

**PROCÈS-VERBAL** de la réunion du conseil d'administration de la société Circuit International de Canot à Glace inc., tenue le jeudi 19 novembre 2008 à 18h30 au bureau du Carnaval de Québec (290, rue Joly, Qc).

**Sont présents lors de cette rencontre :**

Les administrateurs :

Pierre de Savoye, président et représentant de la CBPA  
Stéphanie Drouin, représentante de l'ACCGQ  
Patrick Gagné, représentant substitut de la CCQ  
Anie Harvey, représentante de la GTCC  
Éric Boudreau, vice-président et représentant du GDG

Les invités :

Jean-Sébastien Porlier, Conseiller en communications  
Yannick Fortier, adjoint aux communications  
Alexandre Garon, représentant du groupe de l'Île de St-Quentin

**Sont absents lors de cette rencontre :**

Les administrateurs et substituts :

Julie Hébert, représentante substitut de l'ACCGQ  
Jean Pelletier, représentant de la CCQ  
Christian Ross, représentant substitut de la CBPA  
Louis Barrette, représentant substitut du GDG

**ORDRE DU JOUR**

1. Ouverture de la séance
2. Ordre du jour : présentation et adoption (Pierre de Savoye)
3. Procès-verbal du 16 octobre 2008 : adoption (Pierre de Savoye)
4. Accueil du représentant du groupe de l'Île de St-Quentin (Pierre de Savoye)
5. ACCGQ : nouvelles (Stéphanie Drouin)
6. Saison 2009 : suivi
  - 6.1. Objectifs 2009 : rappel (Pierre de Savoye)
    - a) poursuivre la mise en évidence des athlètes
    - b) attirer des équipes étrangères, avec une couverture médiatique, idéalement télé
    - c) élargir la visibilité (ajout d'une course, Thalassa, reportages télé, idéalement en direct)
    - d) intensifier la sécurité
  - 6.2. Plan de communication : suivi de la réalisation (Jean-Sébastien Porlier)
    - a) mise en place d'une équipe de comm. pour répartir les tâches : présentation de Yannick Fortier
    - b) plan de communication : révision, bonification, adoption formelle.  
projet commun d'émission TV courses/CICG (Éric Boudreau)
    - c) dépliant : suivi de la réalisation, production, distribution (voir annexe)
    - d) affiche : suivi de la réalisation, production, distribution
    - e) entrevues médias avec les équipages : plan de travail
    - f) lancement 2007 : plan de travail (mercredi 14 janvier – 9h30 ou mercredi 21 janvier – 9h30)
    - g) communiqués pré et post courses : plan de travail
    - h) relations médias : plan de travail...
    - i) contrat avec Yannick Fortier (Pierre de Savoye)

- 6.3. Inscription : mise en œuvre (Pierre de Savoye)
  - a) date de début et de fin : décision
  - b) collaboration du Carnaval : validation
  - c) informatisation pour décembre 2009 : suivi
- 6.4. Coupe des Glaces : suivi
  - a) révision du règlement de la Coupe des Glaces (Pierre de Savoye)
  - b) tableau d'affichage : suivi (trois tableaux préimprimés sur un matériau « enroulable » et effaçable, facile à transporter dans une automobile) (Éric Boudreau)
  - c) transmission des résultats : suivi de la mise en place de moyens de transmission des résultats validés vers l'équipe média
  - d) remise des coupes : suivi (chapiteau, immédiatement attendant au site d'arrivée des canots) (Patrick Gagné - militaires)
- 6.5. Commissaire à la Coupe des Glaces : (Stéphanie Drouin)
  - a) suivi de la dotation (descriptif de tâches publié sur le babillard internet de l'ACCGQ?)
  - b) doit-on envisager de rétribuer une personne ?
- 6.6. Gala de l'athlète (9 déc.) : suivi (Éric Boudreau)
- 6.7. Séances du conseil d'administration : suivi (Pierre de Savoye)
  - décembre : 9
  - janvier : 14 ou 21
  - mars : 24
- 7. Budget 2009 : suivi (Pierre de Savoye)
- 8. Varia :
  - 8.1. O.T.Q. : adhésion ?
  - 8.2. sondage de l'ACCGQ (Anie Harvey)
  - 8.3. Nouveau commanditaire (Pierre de Savoye)
- 9. Levée de la séance

## **La séance débute à 18h40**

### **1. Ouverture de la séance**

### **2. Présentation et adoption de l'ordre du jour**

Sur proposition de Anie Harvey, appuyé par Stéphanie Drouin, l'ordre du jour est adopté.

