

# GUIDE SUR LE MODÈLE RÉGIONAL DE SENSIBILISATION ET D'ÉDUCATION PUBLIQUE

Juin 2018



**Centraide  
United Way**  
Ottawa



**Centraide**  
Lanark County



**Centraide**  
Renfrew County

# TABLE DES MATIÈRES

<b>Remerciements</b> .....	3
<b>Introduction</b>	
o Description du projet.....	4
o Résumé du modèle régional de sensibilisation et d'éducation publique.....	4
<b>Aperçu de notre projet</b>	
o Rôles et responsabilités .....	6
o Communications, marketing et matériel promotionnel .....	6
▪ Matériel éducatif	
<b>Principales activités du projet</b>	
o Base .....	7
▪ Connaissance du domaine	
▪ Connaissance de son quartier et des enjeux locaux	
o Approches de sensibilisation.....	8
▪ Services sans rendez-vous	
▪ Présentations et kiosques	
▪ Séances d'information	
o Expérience des approches axées sur la communauté.....	9
▪ Meilleures approches pour toutes les régions	
▪ Différences discernables entre les communautés urbaines et rurales	
o Stratégies générales pouvant être adaptées à d'autres régions.....	10
▪ Entretien des relations	
▪ Mobilisation de partenariats	
▪ Compréhension des enjeux interculturels	
o Engagement des coordonnateurs en matière de sensibilisation.....	11
<b>Conclusions</b>	
o Lancement d'un projet .....	12
o Adaptation au contexte rural.....	13
o Communications .....	13

## REMERCIEMENTS

Le développement et la mise à l'essai de ce modèle n'auraient pu être accomplis sans les précieux conseils de l'équipe de coordonnateurs responsables de la sensibilisation dévouée ni la participation des directeurs régionaux des Centraide des comtés de Lanark et de Renfrew, qui ont joué un rôle dynamique dans le Projet sur la LAPHO.

Nous aimerions également remercier le personnel de Centraide Ottawa de nous avoir aidés à créer ce modèle. Nous aimerions plus particulièrement remercier la directrice des initiatives communautaires, responsable du PAIRE; le département de communications et de marketing; et la conseillère principale en affaires publiques de leurs efforts.

Le modèle régional de sensibilisation et d'éducation publique a été créé par Centraide Ottawa, avec l'aide du gouvernement de l'Ontario.



## INTRODUCTION

*Nous avons publié le présent guide dans le but de partager nos expériences avec d'autres organismes qui souhaiteraient entreprendre des projets avec un centre urbain ou des partenaires ruraux.*

### **Description du projet**

Centraide Ottawa mène l'initiative intitulée « Partenariat en accès, informations et ressources d'emploi (PAIRE) ». Celle-ci a pour but d'établir des partenariats avec des employeurs et des fournisseurs de services afin d'améliorer les occasions d'emploi pour les personnes handicapées. Le PAIRE offre également un point d'accès coordonné en matière d'éducation et d'expertise sur l'emploi, l'accessibilité et l'inclusion en milieu de travail, tant pour les personnes handicapées que les employeurs.

Le succès du PAIRE a bien placé Centraide Ottawa dans la communauté pour diriger le Projet sur la *Loi sur l'accessibilité pour les personnes handicapées de l'Ontario* (LAPHO). Ce projet, financé par le gouvernement de l'Ontario par l'entremise du Programme InterActions pour le changement, a été mené à terme entre les mois d'octobre 2016 et octobre 2017. Ses objectifs clés comptaient deux volets. Le Projet devait d'abord éduquer et informer les entreprises d'Ottawa et des comtés de Lanark et de Renfrew sur la LAPHO et ses exigences de conformité axées sur la norme d'accessibilité à l'emploi. Puis, le projet devait créer et mettre à l'essai un modèle régional de sensibilisation et d'éducation publique qui pourrait être envisagé à l'échelle provinciale, plus particulièrement dans les régions qui ont un carrefour urbain, entouré de régions rurales.

Le Projet sur la LAPHO a réussi à atteindre et, dans certains cas, dépasser ses objectifs. Par exemple, notre équipe de projet a éduqué et informé 2 400 petites et moyennes entreprises sur la LAPHO et ses exigences de conformité. L'équipe est également entrée en contact avec 3 000 participants individuels. À la conclusion du projet, nous étions entrés en contact avec 2 412 entreprises et 3 734 participants. De plus, grâce à nos efforts, 91,25 % des répondants au sondage ont signalé une augmentation de leurs connaissances en matière de la LAPHO et de ses exigences de conformité.

