

**La question n'est pas de savoir si  
la crise vous frappera, mais quand...**

The logo for RTCOMM features the letters 'RTCOMM' in a bold, sans-serif font. Each letter is filled with a detailed, high-resolution image of a granite or marble surface, showing various shades of brown, red, and white. The letters are set against a white background with a subtle drop shadow.

**Richard Thibault Communications inc.**

# **PROFIL CORPORATIF**

4480, rue Beaubien  
Québec (Québec) G2A 3Y8  
Tél.: (418) 840-4040 Téléc.: (418) 843-8079  
Site Internet : [www.rtcomm.qc.ca](http://www.rtcomm.qc.ca)  
Courriel : [info@rtcomm.qc.ca](mailto:info@rtcomm.qc.ca)



**Richard Thibault Communications inc.**

## ***Survol***

« Gouverner, c'est prévoir », nous apprend le fameux adage. Prévoir, et même le pire, serait-on tenté d'ajouter. Ce qui distingue notre entreprise, en plus de vous accompagner dans les moments difficiles, tient au fait que nous avons développé une méthode vous permettant de vous préparer à l'avance à la crise qui vous frappera un jour et encore mieux, de chercher à l'éviter. Notre approche vous permet d'être à l'avant-garde des courants modernes de gestion et de chercher à régler les crises potentielles avant même qu'elles ne se développent.

- Cabinet dynamique du secteur des communications fondé en 1994.
- Nous avons choisi de nous consacrer au développement de stratégies de communication ainsi qu'à la gestion de crise et d'en devenir des spécialistes pour mieux vous supporter lorsque vous ferez face à la vôtre.
  - Gestion de crise (prévention de la crise, accompagnement avant et pendant la crise).
  - Formation (coaching individuel, ateliers, conférences).
  - Séminaires (porte-parole et médias, présentations efficaces, communication en situation conflictuelle – formateur *agrée par Emploi-Québec* et également accrédité par la *Chambre de la sécurité financière*).
- Par notre division [www.parolepublique.com](http://www.parolepublique.com), nous offrons également des services de formation à distance assistée ainsi que des outils d'auto-formation à la prise de parole en public.



***La crise la mieux gérée est celle qu'on évite...***

## **Nos outils de travail**

### **Positionnement stratégique**

- Recherche et analyse
- Plan de positionnement stratégique
- Plan de gestion de crise
- Plan de communication
- Analyse et rétroaction

### **Gestion de crise**

- Constitution d'une équipe de crise
- Formation de l'équipe
- Coordination des opérations
- Simulation de situations de crise
- Relations avec les médias

### **Gestion de la réputation**

- Définition d'une position
- Élaboration de plans d'action
- Animation et coordination
- Campagnes d'opinion publique
- Veille et analyse média

### **Formation à la parole en public**

- Porte-parole et relations avec les médias
- Discours et présentations efficaces
- Communications en situation conflictuelle
- « Coaching de direction »
- Conférences et formation à distance



## ***Une approche personnalisée***

Il y a deux sortes d'organisations : celles qui sont en situation de crise et celles qui le seront. Nous favorisons une approche adaptée aux exigences de chacun de nos clients. Celle-ci tient compte de leurs **besoins**, de leurs **priorités** et de leurs **impératifs budgétaires**.

## ***Les étapes du travail***

- Réunion avec le client pour définir la démarche et évaluer le budget.
- Cueillette des données et analyse du dossier.
- Détermination des objectifs, des stratégies et élaboration du plan d'action.
- S'il y a lieu, ajout à l'équipe de ressources spécialisées d'appoint.
- Exécution du mandat.
- Contrôle de la qualité, rétroinformation et ajustements, le cas échéant.
- Facturation selon les ententes.



