

Comité des communications Rapport annuel

(Le 27 avril 2004)

Comme vous le savez déjà, le présent rapport est mon dernier en tant que président du Comité des communications. J'occupe ce poste depuis la création du Comité et, malgré tous ses progrès, je crois fermement que le Comité a besoin de sang nouveau pour prendre de nouvelles directions. Je souhaite tout le succès possible au nouveau président ou à la nouvelle présidente!

Le Comité des communications a eu une très bonne année. Essentiellement, cette année nous avons consolidé un grand nombre de nos projets, soit les campagnes du signet, du feuillet d'information, du portefeuille et de publicité, qui font maintenant partie des activités régulières de la Fédération.

Campagne du signet. La campagne du signet, une de nos plus populaires jusqu'à présent, est encore bien reçue par tous nos distributeurs, entre autres les librairies Chapters, Coles, Beegee's et Westminster's. La Fédération est maintenant visible dans toutes ces librairies. Cette année, nous avons décidé de faire distribuer nos signets par les bibliothèques publiques qui, à notre surprise, se sont montrés très réceptifs à cette idée. Jusqu'à présent, nous avons eu l'autorisation d'établir des points de distribution dans les bibliothèques publiques de Fredericton, Woodstock, Moncton, Riverview et Sackville. Les imprimeurs du signet ont élaboré une nouvelle version un peu plus colorée. Le directeur général est en pourparlers avec eux pour en déterminer le coût d'impression.

Campagne du feuillet d'information. Nos membres ont été informés dans le numéro d'avril du *Bulletin* du succès de la diffusion de la version de 2004 du feuillet d'information *Saviez-vous...* Pour la troisième année consécutive, nous avons préparé ce feuillet et nous l'avons transmis à tous les députés provinciaux, aux députés fédéraux du Nouveau-Brunswick, aux associations parents-maîtres, à la CESP, aux recteurs d'université et à l'ACPPU. Vous vous souviendrez peut-être aussi que les énoncés de ce feuillet d'information servent à nos campagnes publicitaires dans *L'Acadie Nouvelle* et dans le *Telegraph Journal*.

Campagne du portefeuille. Depuis la dernière réunion du Comité directeur, le portefeuille d'articles de journaux publiés en 2003 a été transmis à tous les députés provinciaux, aux députés fédéraux du Nouveau-Brunswick, aux associations parents-maîtres, à la CESP, aux recteurs d'université et à l'ACPPU. C'est notre troisième portefeuille de ce genre, ce qui confirme notre succès dans la presse écrite.

Campagne de publicité. La campagne de publicité se poursuit dans *L'Acadie Nouvelle* et dans le *Telegraph Journal*. Nous avons révisé les annonces publicitaires du *Telegraph Journal* et nous avons décidé de publier moins souvent des annonces plus grandes (6,4 cm ou 2 ½ pouces, sur deux colonnes, une fois toutes les quatre semaines au lieu

d'annonces plus petites une fois par semaine). Ceci nous a également permis de faire des économies considérables.

Articles de journaux. Depuis mon dernier rapport annuel au Comité directeur, nous avons fait publier **huit** articles dans des quotidiens du Nouveau-Brunswick : ***Stem The Tide of Rising Tuition Fees, Universities Merit More, Society Must Rein in Education Costs*** (*La société doit réfréner les coûts de l'éducation*), ***Universities Need More, Education Can Help Cure Health Care Woes, Proposed Solutions Do Little to Ease Financial Pain of Students***, et ***Budget Does Little to Promote Accessibility*** dans le *Telegraph Journal*, et ***Universities Must Keep a Solid Grip on Autonomy***, dans le *Daily Gleaner*.

En terminant, j'aimerais remercier le Comité directeur du soutien qu'il m'a accordé pendant que j'étais président du Comité des communications et, encore une fois, je souhaite tout le succès possible à mon successeur ou à ma successeure.

Soumis par

Ian H. Fraser