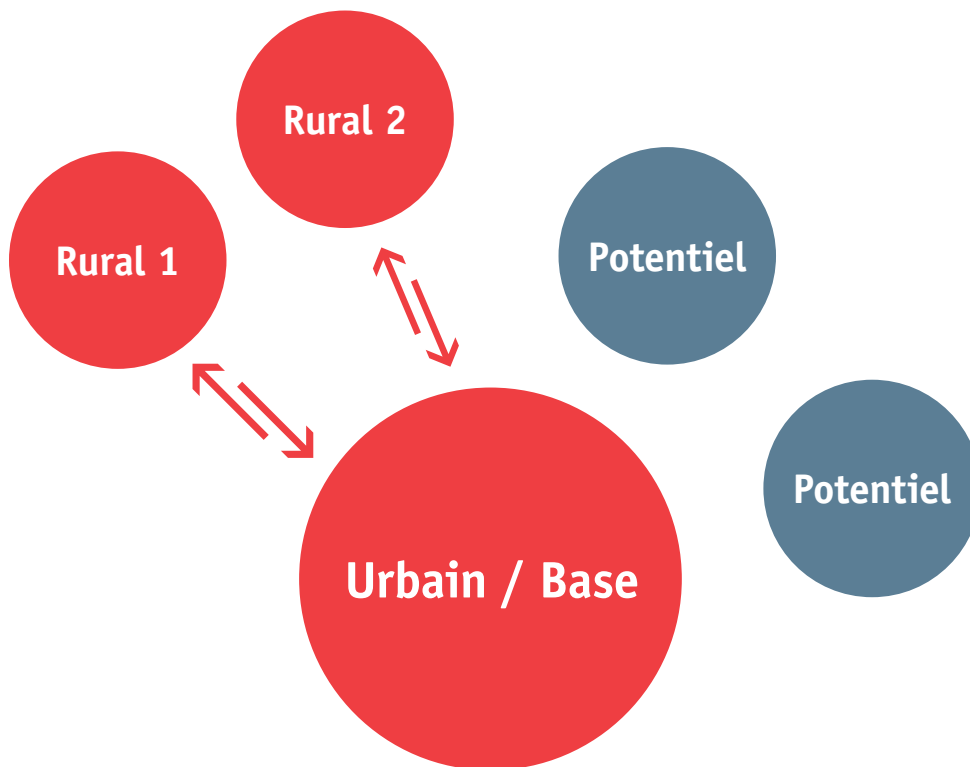
Le Modèle régional de sensibilisation et d'éducation publique a été mis au point en fonction de notre expérience avec le soutien de partenaires de projets. Le document intégral se trouve au <http://earn-paire.ca/aoda/>.

### **Résumé du Modèle régional de sensibilisation et d'éducation publique**

En s'inspirant des expériences que nous avons acquises dans le cadre de ce projet, Centraide Ottawa affirme qu'il est essentiel de faire ce qui suit :

- Mise en place d'un organisme ou d'un groupe qui sera à la base du projet ou qui agira à titre de dirigeant du projet.
- Élaboration d'un plan de communications qui comprend des messages clés et du matériel.
- Création d'une base solide.
  - o Préparation de l'équipe.
  - o Cueillette des renseignements clés et assimilation de ceux-ci.
  - o Compréhension des communautés avec lesquelles s'impliquer.
- Établissement d'objectifs clairs et mesurables.
- Développement d'activités qui renforcent les messages clés.
- Avantages des partenaires.
- Conscience des enjeux interculturels et compréhension de ceux-ci.

### Modèle urbain et rural



## APERÇU DE NOTRE PROJET

### Rôles et responsabilités

Centraide Ottawa avait comme rôle prépondérant d'être la base du Projet sur la LAPHO. Ce rôle comprenait de l'aide en matière de ressources humaines (p. ex., recrutement, lettres d'offre et paie) ainsi que des services d'information à la technologie offerts aux coordonnateurs responsables de la sensibilisation qui travaillaient à Ottawa et avec les Centraide partenaires, dans les comtés de Lanark et de Renfrew. Il incombait à la directrice des initiatives communautaires de Centraide de gérer l'ensemble du projet, le budget et l'effectif.

