judiciaire alléguant une violation de la présente convention ou de tout autre accord local ou autre modifiant la convention ou tout autre avenant à ladite convention, le Syndicat est le seul et unique représentant de l'employé(e) ou des employé(e)s couverts par la présente convention.



#### Écrivez

Le Syndicat est votre représentant en ce qui a trait à la négociation et aux griefs, et ce, dans tous les aspects que couvre la convention.

### Évitez de nombreux mots lorsqu'un seul suffit

#### Au lieu de

Poser la question  
Exigence obligatoire



#### Écrivez

Demander  
Exigence

### Évitez les tournures idiomatiques en français et les mots provenant d'autres langues

#### Au lieu de

Donner un coup de main à quelqu'un  
modus operandi



#### Écrivez

Aider quelqu'un  
Marche à suivre

## Évitez les abréviations

### **Au lieu de**

c. à d.  
p. ex.



### **Écrivez**

c'est à dire  
par exemple

## Évitez les noms dérivés de verbes

### **Au lieu de**

Pour garantir une bonne utilisation du temps, veillez à assurer la préparation d'un ordre du jour avant la réunion.



### **Écrivez**

Préparez un ordre du jour avant la réunion. Vous utiliserez ainsi mieux votre temps.

## Prenez un ton conversationnel amical – écrivez comme vous parlez

### **Au lieu de**

Les membres sont tenus de communiquer par téléphone au bureau syndical avant de s'y rendre.



### **Écrivez**

Veillez téléphoner au bureau syndical avant de vous y rendre.

## Évitez les styles compliqués.

## Divisez les longues phrases et transformez les en listes

### **Au lieu de**

Vous êtes admissible aux prestations aux termes de l'article 43 si vous êtes âgé de 64 ans ou plus et êtes inapte au travail; cet article prévoit également le versement de prestations si vous êtes aveugle d'un œil ou des deux yeux, ou si vous devenez totalement invalide dans le cadre de votre travail.



### **Écrivez**

Vous êtes admissible à des prestations aux termes de l'article 43, si vous satisfaites l'une des conditions suivantes :

- ▶ Vous êtes âgé de 64 ans ou plus et inapte au travail; ou
- ▶ Vous êtes aveugle d'un œil ou des deux yeux, ou si vous devenez totalement invalide dans le cadre de votre travail.

## Présentation : simple, de préférence

- ▶ N'utilisez pas trop d'éléments graphiques sur une seule page.
- ▶ Trop d'éléments peuvent embrouiller la lecture et faire en sorte qu'il sera difficile de trouver l'information.
- ▶ Ne commencez rien de nouveau au bas d'une page.

**C'est votre avenir ... VOUS avez le choix**

Sears veut faire croire à tout le monde que l'un de ses principes directeurs est de « continuer d'offrir une véritable valeur à tous ses associés et de faire preuve d'équité à leur égard ». Vraiment?

Est-ce équitable envers tous les associés que de déplacer les emplois des centres d'appels dans un autre pays et de remercier les employés qui faisaient ce travail? Demandez à ces associés et à leurs familles quelle véritable valeur ils en reçoivent.

Est-ce équitable envers tous les associés de réduire les congés annuels? Demandez à ceux qui voient leur congé annuel réduit quelle véritable valeur ils retirent de cette décision, eux et leurs familles.

Est-ce équitable envers tous les associés de modifier arbitrairement les avantages sociaux et d'autres conditions d'emploi? Est-ce équitable de forcer tous les associés à accepter des décisions arbitraires de l'entreprise qui touchent leurs salaires, leurs avantages sociaux et d'autres conditions d'emploi?

La prochaine fois, qu'est-ce que Sears changera ou réduira arbitrairement? Serez-vous touché de l'entreprise vous procurera-t-elle **réellement l'équité** et une véritable valeur? Les employés de Vaughan se sont joints au syndicat, ce qui leur a donné véritablement voix au chapitre dans leur situation au travail. Vous pouvez en faire de même – **VOUS AVEZ LE DROIT LÉGAL DE VOUS JOINDRE AU SYNDICAT. C'EST VOTRE AVENIR ET C'EST VOTRE CHOIX.**

**Avant**

**Après**

**C'est votre avenir... VOUS avez le choix**


Sears veut faire croire à tout le monde que l'un de ses principes directeurs est de « continuer d'offrir une véritable valeur à tous ses associés et de faire preuve d'équité à leur égard ». Vraiment?