## ***Des résultats concrets***

### ***Richard Thibault Communications inc. :***

- **augmente vos capacités en vous offrant une expertise de haut calibre, spécialisée en positionnement stratégique des communications et en gestion de situations de crise;**
- **met à votre disposition un réseau d'experts dont la compétence est largement reconnue;**
- **selon la méthode « clés-en-main », coordonne les opérations requises par chacun des différents mandats;**
- **vous offre une solution unique dans le domaine de la gestion intégrée de situations de crise, beaucoup plus efficace que ce que vous pourriez vous-mêmes faire en prenant en mains les opérations requises pour atteindre les mêmes objectifs;**
- **présente une plus-value aux services qu'il vous propose en gestion de crise en vous offrant de la formation à la parole en public pour mieux vous préparer à des situations potentiellement explosives;**
- **vous permet d'adopter une approche novatrice de gestion, fondée sur les besoins de votre clientèle et sur la protection de leurs intérêts.**



**Richard Thibault Communications inc.**

## ***La parole est sûrement d'or...***

Aujourd'hui, face à l'importance des enjeux, la communication de crise ne peut se réduire à de simples paroles destinées à rassurer le public. Elle doit être l'expression de tout un travail de gestion et de décisions prises à l'interne. Allier une bonne communication à une gestion efficace des causes de la crise trace la voie actuelle pour vous aider à vous en sortir.

Étant une firme spécialisée en gestion de crise, nous avons développé une approche de formation rigoureuse, destinée à des gens qui auront certainement à prendre la parole en public. Tous nos programmes de formation s'inspirent de cette réalité. Or, à travers l'histoire, savoir parler en public et posséder le talent de s'exprimer clairement ont toujours compté parmi les atouts des gagnants. Nous voulons vous aider à mieux vous préparer à livrer efficacement vos messages et à projeter une meilleure image.

Nous comblons vos besoins spécifiques de formation en vous offrant les **services de « coaching » et d'accompagnement personnalisé** qu'exige votre emploi du temps ou le caractère particulier de la situation que vous vivez. D'autre part, nos **séminaires de formation** sont offerts à des groupes restreints de participants, alors que plusieurs centaines de personnes ont déjà assisté à nos **ateliers-conférences** sur différents aspects de la parole en public offerts lors de congrès, de colloques ou de journées spéciales de formation. **Nous présentons ces deux outils dans les pages qui suivent.**



## Relations avec les médias

**Durée :** Une journée  
**Nombre de personnes :** 5 à 6

De nos jours, les représentants des médias veulent parler aux vrais responsables, à celles et ceux qui font arriver les événements et pas seulement aux « communicateurs patentés ». Si bien qu'aujourd'hui, toute personne peut être appelée à agir comme porte-parole auprès des journalistes. Télévision, radio ou presse écrite, les médias sont un lien privilégié entre le public et l'entreprise, à la condition de savoir transiger avec eux. La population en général, et vos clients en particulier, sont en droit de s'attendre à des porte-parole crédibles, qui savent transmettre leur message.

### Vous découvrirez comment :

- contourner les obstacles à la communication;
- négocier une entrevue;
- préparer vos messages;
- établir votre crédibilité;
- utiliser le langage parlé et non-verbal;
- dominer le trac et la nervosité;
- appliquer les techniques d'entrevue;
- convaincre votre auditoire et faire passer les messages;
- contrôler l'entrevue;
- gérer les questions pièges.



## Discours et présentations efficaces

**Durée :** Une journée  
**Nombre de personnes :** 5 à 6

Quel que soit votre niveau hiérarchique, votre occupation ou votre secteur d'activités, vos présentations, souvent assistées par ordinateur, doivent être efficaces pour être percutantes. Qu'il serve à vendre, à mobiliser ou à renseigner, votre exposé doit être convaincant. En outre, les supports visuels et la panoplie d'outils offerts par la technologie moderne viennent renforcer l'impact de vos causeries. Encore faut-il savoir les utiliser adéquatement.

### Vous découvrirez comment :

- préparer votre intervention;
- séduire votre auditoire;
- maîtriser votre allocution;
- dominer votre nervosité et votre trac;
- gérer la communication non verbale;
- susciter l'intérêt de votre auditoire et maintenir l'attention d'un groupe;
- divertir et transmettre les messages;
- frapper l'imagination de votre auditoire;
- contrôler le déroulement de votre présentation;
- gérer la période de questions et réponses;
- conclure en force et dans les délais requis.