L'équipe de projet comprenait une agente de projet, travaillant à partir des bureaux de Centraide Ottawa, et des coordonnateurs responsables de la sensibilisation, œuvrant à partir de chacun des emplacements urbains et ruraux. Les coordonnateurs responsables de la sensibilisation devaient développer et mettre en œuvre du matériel éducatif; des sondages sur l'engagement avant et après la réalisation du projet; et des modèles de rapports hebdomadaires. L'agente de projet facilitait les efforts, préparait les rapports pour le bailleur de fonds et obtenait le soutien d'équipes supplémentaires, comme le département de communications et de marketing de Centraide Ottawa, pour créer un plan de communication et du matériel de marketing.

Les directeurs régionaux des comtés de Lanark et de Renfrew offraient une orientation locale et une intégration aux coordonnateurs responsables de la sensibilisation, embauchés pour appuyer leur comté respectif. Ainsi, les directeurs généraux offraient une supervision et des conseils aux coordonnateurs responsables de la sensibilisation, et ce, au quotidien. Il incombait au Centraide partenaires de jouer un rôle actif, qui contribuait aux résultats du projet; d'apporter une perspective rurale dans le but d'éduquer les petites et les moyennes entreprises; et d'aider à créer ce modèle.

Toutes les parties concernées ont été mises au courant des principaux produits livrables, et tenues à jour sur le progrès du projet.

### Communications, marketing et matériel promotionnel

Un plan de communication a été créé en retenant les aspects suivants : éduquer les petites et les moyennes entreprises sur la loi sur l'accessibilité de la province, en se concentrant sur les exigences en matière d'emploi; sensibiliser les entreprises à l'étude de cas relative à l'embauche des personnes handicapées; renforcer le rôle du PAIRE lorsqu'il s'agit de trouver un emploi aux personnes handicapées; accroître la participation des employeurs, des fournisseurs de services, des bailleurs de fonds et des parties intéressées dans la communauté.

### Matériel éducatif

Nous avons créé une trousse de matériel éducatif partageable qui peut être personnalisée par chacun des Centraide pour augmenter l'intérêt local.

## PRINCIPALES ACTIVITÉS DU PROJET

### Base

#### *Connaissance du domaine*

Afin d'établir une base solide, les coordonnateurs responsables de la sensibilisation ont participé à une formation de deux semaines. La formation a été rendue possible par Centraide Ottawa et les partenaires provinciaux. Voici certaines des occasions qui se sont présentées :

1. Formation sur la LAPHO et sur les exigences de conformité;
2. Familiarisation avec les ressources de projet offertes par le gouvernement de l'Ontario;
3. Examen du matériel éducatif personnalisé pour répondre aux besoins de notre public cible. Des commentaires des coordonnateurs responsables de la sensibilisation ont été utilisés pour parfaire ces outils dans le but de les impliquer davantage dans le processus d'apprentissage;
4. Conception d'un outil d'aide pour converser avec les entreprises lors de la rencontre initiale, qui comprenait des exemples sur la façon de répondre aux questions et aux objections des employeurs sur la LAPHO, de faire basculer la conversation sur le PAIRE et d'expliquer la valeur que Centraide accorde à la communauté.

L'équipe de projet organisait une conférence hebdomadaire pour améliorer les connaissances et les activités. Durant ces conférences, l'équipe partageait des renseignements, des pratiques exemplaires, des risques, des défis et des problèmes à régler en tant que groupe. Ces conférences ont eu lieu tout au long du cycle de vie du projet.

#### *Connaissance de son quartier et des enjeux locaux*

Tous les coordonnateurs responsables de la sensibilisation ont partiellement été embauchés en fonction de leurs connaissances de la région dans laquelle ils devaient effectuer un travail de sensibilisation. Les directeurs régionaux des Centraide des comtés de Lanark et de Renfrew, ainsi que la directrice des initiatives communautaires de Centraide Ottawa, ont offert des connaissances détaillées sur leur région respective. Ainsi, chaque coordonnateur pouvait suivre une piste chaude pour sensibiliser les entreprises et les organismes de leurs communautés respectives.

Les coordonnateurs responsables de la sensibilisation ont également été tenus au courant des enjeux locaux en lisant du matériel imprimé et en surveillant activement les médias sociaux, qui les avertissaient des activités locales (p. ex., activités spéciales, conférences et rencontres) auxquelles ils pouvaient participer pour promouvoir les objectifs du projet.