Est-ce équitable envers tous les associés que de déplacer les emplois des centres d'appels dans un autre pays et de remercier les employés qui faisaient ce travail? Demandez à ces associés et à leurs familles quelle véritable valeur ils en reçoivent.

Est-ce équitable envers tous les associés de réduire les congés annuels? Demandez à ceux qui voient leur congé annuel réduit quelle véritable valeur ils retirent de cette décision, eux et leurs familles.

Est-ce équitable envers tous les associés de modifier arbitrairement les avantages sociaux et d'autres conditions d'emploi? Est-ce équitable de forcer tous les associés à accepter des décisions arbitraires de l'entreprise qui touchent leurs salaires, leurs avantages sociaux et d'autres conditions d'emploi, sans un vote démocratique?

La prochaine fois, qu'est-ce que Sears changera ou réduira arbitrairement? Serez-vous touché? La prochaine décision arbitraire de l'entreprise vous procurera-t-elle **réellement l'équité** et une véritable valeur? Les employés de Vaughan se sont joints au syndicat, ce qui leur a donné véritablement voix au chapitre dans leur situation au travail. Vous pouvez en faire de même – **VOUS AVEZ LE DROIT LÉGAL DE VOUS JOINDRE AU SYNDICAT. C'EST VOTRE AVENIR ET C'EST VOTRE CHOIX.**



**L'avantage syndical...**

**Être membre d'un syndicat et avoir une convention collective signifie que...**

- Tous les employés doivent être traités avec respect, dignité et équité.
- Du personnel syndical qualifié dans le domaine juridique, en santé et sécurité, en matière de pension, de négociation, de recherche et d'éducation est à votre disposition pour vous aider lorsque vous en avez besoin.
- Avec l'aide d'experts en négociation du Syndicat des Métallos, vos collègues et vous-même avez le droit légal de négocier régulièrement pour obtenir des améliorations.
- Vous avez un processus de résolution des griefs ayant force de loi à votre disposition qui veille à ce que vos problèmes soient toujours pris au sérieux et résolus de façon équitable.
- Vos salaires, avantages sociaux et conditions de travail sont protégés et ils ne peuvent être réduits ni modifiés à moins que vous et vos collègues n'y consentiez démocratiquement.
- Votre adhésion au syndicat et votre droit légal de négocier et de voter vous donnent une voix démocratique et la possibilité d'avoir vraiment votre mot à dire dans votre situation au travail.

UNITED STEELWORKERS  
**USW**  
MÉTALLOS

Source : Écrire pour agir, Guide syndical de communications claires et simples, Congrès du travail du Canada, 1999

N'hésitez pas à communiquer avec le Bureau national canadien du Syndicat des Métallos pour obtenir un exemplaire de l'affiche de la Liste de contrôle : Dites le clairement qui figure à la page 2 (info@usw.ca ou 416-487-1571).

## 2 Conseils pour communiquer avec les médias

Pourquoi les syndicats passent-ils aux nouvelles de six heures seulement lorsqu'il y a une grève? Ce que les médias ne racontent pas est la façon positive dont nos sections locales et nos membres contribuent tous les jours à nos milieux. En tant que militantes et militants, nous pouvons aider à changer l'image du syndicat en rédigeant des lettres au rédacteur et en attirant l'attention des médias locaux sur nos bonnes nouvelles. Voici quelques conseils pour obtenir vos 15 minutes de gloire.

### Quand communiquer avec les médias

Songez à communiquer avec les médias de votre localité lorsque votre section locale tient une activité pouvant susciter un intérêt, comme :

- ▶ Une activité pour une bonne cause.
- ▶ Un de vos membres a reçu une distinction ou un autre type de reconnaissance.
- ▶ Votre section locale a invité un conférencier spécial à la réunion de votre syndicat.
- ▶ Raconter une histoire.

N'oubliez pas d'informer le bureau de votre district ou le bureau national de l'activité afin que nous puissions envisager de l'inclure dans l'une de nos publications ou sur l'un de nos sites Web.

Pour communiquer avec les médias, vous pourriez rédiger un avis ou un communiqué de presse à leur intention.





Vous devez envoyer l'avis aux médias un ou deux jours avant l'activité afin que les bureaux de presse puissent envisager de la couvrir.