## Communications en situation conflictuelle

**Durée :** Une journée  
**Nombre de personnes :** de 20 à 100

Vous avez un rôle d'arbitre à jouer entre des parties aux positions pas toujours réconciliables? Vous devez gérer une équipe dans un contexte difficile? Vous êtes vous-mêmes impliqué dans une négociation avec une autre partie qui n'entend pas céder facilement? Vous êtes, reconnaissez-le, au beau milieu d'une situation potentiellement conflictuelle où les communications doivent être gérées avec doigté. Ce programme de formation s'articule autour de quatre grands paramètres : les bases de la communication interpersonnelle, les intervenants difficiles, la négociation et la gestion des communications en situation de conflit.

### **Vous découvrirez comment :**

- établir la confiance et votre crédibilité;
- développer votre pouvoir de conviction;
- gérer les échanges questions/réponses;
- gérer adéquatement l'environnement;
- maîtriser le langage non verbal;
- pratiquer une écoute dynamique;
- identifier et résoudre les conflits;
- se préparer à négocier efficacement.



## Gestion de crise média

**Durée :** Deux jours  
**Nombre de personnes :** 8 à 12

Ce programme de formation est destiné à tout organisme, peu importe sa taille ou sa mission, qui s'est déjà doté d'un plan de gestion de crise. Il a pour objectif d'appliquer les principes et démarches retenues dans ce dernier et d'éviter virtuellement les dérapages si fréquents en de telles circonstances. Constituant une forme de police d'assurance absolument essentielle à toute organisation, ce séminaire de formation vous permettra de sanctionner votre plan de gestion de crise et d'y apporter, le cas échéant, les correctifs nécessaires.

### Vous découvrirez comment :

- comprendre les mécanismes de la crise;
- définir les origines de la crise;
- former et activer la cellule de gestion de crise;
- établir le rôle et les responsabilités de chaque intervenant;
- valider l'organisation logistique arrêtée;
- préparer rapidement une déclaration préliminaire;
- mettre à l'épreuve le ou les porte-parole;
- définir rapidement les messages;
- analyser la rétroinformation;
- conserver le contrôle de la situation et des relations médias.



## **Les ateliers-conférence**

### **La gestion de crise**

Nos gestionnaires sont conditionnés à planifier le succès, à mettre en valeur les réussites et non les échecs et s'interdisent de fait toute pensée négative. Les chercheurs donnent le nom de « myopie du désastre » au phénomène consistant à nier la probabilité que votre organisation soit un jour en crise. Or, pour bien des organisations, la vraie question n'est pas de savoir si la crise frappera un jour, mais bien quand. Et lorsque ce jour viendra, êtes-vous prêts à faire face à la situation ? Souvent, la façon dont on gère la crise ou, à tout le moins, l'image qu'on en donne devient pire que la crise elle-même. Cette conférence vous permettra de mieux définir ce qu'est une crise et surtout, vous donnera une méthode pour vous y préparer et y faire face.

### **Les relations avec les médias**

Avez-vous peur des médias ? Est-ce que l'idée de donner une entrevue à un journaliste vous rend nerveux ? Percevez-vous vos relations avec les médias comme un mal nécessaire à la bonne marche de votre organisation ? L'omniprésence des médias et le rôle qu'ils jouent en tant que miroir et parfois même, en tant qu'amplificateur de l'opinion publique revêtent une importance capitale pour toute organisation qui tient à son image. Cette conférence sur les relations avec les médias vous permettra, entre autres, de mieux comprendre le contexte dans lequel les médias évoluent; de savoir comment négocier et de bien vous préparer à donner une entrevue; de connaître plusieurs astuces pour répondre aux questions des journalistes; et de savoir comment gérer une période de questions.

## **Gérer le changement, une question de mobilisation et de vision**

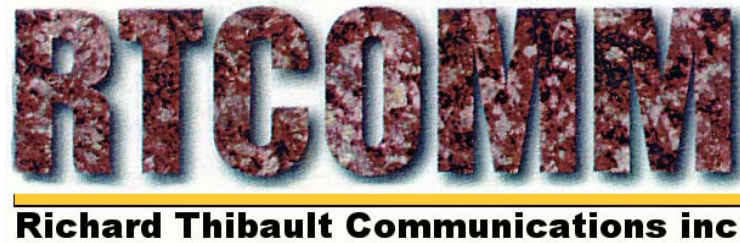
Dans le feu de l'action, plusieurs gestionnaires oublient souvent que le changement n'est pas une fin en soi, mais bien un processus. Résultat : trop de temps et d'efforts sont consentis à l'élaboration du changement, plutôt qu'à l'atteinte d'objectifs communs. Cette conférence sur la gestion du changement vous permettra d'apprendre, entre autres, comment les organisations gagnantes arrivent à mobiliser leur personnel; de connaître et de mettre à profit chaque étape du changement ; de maîtriser les deux fronts sur lesquels s'opèrent tout changement réussi et de savoir comment implanter le changement au sein de votre organisation.