## Approches de sensibilisation

Les coordonnateurs responsables de la sensibilisation ont fait preuve de souplesse dans leur approche pour répondre aux besoins des employeurs. En effet, dans les rapports hebdomadaires remis par chaque coordonnateur, les méthodes suivantes étaient fréquemment mentionnées :

### *Services sans rendez-vous*

Cette approche était la plus commune. Voici des façons de maximiser ces occasions :

- Pratique des façons de développer des conversations avant l'entrée en entreprise (p. ex., questions potentielles qui pourraient être soulevées et objections);
- Planification de l'itinéraire pour les services sans rendez-vous afin de tirer parti du temps (p.ex., tracé de la zone);
- Présentation de commentaires positifs (p.ex., caractéristiques d'accessibilité perceptibles), dans la mesure du possible, sur l'immeuble lié au projet avant de s'engager dans une conversation avec un employeur;
- Témoignage de la persévérance, tout en montrant de la patience. Il faudra peut-être attendre pendant que le représentant de l'entreprise est au service de ses clients, ou revenir à un autre moment;
- Manifestation d'un intérêt dans les services et les produits offerts par l'entreprise, ainsi que dans l'entreprise elle-même;
- Communication brève de la raison de la visite, puisque le temps presse.

### *Présentations et kiosques*

Nous avons déterminé que l'option de toucher un public captif lors d'événements locaux et des rencontres professionnelles d'entreprises fonctionne très bien. Nous avons pu apprendre ce qui se passe dans la communauté en effectuant ce qui suit :

- Examen des applications d'événements de façon hebdomadaire (p. ex., Eventbrite);
- Vérification des sites Web de la chambre de commerce, de la zone d'amélioration commerciale et d'autres secteurs pertinents pour les événements à venir, puis inscription à leurs infolettres;
- Réseautage;
- Avantages des partenaires communautaires et des partenaires d'événements.

### *Séances d'information*

Nous avons tenu de petites séances d'informations au cours desquelles nous avons fait la promotion des Centraide et du PAIRE. Ces séances ont eu lieu à différents moments de la journée et nous estimons que les activités de style déjeuners-causeries s'avéraient plus attrayantes pour les employeurs que celles que nous avons organisées à d'autres moments de la journée.



## Expérience des approches axées sur la communauté

Meilleures approches pour toutes les régions

1. Priorisation des quartiers et des zones commerciales pour une mise en œuvre précoce, puis révision des secteurs prioritaires pendant le projet;
2. Réseautage de façon stratégique avec les chefs de file d'entreprises. De telles conversations peuvent vous aiguiller, ce qui crée une « appropriation » et permet de promouvoir le message davantage;
3. Communication claire et brève de la raison de la visite avant le partage des renseignements;
4. Esprit créatif et adaptation aux besoins de son public;
5. Organisation d'événements à divers endroits et à divers moments;
6. Bienveillance (p.ex., choisir un endroit avec un parc de stationnement gratuit et qui est facile d'accès pour les entreprises);
7. Flexibilité (p. ex., commencer la journée à différents moments et déplacer des rencontres en fonction de l'affluence des clients).

Différences discernables entre les communautés urbaines et rurales

1. Dans les communautés rurales, il semble y avoir plus de propriétés individuelles comptant un ou deux employés. C'est pourquoi il faut plus de temps pour atteindre le même nombre de participants dans les communautés rurales que dans un centre urbain;
2. Dans de petites collectivités (généralement rurales), plusieurs personnes portent plusieurs chapeaux, c.-à-d., prendre la parole lors d'une réunion du conseil municipal peut également atteindre les petites et les moyennes entreprises. Cela permet de bâtir rapidement des liens et de se faire présenter à des parties intéressées clés;
3. La distance entre les entreprises est davantage considérée un problème dans les communautés rurales. Par conséquent, le temps de déplacement doit être pris en considération lors de l'établissement des objectifs de sensibilisation hebdomadaires;
4. La couverture par presse écrite ou par les médias sociaux semblait plus facile à faire dans les collectivités rurales que dans les zones urbaines;
5. La création de liens avec les chambres de commerce est plus facile dans les communautés rurales, car il y a moins de membres et les orateurs sont plus convoités;
6. Contrairement aux pôles plus grands qui peuvent être saturés par de telles occasions, les communautés rurales veulent de plus amples renseignements et des occasions de formation;

7. Voici les principaux défis propres aux communautés rurales, lorsque vient le temps de prévoir des activités : auditoires plus petits, régions géographiques plus vastes, périodes de vacances d'affluence, conditions de déplacement variées. Ces défis ont exigé des moyens de sensibilisation plus créatifs, p.ex., la présence de kiosques lors de tournois de golf estivaux, l'organisation de webinaires à l'hiver et l'offre d'horaires flexibles.