Vous devez envoyer le communiqué de presse pendant l'activité ou par la suite pour en informer les médias et les inviter à rédiger un article à ce sujet.

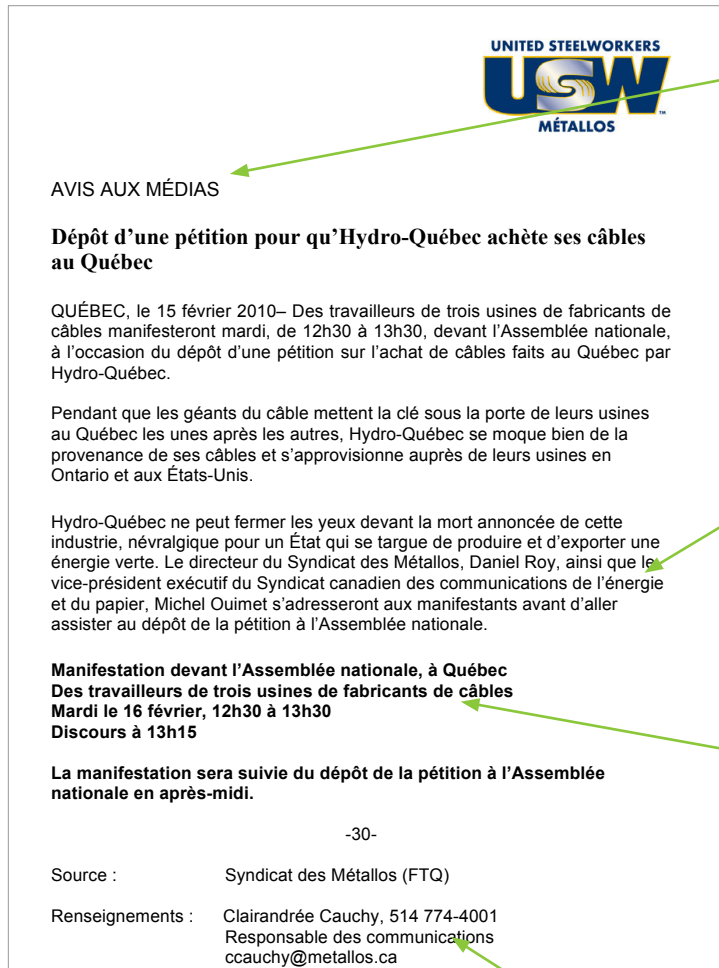
Il est souvent préférable de rédiger les deux types de communications de sorte que si votre avis ne retient pas l'attention des médias, votre communiqué de presse le fera peut-être. Pour de nombreux médias locaux, il est plus logique de combiner l'avis et le communiqué.

Choisissez une ou un porte-parole pour communiquer avec les médias. Cette personne doit être capable de bien s'exprimer et de bien se présenter, et elle doit connaître la question ou l'activité en détail. Elle doit également être disponible lorsque les médias veulent lui parler ou la rencontrer. Vous pourriez aussi citer cette personne dans vos communiqués de presse.



## Comment préparer un avis aux médias

L'avis donne aux médias toute l'information dont ils ont besoin pour couvrir votre activité. Il doit comprendre un bref sommaire de votre activité et répondre aux cinq points suivants : **qui, quoi, quand, où et pourquoi.**



**UNITED STEELWORKERS**  
**USW**  
**MÉTALLOS**

**AVIS AUX MÉDIAS**

**Dépôt d'une pétition pour qu'Hydro-Québec achète ses câbles au Québec**

QUÉBEC, le 15 février 2010– Des travailleurs de trois usines de fabricants de câbles manifesteront mardi, de 12h30 à 13h30, devant l'Assemblée nationale, à l'occasion du dépôt d'une pétition sur l'achat de câbles faits au Québec par Hydro-Québec.

Pendant que les géants du câble mettent la clé sous la porte de leurs usines au Québec les unes après les autres, Hydro-Québec se moque bien de la provenance de ses câbles et s'approvisionne auprès de leurs usines en Ontario et aux États-Unis.

Hydro-Québec ne peut fermer les yeux devant la mort annoncée de cette industrie, névralgique pour un État qui se targue de produire et d'exporter une énergie verte. Le directeur du Syndicat des Métallos, Daniel Roy, ainsi que le vice-président exécutif du Syndicat canadien des communications de l'énergie et du papier, Michel Ouimet s'adresseront aux manifestants avant d'aller assister au dépôt de la pétition à l'Assemblée nationale.