## **L'importance stratégique des communications dans une organisation**

Quelle est la qualité de vos communications avec vos clients, vos employés, vos banquiers ou vos investisseurs ? Plus qu'un simple outil, les communications sont devenues aujourd'hui un facteur déterminant de succès pour tous les types d'organisations. Cette conférence sur l'importance stratégique des communications vous permettra, entre autres, d'évaluer l'utilité des communications autant à l'interne qu'à l'externe; de connaître les qualités d'un bon porte-parole dans une organisation; et de découvrir les 10 commandements que toute organisation gagnante devrait observer pour obtenir du succès dans ses communications avec les médias.

## **Les communications en situation conflictuelle**

Il vous est sûrement déjà arrivé d'avoir à émettre certaines critiques à l'un de vos collègues de travail. Peut-être avez-vous déjà eu à gérer un conflit entre employés? Sauriez-vous réagir à une attaque provenant d'un supérieur? Cette conférence sur les communications en situation conflictuelle vous permettra, entre autres, d'apprendre à formuler adéquatement des critiques et à bien réagir à celles-ci. Vous apprendrez aussi à bien gérer un conflit et à trouver des solutions acceptables pour toutes les parties. Enfin, vous en connaîtrez davantage sur les rouages et les secrets d'une négociation réussie et sur les moyens de maintenir un bon rapport de force avec la partie adverse. Un « must » pour toute organisation gagnante qui souhaite établir et maintenir un climat sain parmi ses employés.



## ***En avoir pour son argent***

**Certaines organisations sont incapables d'évaluer ce que rapportent les communications. Plusieurs d'entre elles ont appris à leurs dépens ce qu'il en coûte lorsqu'il n'y en a pas.**

**RTCOMM** a opté pour une structure de fonctionnement qui lui permet de réduire le plus possible ses coûts d'exploitation. Ce sont nos clients qui en profitent. Nous proposons une tarification par projet, fixant dès le départ des balises budgétaires précises, peu importe que le projet soit de courte ou de longue durée.

Selon le cas, nos services de conseil sont facturés à forfait ou à l'heure. Le cas échéant, notre tarif horaire est fixé à 175 \$, auquel s'ajoute un montant équivalant à 15 % de la facture pour couvrir les frais administratifs. Quant à la formation, nous avons une gamme de tarifs à la journée ou à l'heure, pour répondre aux besoins de chacun de nos clients. L'évaluation budgétaire relative à chacun des dossiers est d'abord soumise et approuvée par le client. Enfin, si des dépenses additionnelles sont requises en cours de mandat en raison du caractère particulier du dossier (transport, hébergement, équipement, réception, ressources spécialisées, etc.), elles sont facturées en sus mais font préalablement l'objet d'une approbation spécifique.



## ***Des équipes sur mesure***

La communication de crise doit commencer bien avant que la crise ne se produise. C'est peut-être pourquoi le concept de « gestion de la réputation », qui englobe la communication d'avant crise, est un concept qu'il faut privilégier.

Et puisque nous parlons de réputation, en plus de pouvoir compter sur un noyau régulier de professionnels compétents et performants, nous faisons appel, dans l'exécution des mandats qui le nécessitent, aux meilleures firmes indépendantes ainsi qu'aux experts-conseils les plus compétents et les plus en vue dans le domaine recherché.

Ainsi, **Richard Thibault Communications inc.** est toujours en mesure de vous offrir les ressources professionnelles requises pour répondre à votre situation. Vous pouvez donc compter en tout temps sur des spécialistes capables de vous soutenir, quelle que soit la crise présente ou future qui vous frappe.



