

v. Service des affaires publiques

SOMMAIRE DES PROGRAMMES

Six personnes, relevant du directeur, composaient le Service des affaires publiques: trois coordonnateurs de programme, un agent de relations publiques, un secrétaire et un adjoint administratif.

Lorsque le volume de travail était particulièrement important, des employés de bureau bénévoles venaient régulièrement aider le personnel régulier. Habituellement, trois bénévoles venaient travailler deux à trois jours par semaine. Ces personnes aidaient à préparer les listes d'invitation pour les exposés aux groupes spéciaux, à coordonner l'envoi des orateurs invités en fonction des demandes du public, à faire de la dactylographie et du classement et à accomplir certaines fonctions spéciales.

Les bénévoles constituaient un élément très important de l'équipe des relations publiques et ont permis à celle-ci d'atteindre ses objectifs. A l'approche de l'ouverture, l'effectif du service a été réduit et seulement trois employés réguliers sont demeurés jusqu'à la fin de l'Exposition.

Parmi les programmes offerts, on notait un programme communautaire bénévole, un programme d'hospitalité et des programmes visant à obtenir la participation d'associations touristiques, de chambres de commerce, de groupes de l'industrie touristique et de groupes d'hommes d'affaires.

Les programmes de relations publiques et de promotion étaient mis en oeuvre en collaboration avec les médias communautaires de la province et les grands médias du Canada.

Le Service organisait aussi des conférences, des spectacles et des présentations sur les artères commerciales, de même que des réunions d'information publique locales et régionales.

OBJECTIFS DU SERVICE DES AFFAIRES PUBLIQUES

Créer, élaborer et mettre en oeuvre un programme de relations publiques à l'échelle de toute la province, favorisant un appui durable du public à l'égard de l'Exposition internationale; établir pour la Corporation EXPO 86 un réseau de communications à l'échelle de la province; insuffler un sentiment d'appartenance à cet événement qui puisse déclencher le désir de participer à la promotion d'EXPO 86, de manière à améliorer les programmes de marketing et de publicité et à accroître les ventes de billets.