## **Stratégies générales pouvant être adaptées à d'autres régions**

### *Entretien des relations*

La collaboration était une idée-force de notre projet. Ainsi, nous avons pu créer de nouvelles relations et approfondir celles qui existaient déjà. Il est difficile de mesurer l'effet immédiat, mais au fil du temps, nous savons que des effets durables pourront engendrer des résultats plus palpables.

#### *Voici un exemple en action des relations entretenues :*

Le coordonnateur responsable de la sensibilisation dans le comté de Lanark a noué des relations avec trois chambres de commerce (Carleton Place, Perth et Smiths Falls), des zones d'amélioration commerciale et le comité du développement économique de Mississippi Mills. Ces relations ont eu une véritable influence pendant le projet. Par exemple, deux chambres de commerce et une zone d'amélioration commerciale ont publié des articles rédigés par le coordonnateur responsable de la sensibilisation dans leurs infolettres mensuelles. Un de ces articles traitant de la LAPHO a été publié sur la page Facebook du comté de Perth, et un autre de façon permanente dans le site Web de la ville de Smiths Falls. En améliorant ces relations, Centraide du comté de Lanark a pu avoir un kiosque lors de trois tournois de golf, puis de faire des présentations lors de divers événements. Ces relations ont aussi joué un rôle dans le maintien des effets bénéfiques du message de notre projet. En effet, à la fin du projet, les trois chambres de commerce du comté de Lanark ont accepté d'afficher des renseignements sur la LAPHO dans leurs bureaux de façon continue. De plus, nous avons été invités à participer à des activités estivales de l'année prochaine.

Cet exemple démontre comment l'amélioration des relations avec les partenaires communautaires instille la bonne volonté, décuple l'effet du projet et améliore la sensibilisation de la valeur qu'une entreprise peut apporter dans la matière à la communauté. Un résultat appréciable de ce projet était la mesure dans laquelle les entreprises des régions ont communiqué avec leur Centraide respectif pour obtenir des compétences spécialisées à l'issue de notre profil et noter réputation de grand renom.

### *Mobilisation de partenariats*

Centraide Ottawa dispose d'un réseau établi, soit le PAIRE, dans le cadre duquel chaque membre a son propre réseau d'employeurs et de partenaires. Grâce au PAIRE, la portée et l'effet du projet ont grandement été accrus au sein de la communauté. Prendre le temps de comprendre les réseaux existants qui pourraient être disponibles pour un projet constitue un précieux exercice et peut engendrer un impact collectif encore plus grand dans la communauté.

Même si les Centraide des régions rurales qui ont participé au projet n'avaient pas de réseau établi, comme le PAIRE, ils pouvaient compter sur des partenaires par l'entremise des organismes qu'ils financent, sur leurs donateurs et sur les relations communautaires qu'ils ont créées et entretenues.

Nous avons, par conséquent, profité de nombreux partenariats pour engager plus d'employeurs et de chefs de file communautaires qu'il aurait été possible de faire autrement, décuplant ainsi l'effet général du projet.

### *Compréhension des enjeux interculturels*

Par conséquent, nous avons effectué des recherches et créé le document « Building Cross-Cultural Competency (Développement de compétences interculturelles) », que vous pouvez trouver au [www.EARN-PAIRE.ca](http://www.EARN-PAIRE.ca) (en anglais seulement).

### *Engagement des coordonnateurs responsables de la sensibilisation*

Il était primordial d'engager les coordonnateurs responsables de la sensibilisation pour assurer la réussite des objectifs du projet sur la LAPHO, plus particulièrement en ce qui a trait à la réalisation du projet dans les trois régions distinctes.

Voici des exemples d'activités d'engagement :

- Séance de formation conjointe pendant l'accueil des coordonnateurs responsables de la sensibilisation;
- Établissement des objectifs numériques hebdomadaires pour l'engagement qui facilite la sensibilisation et l'objectif du projet;
- Rapports hebdomadaires pour tenir compte des activités de la semaine, des réussites et des défis;
- Communications régulières avec chaque coordonnateur par courriel et par téléphone;
- Invitation des coordonnateurs responsables de la sensibilisation aux événements des organismes responsables ou des bureaux.