### **3. Procès-verbal du 16 octobre 2008**

Sur proposition de Anie Harvey, appuyé par Patrick Gagné, le procès-verbal de la séance du 16 octobre 2008 est adopté.

### **4. Accueil du représentant du groupe de l'Île de St-Quentin**

Les membres du conseil accueillent le représentant du groupe de l'Île de St-Quentin, Alexandre Garon, à titre d'observateur, compte tenu que le CICG a accepté le principe de la proposition de ce groupe de tenir une compétition à Trois-Rivières en 2010.

### **5. ACCGQ : nouvelles**

La représentante de l'ACCGQ, Stéphanie Drouin, fait un retour sur la formation tenue samedi le 15 dernier : bonne participation, bons intervenants, bon succès. Les représentants des diverses courses échangent sur la problématique des qualifications

pour 2009 (aucun changement avec 2008) et pour 2010 (problématique pour le Carnaval).

## **6. Saison 2009 : suivi**

### **6.1. Objectifs 2009 : rappel par le président**

- a) poursuivre la mise en évidence des athlètes
- b) attirer des équipes étrangères, avec une couverture médiatique, idéalement télé
- c) élargir la visibilité (ajout d'une course, Thalassa, reportages télé, idéalement en direct)
- d) intensifier la sécurité

### **6.2. Plan de communication : suivi de la réalisation**

- a) mise en place d'une équipe de comm. pour répartir les tâches : présentation de Yannick Fortier
- b) plan de communication : révision, bonification, adoption formelle.  
projet commun d'émission TV courses/CICG (Éric Boudreau)
- c) dépliant : suivi de la réalisation, production, distribution (voir annexe)
- d) affiche : suivi de la réalisation, production, distribution
- e) entrevues médias avec les équipages : plan de travail
- f) lancement 2007 : plan de travail (mercredi 14 janvier – 9h30 ou mercredi 21 janvier – 9h30)
- g) communiqués pré et post courses : plan de travail
- h) relations médias : plan de travail...
- i) contrat avec Yannick Fortier (Pierre de Savoye)

Jean-Sébastien Porlier et Yannick Fortier présentent aux membres du conseil le plan de communications 2009. Les membres du conseil conviennent de précisions et d'un volet publicité à autofinancer dans le Journal de Québec ainsi qu'un d'un projet de production publicitaire vidéo à structurer.

Sur proposition de Patrick Gagné, appuyé par Stéphanie Drouin, le plan de communication est adopté tel qu'en annexe, pour réalisation par Yannick Fortier, sous la direction de Jean-Sébastien Porlier.

Sur proposition de Éric Boudreau, appuyé par Anie Harvey, le président est autorisé à conclure et signer avec Yannick Fortier, un contrat de réalisation du plan de communication, au montant de 1 400 \$.

Sur proposition de Éric Boudreau, appuyé par Stéphanie Drouin, il est résolu de procéder à l'impression de 6 000 dépliant avec la firme Affiche Tout.

### **6.3. Inscription : mise en œuvre**

- a) date de début et de fin : les inscriptions débuteront le lundi 1<sup>er</sup> décembre 2008 et se termineront, pour le prix réduit de 100 \$, le vendredi 9 janvier 2009; les inscriptions postées après cette date seront tarifées au plein prix de 150 \$. Pierre de Savoye préparera le document d'inscription et le soumettra aux organisation d'ici 7 jours, pour validation des informations.

Le document sera en format Word, pour permettre d'être complété à l'ordinateur.

- b) collaboration du Carnaval : cette collaboration est acquise via Marie-Josée Harvey; les inscriptions reçues seront traitées comme suit AU FUR ET À MESURE : dépôt de l'argent dans le compte du CICG; télétransmission d'une copie numérisée (scan) à Pierre de Savoye pour communication aux organisations de courses. Au 23 janvier, remise par chèque aux organisations de courses, le CICG conservant 15\$ par course, par inscription reçue.
- c) informatisation : ce travail débutera en 2009 pour livraison à l'automne 2009.