**Manifestation devant l'Assemblée nationale, à Québec**  
**Des travailleurs de trois usines de fabricants de câbles**  
**Mardi le 16 février, 12h30 à 13h30**  
**Discours à 13h15**

**La manifestation sera suivie du dépôt de la pétition à l'Assemblée nationale en après-midi.**

-30-

Source : Syndicat des Métallos (FTQ)

Renseignements : Clairandrée Cauchy, 514 774-4001  
Responsable des communications  
ccauchy@metallos.ca

Le document commence par les mots « **Avis aux médias** » afin de le différencier du communiqué de presse.

Décrivez votre activité et qui y assistera ou y prendra la parole.

Indiquez la municipalité ou la ville où votre activité aura lieu. Ne supposez pas que les médias sauront où vous vous trouvez. Les médias peuvent faire parvenir votre avis à des bureaux de presse dans d'autres municipalités, c'est pourquoi il est important d'inscrire l'endroit où elle se déroule.

Au bas de l'avis, inscrivez l'information qui permettra aux médias de vous joindre, y compris votre nom, votre numéro de téléphone et votre adresse électronique.

Les avis aux médias sont envoyés aux salles de presse locales par courriels. Selon votre activité, faites parvenir votre avis au bon service. Par exemple, déterminez qui sont les rédacteurs-réviseurs de nouvelles aux divers bureaux de presse avec lesquels vous prévoyez communiquer. Dressez une liste de noms, d'adresses électroniques et de numéros de téléphone pour consultation ultérieure.

Le jour après l'envoi de votre avis et avant l'activité, effectuez un suivi par téléphone afin de confirmer que le bureau de presse a bien reçu votre avis et qu'il songe à couvrir l'activité. Soyez prêt à lui faire part d'un bref sommaire de votre activité afin de l'y intéresser. Vendre l'activité avec un sourire peut faire la différence.

## Comment rédiger un communiqué de presse

Le communiqué de presse fournit aux journalistes tous les renseignements dont ils ont besoin pour écrire leur article. Il est structuré de façon à faciliter le plus possible la rédaction de l'histoire. Il ne devrait comporter qu'une seule page.

Inscrivez **POUR PUBLICATION IMMÉDIATE** en lettres majuscules dans le coin gauche supérieur de la page, sous votre en-tête ou logo. Cette expression signifie que les nouvelles dans votre communiqué sont prêtes à être communiquées au public.

Inscrivez le titre en caractères gras. Votre titre doit comporter dix mots au maximum et ne s'étaler que sur une ligne. N'insérez dans votre titre que l'information la plus importante et qui attire le plus l'attention.

Votre premier paragraphe, appelé le « paragraphe principal », commence par les données de parution – la date et le lieu d'origine de votre communiqué. Les communiqués sont envoyés aux médias le jour même de l'activité, par conséquent, la date qui figure dans le communiqué doit être la date de l'activité et la date de diffusion. Le paragraphe principal doit attirer l'attention du lecteur. Utilisez le style de rédaction de la « pyramide inversée ». Incorporez les points importants dans le premier paragraphe, et poursuivez avec les points moins importants. Les paragraphes qui forment le corps de la lettre offriront plus de détails. Consacrez 75 pour cent de votre temps à rédiger le titre et le paragraphe principal de votre communiqué, et 25 pour cent à la rédaction des autres paragraphes.

**UNITED STEELWORKERS**  
**USW**  
**MÉTALLOS**

POUR PUBLICATION IMMÉDIATE

**Négociation fructueuse à Mine Wabush**  
***Les travailleurs auront droit à 5 \$ de plus l'heure***

**SEPT-ÎLES, le 3 février 2010** – Les 235 syndiqués à l'emploi de la mine Wabush ont ratifié ce matin une convention collective accordant des augmentations de 18 % sur cinq ans. Lorsqu'on tient compte à la fois des augmentations annuelles et du boni d'indexation au coût de la vie intégré au salaire (boni de vie chère), cela équivaut à une hausse de 5 \$/l'heure, au terme de la convention.