## ***Des clients satisfaits***

**Parmi nos clients, dans différents secteurs, nous sommes heureux de compter:**

- plusieurs associations et regroupements de professionnels (Ordre des ingénieurs forestiers du Québec, Fraternité des policiers et policières de la Ville de Québec, Ordre des arpenteurs-géomètres, Association du transport écolier du Québec);
- le XII<sup>ième</sup> Congrès forestier mondial;
- plusieurs compagnies forestières (Domtar, Bowater, Alliance) et associations forestières (AIFQ, AMBSQ);
- des institutions financières, dont plusieurs composantes du Mouvement Desjardins (confédération, fédérations, caisses populaires, assurances), des compagnies d'assurances et de fonds de placements, etc.;
- plusieurs organisations touristiques (Le Carnaval de Québec, Office du tourisme de Québec, Manoir du Lac Delage);
- le collectif militaire (victimes du syndrome de stress post-traumatique);
- le Groupe Desgagnés (dossier de la Davie);
- plusieurs ministères et organismes publics (Sécurité publique, Régie des alcools, des courses et des jeux, CSST, ministère de la Famille et de l'Enfance, SAAQ, Bureau du coroner, Commission québécoise des libérations conditionnelles, Sûreté du Québec, etc.);
- plusieurs composantes du réseau de la santé et des services sociaux du Québec (Régie régionale région de Québec, des CLSC, des centres de santé et de services sociaux, Sogique, etc.);
- plusieurs organismes du secteur de la haute technologie (Le Parc technologique du Québec métropolitain, SFBC Anapharm, INO, Immunova);
- plusieurs municipalités et MRC du Québec (Dossier du regroupement des maires de banlieue contre les fusions forcées, La Ville de Notre-Dame-du-Lac - Dossier Viandes Dubreton);
- la TELUQ (Télé-Université du Québec);
- et plusieurs autres.

# Des témoignages



« Anapharm est pratiquement née en même temps que **Richard Thibault Communications inc.** Nous avons eu recours à leurs services depuis notre création et les considérons toujours comme faisant partie de la famille. Depuis le temps que nous faisons route commune, nous avons eu le privilège de bénéficier des trois champs d'expertise de **RTCOMM** soit le positionnement stratégique de nos communications, la gestion de crise et la formation à la parole en public. Même si leur équipe est douée pour l'improvisation, ce qui est un atout indéniable pour une entreprise en explosion comme la nôtre, nous avons toujours le sentiment que rien n'arrivera à l'improviste tellement ils sont capables de devancer les événements. Jamais je n'hésiterais à recommander leurs services à toute entreprise qui cherche à bénéficier de leur créneau d'expertise. »

Johane Boucher-Champagne  
Directrice générale



## **La formation à distance une façon efficace et économique de former pour une entreprise qui a 85 centres de services partout en province.**

« À l'été 2003, la Sûreté du Québec a fait appel à la firme **Richard Thibault Communications inc.** afin de dispenser à ses 85 directeurs de poste une formation à distance en communication. Ce type de formation nous a permis, en l'espace de deux semaines, de former l'ensemble des membres, ce qui autrement aurait pris des mois et ce, sans être obligé de les déplacer. Le recours aux services de **RTCOMM** s'est traduit par une économie de temps et d'argent, tout en atteignant le but visé par cette formation. De surcroît, la formule développée par **RTCOMM** nous assure que tous les élèves suivent la formation jusqu'à la fin et nous offre la possibilité d'évaluer de façon précise leur niveau de rétention des éléments de formation transmis. Je n'hésiterais pas à recommander cette entreprise qui nous offre un produit de qualité et une approche unique qui s'adapte à nos besoins et nos contraintes en raison de la versatilité et de la souplesse de leur formule. »

Lt. Richard Bourdon  
Conseiller en communication  
Grande fonction de la surveillance du territoire

« Le XII Congrès forestier mondial s'est tenu à Québec du 21 au 28 septembre 2003. Cet événement international d'envergure se tient tous les six ans sous les auspices de la FAO. Le Congrès de Québec était organisé conjointement par les ministères des Ressources naturelles du Canada et du Québec. Cet événement qui a accueilli plus de 4 400 personnes de plus de 140 pays a connu un succès retentissant, si on en juge par le haut degré de satisfaction exprimé par les participants. Dès avril 2002, les organisateurs n'ont pas hésité à recruter à contrat une organisation d'expérience pour tous les aspects reliés aux communications y compris la formation des porte-parole, les relations médias, la planification stratégique et la gestion de crise.