#### **6.4. Coupe des Glaces : suivi**

- a) révision du règlement de la Coupe des Glaces (Pierre de Savoye) : après des échanges approfondis sur le sujet, les membres conviennent de hausser l'échelle à 300 points, de manière à maintenir une égalité d'écart entre tous les rangs d'arrivée, de ne pas bonifier le pointage pour refléter la complétion de toutes les étapes, de maintenir les points de participation aux qualifications à 10 et, pour des fins de départage au classement du CICG, d'utiliser le cumul des temps; toutefois, de manière à pouvoir départager les équipes qui n'ont pas complété toutes les étapes d'une course, il est convenu d'attribuer à celles-ci un temps additionnel de 5 minutes par rang d'écart avec la dernière équipe ayant complété toutes les étapes d'une course.

Sur proposition de Éric Boudreau, appuyé par Anie Harvey, le règlement de la Coupe des Glaces est adopté tel qu'en annexe.

- b) tableau d'affichage : Éric Boudreau fera ultérieurement rapport sur les trois tableaux prélinés sur un matériau « enroulable » et effaçable, facile à transporter dans une automobile.
- c) transmission des résultats : la mise en place de moyens de transmission des résultats validés vers l'équipe média est examinée par le Carnaval.
- d) remise des coupes : l'objectif est d'avoir un site protégé pour abriter le matériel et une capacité de repli en cas de mauvais temps; Patrick Gagné poursuit ses démarches avec les militaires pour l'installation d'une tente et Éric Boudreau examine l'emplacement avec le Port de Québec et Bunge.

#### **6.5. Commissaire à la Coupe des Glaces :**

- a) suivi de la dotation : Stéphanie Drouin fera un suivi relativement à la publication sur le babillard internet de l'ACCGQ du descriptif de tâche avec invitation à postuler.
- b) doit-on envisager de rétribuer une personne ? À suivre.

#### **6.6. Gala de l'athlète (9 déc.) :**

Éric Boudreau fera un suivi; si on a une mise en nomination, il faudra envisager une présence.

#### **6.7. Séances du conseil d'administration :**

Les prochaines séances du conseil d'administration sont prévues comme suit :

décembre : 9  
janvier : 14 ou 21  
mars : 24

#### **7. Budget 2009 : suivi**

La commandite de CGI, au montant de 2 000 \$ a été encaissée.

#### **8. Varia :**

##### **8.1. O.T.Q. : adhésion ?**

Les membres du conseil d'administration confient au directeur des communications le soin de valider l'intérêt pour le CICG d'être membre de l'OTQ.

##### **8.2. Sondage de l'ACCGQ**

Anie Harvey indique qu'elle entamera avec l'ACCGQ un échange à ce sujet en ce qui concerne la Grande Traversée Casino de Charlevoix.

##### **8.3. Nouveau commanditaire**

Pierre de Savoye indique aux membres du conseil qu'il a été informé que le Château Laurier aurait un intérêt pour commanditer la Coupe des Glaces. Il fera un suivi, ayant 2010 en tête.

#### **9. Levée de la séance**

L'ordre du jour étant épuisé, il est unanimement résolu de lever la séance.

---

**Pierre de Savoye**  
**Président**

---

**Éric Boudreau**  
**Vice-président**

## RÈGLEMENT DE LA COUPE DES GLACES

(adopté par le conseil d'administration  
le 19 novembre 2008, résolution 6.4a)

Les Coupes des Glaces sont respectivement attribuées à l'équipe Élite masculine et à l'équipe Élite féminine qui se sont respectivement mérités le meilleur classement de la saison.

Le Trophée des Glaces est attribué à l'équipe Sport qui s'est mérité le meilleur classement de la saison.

Les Coupes et le Trophée portent inscription des équipes gagnantes de chaque saison. Ils sont conservés par le CICG.

### 1. Classement

- 1.1. Le classement pour la Coupe de Glaces ou pour le Trophée des Glaces, est obtenu par le cumul des points de chaque équipe et, en cas d'égalité, par le cumul des temps officiels;
- 1.2. le CICG tient à jour le classement, d'après les données qui lui sont fournies par l'organisation de chacune des courses;
- 1.3. le CICG rend disponible le classement, aux médias et sur son site web.

### 2. Points

Le nombre de points accumulés par une équipe est fonction de sa participation aux épreuves de qualification et à sa performance lors des courses :

#### 2.1. Qualifications :

- 2.1.1. L'objectif recherché est d'inciter les équipes à faire acte de présence aux qualifications;
- 2.1.2. le classement à une épreuve de qualification détermine la position de départ pour la ou les compétitions qui suivent;
- 2.1.3. l'équipe qui ne participe pas à une épreuve de qualification voit sa position de départ être déterminée par un tirage au sort;
- 2.1.4. la participation à une épreuve de qualifications mérite à l'équipe 10 points.