*«Nous sommes très contents. C'est le meilleur contrat qu'on a négocié dans cette mine depuis 1990. Les gens méritaient d'être considérés comme leurs confrères des autres minières sur la Côte-Nord et de rejoindre leurs conditions salariales»,* fait valoir le coordonnateur régional du Syndicat des Métallos, Roland Labonté. L'entente comporte aussi des gains importants au chapitre du régime de retraite et des avantages sociaux. *«Nous sommes aussi arrivés à baliser le recours à la sous-traitance, ce qui était un des principaux enjeux»,* ajoute le permanent syndical Alain Croteau, précisant qu'un plancher d'emploi de 240 travailleurs a été négocié.

La nouvelle convention collective, ratifiée ce matin en assemblée dans une proportion de 71 %, s'échelonne de mars 2009 à mars 2013. *«Nous avons choisi de reporter la négociation, qui devait à l'origine s'amorcer l'an dernier, en raison du contexte économique difficile, alors qu'il y avait plusieurs mises à pied. Cela a valu la peine : nous avons gagné notre pari !»,* s'exclame le président de la section locale 6254 des Métallos, Robert Roy.

-30-

**Renseignements :** Clairandrée Cauchy 514 774-4001,  
Responsable des communications,  
ccauchy@metallo.ca  
Syndicat des Métallos (FTQ)  
Alain Croteau 418 962-7127, Permanent syndical

Tous les communiqués se terminent par la mention « -30- ». Ce chiffre marque la fin du communiqué et indique aux médias qu'ils ont tous les renseignements dont ils ont besoin et qu'il n'y a pas de deuxième page.

## Conseils sur la façon de parler aux médias

Une fois que vous avez envoyé votre communiqué, les médias peuvent communiquer avec vous pour vous interviewer, vous ou votre porte-parole, sur l'activité. Lorsque vous parlerez aux médias :

- ▶ Connaissez à l'avance le point PRINCIPAL (message). Concentrez-vous et répétez le message. Trouvez des façons créatives de revenir à votre point principal.
- ▶ Mentionnez un ou deux autres points uniquement.
- ▶ Répondez de façon brève et simple.
- ▶ Parlez lentement, utilisez des phrases courtes.
- ▶ Utilisez des exemples dans votre lieu de travail.
- ▶ Si vous ne connaissez pas la réponse – dites le.
- ▶ Personnalisez et humanisez toujours votre histoire.
- ▶ Respectez les échéances des médias lorsque vous rappelez.
- ▶ Rien de ce que vous dites à un journaliste n'est dit « en confidence ».
- ▶ Souriez.
- ▶ Soyez certain des faits que vous avancez.
- ▶ Ne parlez pas au nom d'autres personnes.
- ▶ Ne faites pas de conjectures sur quoi que ce soit.



## 3 Rédaction de lettres au rédacteur

Les médias imprimés (journaux et revues) publient des lettres au rédacteur afin de permettre au public de commenter les questions que le rédacteur n'a pas soulevées ou de réagir à un article. S'il existe une revue ou un journal local ou régional dans votre municipalité, faites-vous une obligation de lire les lettres au rédacteur afin de bien connaître les types de questions abordées et de lettres publiées. Vous constaterez que la plupart des lettres au rédacteur sont courtes et qu'elles donnent suite à des articles qui ont paru récemment.

### Quand écrire une lettre au rédacteur

Vous pouvez écrire une lettre au rédacteur pour :

- ▶ Réagir à un article ou un éditorial.
- ▶ Faire connaître la perspective du syndicat ou des travailleurs à l'égard d'une question locale.
- ▶ Reconnaître la couverture équitable qu'a consacrée la publication à des questions syndicales ou des questions touchant les travailleurs.
- ▶ Ajouter de l'information manquante à un article ou corriger une information.
- ▶ Commenter une lettre au rédacteur.

### Sujet de discussion

Les chances qu'une lettre au rédacteur soit publiée seront plus grandes si elle porte sur un article de la publication et si elle est envoyée en temps opportun. Trouvez un sujet qui vous tient à cœur (par exemple, les avantages de l'adhésion syndicale pour les travailleurs, la santé et la sécurité, les droits de la personne). Faites le lien entre votre sujet et un article de la publication à laquelle vous vous adressez. N'oubliez pas d'inclure la date, le titre et le nom de l'auteur de l'article que vous commentez dans le premier paragraphe de votre lettre.

