

publiques et faisaient visiter le site aux dignitaires de passage, aux représentants des médias et aux groupes communautaires. Leurs activités ont pris de l'expansion pendant l'Exposition elle-même: puisque des centaines de navires de plaisance se présentaient au terminal tous les jours, le Service des affaires publiques y dépêchait quelqu'un presque tous les matins. Pratiquement tous les jours, ils faisaient faire des tournées spéciales du site à des groupes importants de médias, aux personnalités importantes des sociétés commanditaires et à d'autres visiteurs de marque. Pour ces événements, les bénévoles du service d'accueil se joignaient au personnel régulier du service des affaires publiques.

Le Service des affaires publiques a créé et mis au point des séances d'information pour cette équipe. Du début à la fin de l'Exposition, des séances de "recyclage" ont été données régulièrement. Les uniformes des bénévoles avaient aussi été conçus par le Service et des commentaires positifs suivaient inmanquablement le passage de ces uniformes crème et bleu marine. Ces hommes et ces femmes bénévoles étaient véritablement les ambassadeurs d'EXPO 86 et jouaient un rôle important dans le programme de bénévolat.

GROUPES DE L'INDUSTRIE DU TOURISME

Le Service des affaires publiques a travaillé en collaboration très étroite avec toutes les composantes de cette industrie, des hôteliers, des restaurateurs et des associations aux groupes d'affaires comme les chambres de commerce. Le personnel du Service se joignait à des comités, participait à des réunions et faisait constamment circuler l'information, en faisant des discours ou des exposés ou simplement en travaillant sur une base quotidienne avec les intéressés.

SECTION D'ART ORATOIRE

Le Service des affaires publiques a créé et fait fonctionner une section bénévole d'art oratoire en Colombie-Britannique, au Canada, de même qu'à Seattle (Washington) et dans sa banlieue.

De concert avec Toastmasters International, le Service a lancé un programme couronné de succès qui a suscité beaucoup d'intérêt pour EXPO 86 chez des groupes cibles importants. On a créé une équipe capable et mobile de bénévoles, ce qui a donné à EXPO 86 la possibilité d'atteindre de nombreux petits groupes appartenant aux communautés voisines des grands centres faisant partie des marchés cibles de l'Exposition.

Pendant une à deux années avant l'ouverture, environ 500 orateurs ont participé activement au programme. Le Service des affaires publiques a mis au point des trouses pour les orateurs et a organisé des séances de formation avec l'association Toastmasters qui mettait en oeuvre le programme au niveau local. Au moyen d'un système d'évaluation préparé par l'association Toastmasters, le Service a créé un programme de prix.