#### 2.2. Courses :

- 2.2.1. L'objectif recherché est de reconnaître la performance réalisée;
- 2.2.2. une course comporte un minimum de deux étapes : le virage et l'arrivée; une course peut prévoir davantage d'étapes (touchers, tours...); chacune doit être complétée en dedans d'un temps limite à des fins de sécurité;
- 2.2.3. chaque équipe se voit accorder un nombre de points proportionnel à son rang d'arrivée lors d'une compétition, variant de 10 points en 10 points depuis 300 points pour le premier rang à 10 points pour le 30<sup>e</sup>, puis variant de 1 point pour les rangs 31 à 39;
- 2.2.4. l'équipe qui est incapable de se rendre à la première étape, indépendamment du temps limite, est réputée avoir abandonné; elle est d'office disqualifiée et ne reçoit aucun point.

### 3. Le temps officiel

- 3.1. L'objectif recherché est, **en ultime recours**, de départager au classement des équipes dont le pointage accumulé est égal; l'équipe dont la somme des temps officiels est moindre, obtient un classement supérieur;
- 3.2. le temps officiel de l'équipe qui a complété toutes les étapes d'une course est celui chronométré à la ligne d'arrivée;
- 3.3. le temps officiel de l'équipe qui n'a pas complété toutes les étapes d'une course est calculé égal à celui réalisé par la dernière équipe à avoir complété toutes les étapes d'une course (« équipe de référence ») AUGMENTÉ d'une pénalité de cinq minutes fois la différence entre son rang et celui de l'équipe de référence;
- 3.4. le rang de l'équipe qui a complété toutes les étapes d'une course est déterminée par son ordre d'arrivée à la ligne d'arrivée;
- 3.5. le rang de l'équipe qui n'a pas complété toutes les étapes d'une course, est à la suite de la dernière équipe qui a complété toute les étapes de la course, selon le nombre d'étapes complétées et dans l'ordre de cette complétion, au point de contrôle de l'étape;
- 3.6. le temps officiel de l'équipe qui a abandonné ou qui n'a pas participé à une course, est de 5 heures, aux fins de départage pour un classement ex aequo.

### 4. Tableau d'attribution des points :

Qualifications	Course	
10 pts	Rang 1	300 pts
	2	290
	3	280
	4	270
	...	...
	30	10
	31	9
	...	...
	39	1

### 5. Exemple

Canot	Étapes complétées	Rang	Points rang	Temps officiel
A	3 sur 3	1	300	2:10:05
B	3 sur 3	2	290	2:15:32
C	3 sur 3	3	280	2:23:50
D	2 sur 3	4	270	2:28:50
E	2 sur 3	5	260	2:33:50
F	2 sur 3	6	250	2:38:50
G	1 sur 3	7	240	2:43:50
H	0 sur 3	8	230	2:48:50
I	abandon	-	0	5:00:00
J	absent	-	0	5:00:00



**CIRCUIT INTERNATIONAL  
DE CANOT À GLACE**

**Plan de communication**

**Saison 2009**

Collaboration de  
Jean-Sébastien Porlier et  
Yannick Fortier  
Adopté le 19 novembre 2008

## **1. Mise en contexte**

### **1.1. Historique**

Le Circuit international de canot à glace (CICG) entame sa quatrième année d'existence. Il regroupe quatre courses : la Grande Traversée Casino de Charlevoix, la course du Carnaval, la course de la Banquise Portneuf et le Grand Défi des Glaces. Le CICG est issu de la volonté des organisateurs de chacune de ces courses ainsi que de l'Association des coureurs en canot à glace du Québec (ACCGQ) de mettre leurs efforts en commun pour faire la promotion du circuit et du canot à glace.

### **1.2. La mission du CICG**

« Le CICG a pour mission de promouvoir la visibilité du sport du canot à glace en favorisant une coordination entre les divers intervenants de ce sport. ».

### **1.3. La vision du CICG**

« Développer des moyens médiatiques pour annoncer les courses, en faire le reportage, en assurer le suivi, et ce, dans le cadre de la « Coupe des Glaces ».

## **2. Le plan de communication**

Le plan de communication prévoit la mise en œuvre de la promotion du canot à glace, du circuit international de quatre courses et des athlètes qui y participent.

### **2.1. Clientèles visées**

#### **2.1.1. Externe :**

- amateurs de sports hivernaux;
- amateurs de sports extrêmes;
- familles des environs de Québec;
- touristes intéressés par la région de Québec.