### Rédaction de la lettre

Vous pouvez rédiger la lettre à titre individuel ou de membre d'une organisation. Écrivez clairement et allez droit au but. Les chances que votre lettre soit publiée seront plus grandes si elle ne contient que deux ou trois paragraphes, ou de 150 à 200 mots. Faites valoir votre point de vue dans les deux premiers paragraphes au cas où les rédacteurs-réviseurs décideraient de raccourcir votre lettre. Soyez direct, sincère et courtois.

### Trouvez un titre pour votre lettre

Certaines publications ajoutent un titre aux lettres. Si vous n'incluez pas de titre à la vôtre, la publication peut le faire pour vous. Si cela se produit, vous souhaiterez en avoir rédigé un. Par conséquent, n'oubliez pas d'inscrire le titre que vous aimeriez voir en tête de votre lettre.

## Lecture d'épreuves

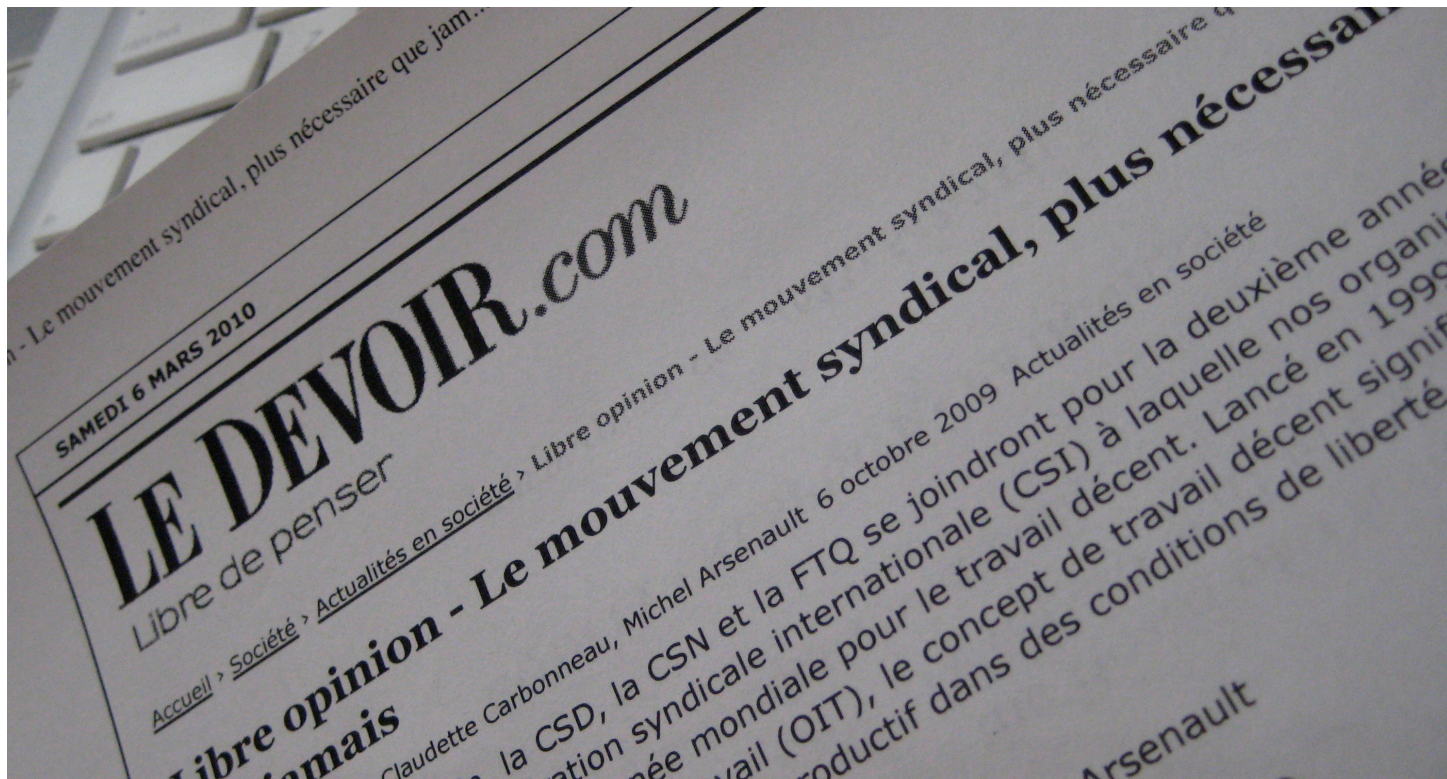
Les journaux et les revues préfèrent ne pas corriger les lettres au rédacteur et ils ne choisiront de publier que celles qui sont bien rédigées. Veillez à ce que votre lettre ne comporte pas de fautes d'orthographe ni d'erreurs grammaticales.

