

Rapport du Comité des communications
(Le 26 octobre 2002)

Depuis son rapport du mois d'août, le Comité des communications a été extrêmement occupé. Voici quelques-unes de ses principales activités.

- 1) Notre feuillet d'information intitulé *The State of University Education in New Brunswick and Canada/L'enseignement universitaire au Nouveau-Brunswick et au Canada* (ci-joint), préparé pour la campagne de sensibilisation du public, a été transmis à tous les députés provinciaux, aux députés fédéraux du Nouveau-Brunswick et aux recteurs d'universités, et il a été inséré dans le *Telegraph Journal* et dans *L'Acadie Nouvelle* le vendredi 27 septembre. Grâce à cette campagne, le président du Comité des communications a été interviewé ce jour-là au programme *Maritime Noon* de la chaîne radiophonique de Radio-Canada.
- 2) Quelques changements ont été apportés au site Web, y compris une liste plus complète et mise à jour des organismes dans la section « Liens utiles ». Nous remercions l'administrateur du site, Jack Vanderlinde, pour tout le travail qu'il fait dans ce domaine.
- 3) Le site Web comptera également une nouvelle section intitulée « Communications » où le président du Comité des communications fera une mise à jour sur les diverses campagnes de sensibilisation lancées par le Comité.
- 4) En réponse à une demande de l'ABPPUM, la Fédération a soumis un article au *Telegraph Journal*, à titre de chroniqueuse invitée : *N.B. Must Get In Step With Same-Sex Relationships (Le Nouveau-Brunswick doit s'aligner sur les autres provinces en matière de relations homosexuelles)* (ci-joint). L'article a été publié dans l'édition du samedi 28 septembre du *Telegraph Journal*. Il sera reproduit dans le prochain *Bulletin*.
- 5) Le Comité travaille actuellement au contenu et à la présentation du prochain *Bulletin*. À cause des vacances prises par notre directeur général et par notre traductrice, et de la préparation de la présente réunion du Comité directeur, le *Bulletin* sera publié en novembre plutôt qu'en octobre.
- 6) Notre annonce publicitaire continue à paraître en première page de *Showtime*, le guide des émissions de télévision publié chaque vendredi par le *Telegraph Journal*. Avec plus de 50 000 exemplaires, l'édition du vendredi est la plus importante du *Telegraph Journal*. Les exposés de faits des annonces publicitaires (ci-jointes) changent toutes les deux semaines.
- 7) Le rapport mensuel sur les demandes d'accès au site Web montre que nous avons eu 5 550 visiteurs avec un total de près de 31 000 demandes d'accès (rapport ci-joint). Apparemment, la série de campagnes de sensibilisation du public lancées au cours des derniers mois (c'est-à-dire le signet, le portefeuille, le feuillet d'information et la campagne de publicité) commencent à porter fruit.

Le président,

Ian Fraser