Ces clientèles seront rejointes en facilitant les relations avec les médias, qui serviront de courroie de transmission pour rejoindre ces publics.

#### **2.1.2. Interne :**

- canotiers;
- réseau des commanditaires;
- administrateurs du CICG;
- réseau de l'ACCGQ.

Puisque le sport compte en grande partie sur la participation des bénévoles issus de milieux divers ainsi que de commanditaires issus de différents domaines, le nombre de réseaux auquel a accès le

CICG est impressionnant; il sera important de capitaliser sur ceux-ci pour mousser l'intérêt envers le sport.

## **2.2. Objectifs de communication**

### **2.2.1. Objectifs principaux**

- Créer une proximité entre les athlètes et le public;
- Infiltrer les publications sportives de la région;
- Attirer l'attention sur les activités du CICG (classements, cohésion entre les courses, etc...)

### **2.2.2. Objectifs secondaires**

- Accroître la participation du public;
- Promouvoir l'aspect patrimonial du sport;
- Susciter l'engagement des canotiers et de leurs commanditaires.

## **2.3. Stratégie**

Insister sur les efforts surhumains fournis par des gens ordinaires de milieux divers, en créant un profil facilement accessible des canotiers ainsi qu'en misant sur l'attachement du public envers les athlètes.

## **2.4. Axe de communication**

Raconter la 4e édition de la Coupe des glaces avec une dimension humaine.

## **2.5. Messages**

- Nombre d'équipes, nombre de canotiers canotiers et canotières
- « Double identité » des athlètes, entraînement rigoureux
- Qualités des athlètes : (courage, détermination, sens de la tradition, etc...)
- Sport populaire, suivi par plusieurs
- Référencer au site Internet
- Vive compétition pour la Coupe des glaces (résultats de l'an dernier)
- Quatrième saison du CICG, chaque course est importante
- Nouveautés : système de pointage
- Quatre courses (dates, lieux, nouveautés, etc.)
  - La Grande Traversée Casino de Charlevoix
  - La Course du Carnaval de Québec
  - La course de la banquise Portneuf
  - Le Grand Défi des Glaces
- Un sport de défis qui demande force, détermination, persévérance, endurance...
- Un sport extrême, qui s'exerce dans des conditions extrêmes et changeantes
- Courses palpitantes pour les spectateurs

- Sport issu d'une tradition québécoise

## **2.6. Moyens de communication internes**

### **2.6.1. Canotiers membres de l'ACCGQ et commanditaires :**

- Rencontre pré-saison (15 novembre 2008).
- Expliquer l'orientation de communication 2009.
- Recueillir la liste des équipes, commanditaires et des disponibilités pour entrevues médiatiques (sessions d'entraînement, proximité des équipes).
- Distribuer le dépliant (500 dans la cabane des débardeurs).
- Bâtir un lien de confiance avec les athlètes, de manière à mettre en place des canaux de communication efficaces.

### **2.6.2. Courriel :**

- Infolettre : résultats des courses (dès le lendemain), communiqués de presse, revue de presse, etc.
- Invitation aux canotiers à s'abonner à l'infolettre.
- Inclure le lien vers le site web du CICG.

### **2.6.3. Sites Internet CICG, ACCGQ et ceux des courses :**

- Infolettre interne comprenant le classement en moins de 24h, diffusion de communiqués de presse, la revue de presse et horaire des entrevues.
- Bulletin d'information général à faire diffuser auprès des commanditaires et de leurs réseaux.
- Disponibilité « grand public » en ligne du profil des canotiers, sur le site de l'ACCGQ.
- Faciliter la diffusion de vidéos via Youtube et sur le site internet (type équipe ou canotier en vedette).
- Ajouter une formule 'blog' pour le site internet, permettant une plus grande latitude pour la diffusion de nouvelles sur le site (contenu à être validé par le group des communications).
- Publication des résultats dès que possible avec le classement cumulatif, selon un modèle pré-établi et le faire suivre aux journaux de la capitale (Le Soleil et le Journal de Québec).
- Publication des communiqués de presse.
- Publication de l'historique du CICG et de la discipline avec une approche aussi dynamique que possible.
- Accès facile aux sites des autres organisations.

## **2.7. Moyens de communication externes :**

### **2.7.1. Avant l'événement :**

Bâtir des relations avec les médias : avant le début de la saison, des entrevues devront être programmées avec des athlètes de l'ACCGQ pour créer un réflexe de couverture auprès des médias. De plus, cette stratégie facilitera l'atteinte du premier objectif de communication, soit de créer une proximité avec le public.