## Renseignements pour vous joindre

N'oubliez pas d'inclure votre nom et les renseignements où l'on peut vous joindre (adresse domiciliaire, numéro de téléphone à la maison, adresse électronique) à la fin de votre lettre. La publication à laquelle vous vous adressez consacre normalement une page de son site Web ou une section de la revue à la description des renseignements que vous devez lui fournir pour qu'elle envisage de publier votre lettre. Votre adresse ou votre numéro de téléphone ne sera pas publié, mais ces renseignements sont habituellement exigés de tous les auteurs au cas où il serait nécessaire de vérifier un point dans une lettre.

## Envoi de la lettre

La plupart des publications d'aujourd'hui préfèrent que les lettres au rédacteur leur soient envoyées par voie électronique, généralement par courriel, bien que bon nombre d'entre elles acceptent les lettres qui leur parviennent par télécopieur ou par la poste. Soyez au courant des instructions ou exigences de la publication en question. Certaines publications mettent à la disposition des lecteurs un formulaire en ligne afin qu'ils puissent présenter leurs commentaires. Le formulaire vous invitera à fournir tous les renseignements nécessaires



## 4

## Sur le Web – conseils pour communiquer par Internet

Écrire pour un site Web est différent d'écrire pour un journal. Si vous maintenez un site Web ou un blogue, vous devez veiller à ce que l'information qu'il contient soit à jour. Vous devez aussi vous assurer de fournir aux personnes qui consultent votre site l'information qu'elles recherchent. Si votre unité ou votre section locale tient des activités ou envoie des communiqués de presse, n'oubliez pas de les y ajouter.

Gardez à l'esprit qu'une fois que le texte est publié en ligne, il y sera pour toujours. Les serveurs caches et les moteurs de recherche peuvent retrouver les pages et les documents même après que vous les ayez retirés de votre site Web. N'y affichez rien que vous ne voulez pas que d'autres retrouvent dans de nombreuses années.

### Quelques conseils pour les sites Web :

- ▶ Incorporez les principaux points dans le premier paragraphe.
- ▶ Écrivez de manière concise et n'incluez qu'une idée par paragraphe.
- ▶ N'utilisez pas de gros fichiers – certains lecteurs ont des ordinateurs qui sont lents et ils ne resteront pas sur votre site s'il prend trop de temps à charger.
- ▶ Utilisez des listes à puces plutôt que de longs paragraphes.
- ▶ Utilisez des sous-titres explicites.
- ▶ Tapez les mots clés en caractères gras.
- ▶ Limitez l'usage de mots en lettres MAJUSCULES : C'EST COMME SI VOUS CRIEZ.
- ▶ Insérez des espaces entre les blocs d'information.
- ▶ Mettez le contenu de votre site Web à jour régulièrement, afin de le garder intéressant.

---

## Resources

**[www.metallos.ca](http://www.metallos.ca)**

Voir la section Éducation de notre site Web pour obtenir une copie de : ***Dites-le clairement : Guide d'alphabétisation des Métallos.***

**[www.usw.org](http://www.usw.org)**

Voir la section de l'Association de la presse des Métallos (USPA) sur le site ([www.usw.org/resources/uspa](http://www.usw.org/resources/uspa)) pour découvrir les nombreux outils et les ressources que met l'USPA à votre disposition afin de vous aider à transmettre votre message et à informer, divertir, motiver et unir vos membres.

**[www.nald.ca](http://www.nald.ca)**

La Base de données en alphabétisation des adultes est un réseau d'information sur l'alphabétisation des adultes qui offre des ressources, des services et des liens.



**Ken Neumann, directeur national pour le Canada  
Syndicat des Métallos**

**234, av. Eglinton Est, 8<sup>e</sup> étage, Toronto (Ontario)  
Canada M4P 1K7**

**416-487-1571**

**[www.metallos.ca](http://www.metallos.ca)**