

- La stratégie de communication interne, pour sa part, vise à favoriser le développement d'une culture d'entreprise grâce à laquelle la main-d'oeuvre sera bien informée, efficace et axée sur le service.

### *Avantages prévus.*

Comme c'est le cas des autres initiatives touchant le domaine des services, les plans de communication, s'ils sont bien appliqués, rehausseront la réputation du Bureau des passeports.

En outre, les employés qui ont un sens d'appartenance à l'organisation et qui en comprennent les objectifs tiendront davantage à assurer la réalisation des plans.

**Activités pour 1993-1994.** Au Bureau des passeports, la fonction de communication est décentralisée. Les directeurs régionaux et fonctionnels assument une part importante de pouvoirs et de responsabilités y compris celle d'élaborer les plans de communication. Dans les plans pour 1993-1994, les directeurs analysent le milieu des communications par rapport à chaque région ou fonction; identifient les publics cibles; fixent des objectifs spécifiques et mesurables; recommandent des stratégies efficaces.

Les activités de communications externes particulières qui seront entreprises comprennent notamment :

- la participation aux expositions de l'industrie du tourisme;
- l'installation de kiosques d'information dans les zones stratégiques très passantes (p. ex. : centres commerciaux, aéroports);
- des visites à des organismes locaux tels que les écoles et les associations représentant les minorités ethniques, les malvoyants et les malentendants, et la tenue de séminaires à l'intention de ces groupes;
- le maintien de relations de travail étroites avec l'industrie du tourisme;
- des activités de relations avec les médias ou des projets spéciaux pour promouvoir les nouveaux bureaux.

Sur le plan des communications internes, les directeurs ont prévu diverses initiatives, dont l'emploi de la technologie du vidéo, en vue de l'établissement et du maintien d'une solide culture d'entreprise et pour favoriser le perfectionnement des employés.

Les Services de gestion assurent les services de communication dans l'ensemble du Bureau, y compris la prestation de conseils et la coordination en matière de politique de communication, la production de matériel de promotion commun, l'exploitation du service national gratuit de demandes par téléphone, et la coordination du programme d'image de marque du Bureau. À ce sujet, ils veilleront entre autres choses à ce que l'approche relative à la planification des communications soit uniforme en entamant la préparation d'un manuel sur la politique et les procédures de communication. Par ailleurs, ils produiront des brochures, des vidéos et du matériel d'information pour les expositions ou les bureaux régionaux et achèteront des services de publicité au niveau national. Enfin, ils agrandiront le champ d'application du système 1-800 et achèteront un logiciel de gestion téléphonique.

**Ressources nécessaires :** le financement proviendra des ressources existantes.

### **3.9 Plan de vérification**

**Contexte.** Le Bureau des passeports doit relever le défi que constitue la délivrance d'un produit de qualité tout en répondant à des critères stricts d'efficacité et d'économie. Afin d'aider les gestionnaires à respecter les objectifs, nous avons pris en 1992-1993, des mesures permettant de raffermir notre fonction de vérification interne en demandant la préparation d'un plan de vérification pluriannuel.

Le plan pluriannuel décrit toutes les activités de vérification qui seront menées pendant une période de cinq ans. Le plan a été fondé sur un examen approfondi de l'organisation du Bureau des passeports, toutes les opérations et fonctions administratives internes comprises, afin de définir le champ d'application possible de la vérification et d'en isoler les principaux domaines d'activité de la gestion. Le plan