Voici quelques sujets de reportages à proposer aux médias :

- recherche de commandites;
- préparatifs de début de saison;
- entraînements à la rame;
- nouveau moule de canot;
- évolutions techniques
- statistiques;
- évolution des résultats au fil des ans;
- techniques de cirage;
- arrivée de la glace;
- changement d'entraînement selon la glace;
- horaire des pratiques selon la marée;
- équipes à surveiller;
- portraits d'athlètes;
- compétition entre les équipes, etc.

### **2.7.2. Pendant l'événement :**

Événement de lancement de la saison 2009 : mercredi 14 ou 21 janvier, 9h30; course amicale entre les médias (sur l'eau).

Les journalistes peuvent expérimenter le sport.

Comme l'an dernier, la Course des médias servira d'événement de lancement à la saison 2009.

Puisque l'événement a été un grand succès en 2008, il sera important de miser sur l'aspect compétitif entre médias et de s'assurer de la « rentabilité communicationnelle » de l'événement. Prévoir 3 médailles et des tuques au logo du CIGG.

Cela se fera sur trois plans :

- choisir les athlètes les mieux disposés à faire la promotion de la saison et du sport;
- assurer de représenter un maximum d'équipes à la course et de leurs commanditaires pour faire ressortir les meilleures images possibles de la journée;

- voir à inclure de nouveaux médias locaux à la course (Québec Hebdo, Courrier de Portneuf, Hebdomas de Charlevoix, etc... )

La journée doit également servir à faire la promotion des outils de communication de la course (site internet, dépliant, ect.). Il s'agira de la première occasion de créer un sentiment d'appartenance au sport.

### 2.7.3. Dépliant :

- 6000 exemplaires.
- Format : 8 volets; attrayant.
- Contenu : chacune des courses en bref (1 volet chacune), photos d'actions récentes (femmes et hommes), catégories et pointage, entraînement des athlètes, logos des commanditaires, volet anglophone.
- Distribution : aux médias, aux canotiers et à leurs commanditaires, lors des courses, dans des salons (expositions), boutiques de sport, hôtels, lieux touristiques, etc.
- Publication : avant le 1er décembre.
- Plan de distribution :

Cible	Quantité	Distributeur	Période	Coût distribution (2008)
Relations publiques	200	Tous		0 \$
Canotiers	500	ACCGQ	15 nov.	0 \$
GTCC	500	GTCC		0 \$
Banquise	500	Banquise		0 \$
GDG	100	GDG		0 \$
Carnaval	1000	Carnaval		0 \$
Hôtels	1000	Affiche Tout	22-01 au 7-03	(200 \$)
Espaces publics	1000	Affiche Tout	22-01 au 7-03	(168 \$)
Commerces	1000	Affiche Tout	22-01 au 7-03	(350 \$)
Autres	200			
Total	6000	Coût d'impression prévu 2009 + - 925 \$		

### 2.7.4. Affiche :

- 200 exemplaires.
- Format poster
- Distribution commerces par Affiche Tout.
- Publication 22 janvier 2009

### **2.7.5. Communiqués de presse :**

- Un général le jour du lancement de la saison.
- Trois pour chacune des courses : avant (annonce); résultats des qualifications; après (résultats).
- Un bilan de la Coupe des Glaces à la fin de la saison.

### **2.7.6. Relations avec les médias :**

- Reportage par les médias, avant et pendant la période des courses avec des équipes et des athlètes.
- Statistiques : réitérer la demande d'inclure le classement de la Coupe des Glaces dans les sections statistiques des quotidiens de Québec.
- Calendriers : faire inscrire les courses dans les calendriers sportifs mensuels du Journal de Québec, de la revue Espaces, du magazine Géo Plein Air, l'Escale...

### **2.7.7. Publicité :**

- Profiter de la possibilité de faire de la publicité avec le Journal de Québec, dans un cahier commandité par les commanditaires des canotiers.
- Offrir aux équipes de donner une visibilité à leur commanditaire principal en partageant une page pub dans le Journal de Québec, alors que le CIGG en profiterait pour mousser les 4 courses, le sport et ses athlètes.

### **2.7.8. Télévision :**

- Démarches de reportage avec des équipes.
- Tenter d'intéresser TéléMag et CanalVox à une production en différé.
- Production d'un vidéo promotionnel (coût approximatif : 15 000 \$, partagé en 6,; devis à préparer, producteur à choisir, commandites à identifier)