Méthodes efficaces pour le partage de renseignements et la résolution de problèmes dynamique :

- Organisation de téléconférences hebdomadaires permettant le partage de renseignements et de l'expertise, ainsi que des discussions sur les enjeux, lorsqu'ils étaient soulevés, car il est plus efficace de les résoudre en groupe;
- Rapports réguliers permettant de réfléchir aux activités de la semaine dans le but d'améliorer le rendement;
- Ajout d'une discussion sur les réussites, les défis et les risques du projet à l'ordre du jour des téléconférences hebdomadaires.

## CONCLUSIONS

### Lancement d'un projet

- L'organisme responsable d'offrir des ressources et de l'aide centralisées en matière de ressources humaines, d'information à la technologie et de gestion est un facteur clé du succès du projet;
- La participation des directeurs régionaux auprès de chaque Centraide était aussi un facteur clé du succès du projet;
- L'engagement des parties intéressées et des partenaires dans chaque région avant le début du projet était un soutien de base à partir duquel il était possible de déployer les activités de projet;
- Le développement et la culture des relations avec les partenaires communautaires, ainsi que les partenaires du PAIRE et des réseaux de Centraide, a engendré la durabilité du message du projet après l'achèvement de celui-ci;
- La période d'orientation adéquate et soigneusement planifiée a permis aux coordonnateurs responsables de la sensibilisation de se familiariser avec le projet et les messages clés, ce qui a aidé les coordonnateurs à adopter de nouvelles idées qui ont pu être mises en œuvre à mesure que le projet se réalisait;
- Les facteurs clés qui ont contribué à la réalisation des produits livrables du projet sont les suivants :
  - o Élaboration d'une structure d'établissement des rapports solides et d'un processus de cueillette des données;
  - o Organisation de téléconférences (rapports hebdomadaires) pour partager les réussites et les défis, puis pour faire un suivi des résultats de la semaine;
  - o Élaboration de ressources et d'outils de projets propres à chaque région;
  - o Formation d'une équipe de sensibilisation efficace et engagée.
- L'exploitation des événements spéciaux, comme les tournois de golf locaux, était la méthode la plus efficace dans les communautés rurales;

- L'adaptation des ressources en fonction des conditions géographiques, au besoin, était très utile lorsque venait le temps d'éduquer et d'informer les entreprises;
- La possibilité de réaliser le recrutement, l'embauche et le processus d'accueil avant le lancement du projet aurait permis de dévouer plus de temps à l'exécution du projet.

### Adaptation au contexte rural

- Il faut comprendre que, dans les communautés rurales, une approche descendante a engendré connaissance et respect, plus particulièrement lorsque les chefs de file locaux sont également entrepreneurs. Par conséquent, l'intensification des relations avec les conseils municipaux et les comités d'accessibilité était un moyen efficace de promouvoir le projet auprès des entreprises des communautés rurales comparativement aux communautés urbaines.

### Communications

- Le développement d'un plan de communication qui englobait tous les moyens de communication médiatique et de couverture a permis de sensibiliser davantage les gens à notre projet, puis aux gens de participer aux événements.
- Il était plus facile d'obtenir une couverture médiatique dans les communautés rurales qu'à Ottawa.
- Encore une fois, une connaissance accrue des enjeux en matière de communication interculturelle et la création du document « Building Cross-Cultural Competency (Développement de compétences interculturelles) » a permis d'offrir aux coordonnateurs responsables de la sensibilisation des stratégies, des outils et des pratiques exemplaires pour permettre d'engager les entreprises gérées par des personnes qui connaissent moins bien le paysage multiculturel ontarien.

L'éducation du public et la sensibilisation étaient des activités importantes d'incitation au changement. Nous savons que de nombreux partenaires doivent s'investir pour réussir. Nous espérons que vous avez pu utiliser ce que nous avons appris du projet pour obtenir d'aussi bons résultats.



Si vous avez des questions à propos du projet ou si vous souhaitez en apprendre davantage sur la façon dont nos apprentissages peuvent s'appliquer à votre projet, n'hésitez pas à communiquer avec nous à n'importe quel moment.

[paire@centraideottawa.ca](mailto:paire@centraideottawa.ca)

earn-paire.ca



@EARN\_OTTAWA



/EARNOTTAWA



EARN OTTAWA