# Information sur la rencontre

**Date :** 26 novembre 2020

**Heure :** 16h à 17h

**Lieu :** Zoom

**Présences :**

* Delphine Guibourgé, Direction des bibliothèques, Ville de Montréal
* Guylaine Cataford, INLB - Institut Nazareth et Louis-Braille
* Isabelle Côté, Théâtre aphasique
* Isabelle Bonin, Zone Loisir Montérégie
* Marie-Claude Barbier, Autisme Montréal
* Marie-Noëlle Goulet-Beaudry, CRADI - Comité régional pour l'autisme et la déficience intellectuelle
* Marilou Ayotte, AlterGo (animatrice de la rencontre)
* Pierre Nadeau, Assoc. d'informations en logements et immeubles adaptés (AILIA)

**Absences :**

* Aurelia Fleury, Tactile Studio Canada
* Marine Gailhard, CIVA - Centre d'intégration à la vie active
* Mélanie Beauregard, Société inclusive
* Michel Réhel , ALPHA - Association d'Entraide des personnes handicapées physiques de Montréal
* Serge Bélisle, RAPLIQ
* Susana Amicone, Centre communautaire Radisson

# Ordre du jour

1. Mot de bienvenue et préambule
2. Présenter les mandats proposés pour le comité
3. Discussion sur les mandats
4. Varias
5. Mot de la fin et prochaine rencontre

# Compte rendu de la rencontre

## Mot de bienvenue et préambule

Marilou souhaite la bienvenue à tous pour cette rencontre exploratoire.

Elle rappelle le rôle primordial du comité de Campagne de sensibilisation est de coordonner les activités de sensibilisation. De plus, l’équipe travaillera sur la création d’outils promotionnels tels que des annonces publicitaires ou des capsules vidéos pour amplifier les effets de la campagne. Elle contribuera ainsi aux méthodes de diffusion du message commun pour que l’AU devienne une priorité pour tous. Tout au long du processus, elle travaillera avec le département de communications d’AlterGo ainsi que la firme de relation publique.

2. Présenter les mandats proposés pour le comité

Principaux mandats et le temps d’implication

|  |  |
| --- | --- |
| 1. **Recenser les activités de sensibilisation (portrait de ce qui se fait déjà)** |  |
| * Inventorier les activités des membres du Collectif AU * Évaluer ce qui sera réalisable pour 2021 * Trouver de nouvelles opportunités de sensibilisation | Janvier à février 2021 |
| 1. **Recruter les ambassadeurs et porte-paroles (personne avec une forte visibilité, touche les différents publics)** |  |
| * Déterminer les profils recherchés des ambassadeurs * Mettre en commun les ressources et contacts du réseau du collectif * Contacter les ambassadeurs et porte-paroles | Mars à mai 2021 |
| 1. **Coordonner les activités de sensibilisation des membres (sans plus d’effort, marteler le message, chacun peut parler de ses enjeux propres)** |  |
| * Coordonner les différentes activités de sensibilisation * Trouver une personne responsable pour chaque activité de sensibilisation * Créer des outils de sensibilisation * Former les membres sur l’utilisation des outils * Distribuer les outils de sensibilisation * Documenter les retombées des activités | Hiver et printemps 2021 |
| 1. **Contribuer à la réalisation d’une campagne de sensibilisation officielle (commune, aller chercher une visibilité, amplifier la portée des messages)** |  |
| * Travailler de près avec la firme de relation publique * Identifier les différents médias pour partager le message * Travailler de concert avec les ambassadeurs et porte-paroles * Demander aux membres du Collectif de partager les outils de sensibilisation sur leur réseau * Créer un événement virtuel pour parler du Collectif AU | Printemps ou automne 2021 |
| 1. **Mesurer l’impact de la campagne (suivi du sondage de Léger 2019)** |  |
| * Comptabiliser les retombées des activités de sensibilisation * Réaliser un sondage pour évaluer la perception et la notoriété à l’égard de l’accessibilité universelle | Septembre 2021 |

## 3. Discussion sur les mandats

**Adoption des mandats**

Les participants s’entendent pour dire que les mandats leur conviennent. Il est à noter que tous les mandats se préciseront au fil des rencontres et du développement de la situation sanitaire du grand Montréal.

**Idée de capsules vidéos pour la campagne de sensibilisation officielle**

La création de capsules vidéos de sensibilisation semble être l’idée la plus appréciée par les membres du comité pour son efficacité et sa facilité de réalisation et de diffusion sur différents médiums.

**Liste d’idées proposées pour les capsules vidéos**

* Veut que les gens comprennent que ça les concerne tous et que l’AU se décline (ex : en plusieurs axes)
* Possibilité de faire plusieurs capsules courtes à diffuser sur les médias sociaux, par courriel et autres.
* Annonce sur l’AU : démontrer que c’est pour tout le monde! (voir une personne en situation de handicap, maman avec poussette, employé dans la construction, personne âgée, enfant, élus, etc.)
* Un bonhomme animé, qui rencontre plusieurs obstacles, se demande est-ce que son service est vraiment accessible?
* Capsules l’AU c’est à tout le monde : une situation avec plusieurs sauces (sous-titrages – bons pour les personnes sourdes, salle d’attente chez le dentiste, bien comprendre un autre langage)
* L’AU c’est aussi ça! (Démontrer plusieurs façons d’améliorer l’accessibilité)
* Ce sera profitable – Tout le monde en a besoin
* Créer une chanson thème – demander à la femme d’Yvon Deschamps.
* Vidéo clip avec la chanson et des exemples de l’AU.

**Investir un montant dans la publicité sur les médias sociaux**

* Considérer que pour avoir un plus grand impact avec les publications, il faut payer

**Contacts à approcher pour la campagne**

* Memo-Québec (capsule de sensibilisation) – Walter Agala
* Ami-télé,
* Luc Ferrandez (contact à Marie-Claude),
* Patrick Lagacé
* Pierre Nantel (contact à Pierre Nadeau),
* Demander à Jean Marie Lapointe de nous plogguer avec autres artistes,
* Robert Charlebois (entre deux portes, entre deux causes).
* Ambassadeurs différents profils

**Visibilité à la télévision**

* Tout le monde en parle! / Salut bonjour / (avoir porte-paroles)
* Annonce à TVA à 8h c’est 20 000$
* « Histoire d’AU »

Idées pour les commerçants

* Donner envie aux commerçants, ex : signaux avec un logo facilite pour les immigrants aussi.
* Développer une trousse d’outils
* Leur faire expérimenter l’inaccessibilité

4. Varias

Aucun.

## 5. Mot de la fin et prochaine rencontre

Les membres du comité sont remerciés pour leur contribution et leurs idées. Ces informations seront partagées au reste des membres du Collectif AU lors de la prochaine rencontre prévue pour le 8 décembre 2020.

Étant donné que la campagne de sensibilisation sera développée à partir du message commun, le comité se mettra en place après que le comité du Manifeste commun aura effectué ses mandats. Ce sera donc vers la mi-février qu’une prochaine rencontre sera organisée pour le comité de la Campagne de sensibilisation.