La firme **Richard Thibault Communications inc.** a été appelée à jouer ce rôle. Cette firme a rencontré un très haut degré de satisfaction de la part des organisateurs tant par la qualité des professionnels assignés au dossier que par les apports d'expériences similaires vécues par le personnel de cette firme. Il faut tout particulièrement souligner tout le professionnalisme apporté dans le respect des exigences politiques des deux niveaux de gouvernements impliqués dans l'événement sans oublier les attentes de la FAO, une agence des Nations Unies.

L'appui de **RTCOMM** à des moments stratégiques tant durant la préparation que durant la réalisation et le suivi de la rencontre est un des éléments importants qui a contribué au succès de cet événement international. Il est bon de rappeler, entre autres, que cet événement a été organisé dans la foulée des attentats du 11 septembre 2001, de la déclaration de la guerre au terrorisme en janvier 2002, de la crise mondiale du transport aérien et des hausses du prix des billets d'avion, des restrictions sur les visas d'entrée au pays, de la guerre en Irak en mars 2003, des risques de pandémie du virus SRAS à Toronto en avril 2003, de la crise de la vache folle au Canada, sans oublier les menaces des groupes de pression voulant profiter de cet événement international sur les forêts pour manifester, comme les ONG environnementales et les communautés autochtones.

Ayant agi comme Secrétaire général de cet événement international, je vous recommande fortement la firme **Richard Thibault Communications inc.** pour vous appuyer dans la préparation, la tenue et le suivi d'un événement international d'envergure. »

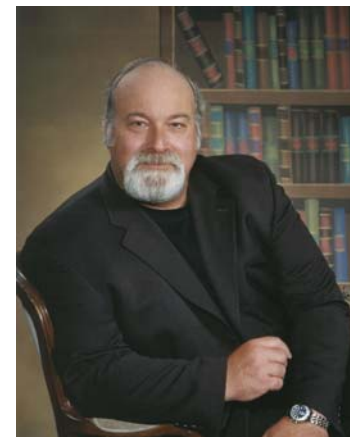
Jean-Louis Kérouac, ing. f., M.Sc  
Secrétaire général



## *Richard Thibault*

Menant de front des études de Droit à l'Université Laval de Québec, une carrière au théâtre, à la radio et à la télévision, Richard Thibault s'est très tôt orienté vers le secteur des communications, duquel il a développé une expertise solide et diversifiée. Après avoir été animateur, journaliste et recherchiste à la télévision et à la radio de la région de Québec pendant près de cinq ans, il a occupé le poste d'animateur des débats et de responsable des affaires publiques de l'Assemblée nationale de 1979 à 1987.

Richard Thibault a ensuite tour à tour assumé les fonctions de directeur de cabinet et d'attaché de presse, notamment auprès du Whip en chef du gouvernement ainsi que du ministre du Revenu et du ministre du Travail dans le cabinet de Robert Bourassa, de conseiller spécial et directeur des communications à la Commission de la santé et de la sécurité au travail, puis de conseiller senior chez BDDS, à l'époque l'un des plus importants cabinet-conseil en relations publiques au Canada. De 1991 à 1994, il a dirigé les communications du Club de hockey Les Nordiques de Québec.



En 1994, il fonda **Richard Thibault Communications inc.**, qui repose sur deux activités distinctes : d'une part le conseil en communication, alors que l'entreprise s'est spécialisée en analyse et positionnement stratégique des communications ainsi qu'en gestion de crise, et d'autre part la formation à la parole en public. Il est enfin l'auteur de *Devenez champion dans vos communications* et de *Osez parler en public* (mars 2006), deux ouvrages publiés aux Éditions MultiMondes. Gestionnaire reconnu de situations de crise, Richard Thibault compte depuis 1973 plus de 15 000 heures en prise de parole publique, que ce soit au théâtre, à la radio, à la télévision, comme animateur, conférencier ou à titre de formateur, où il a aidé des centaines de personnes à devenir de meilleurs communicateurs.