



**RAPPORT  
ANNUEL  
2017**

**SANA  
SHAWINIGAN**



MOT DU PRÉSIDENT	3
HISTORIQUE	4
BILAN DES ACTIVITÉS	5
VOLET ACCUEIL ET INTRÉGRATION	5
VOLET PROMOTION	10
VOLET SENSIBILISATION	11
L'ORGANISATION	16
MEMBRES DU CONSEIL	17
PARTENAIRES	18
EN IMAGES	19

# MOT DU PRÉSIDENT

C'est avec beaucoup d'enthousiasme que nous partageons avec vous le bilan des activités effectuées par le Service d'accueil aux nouveaux arrivants (SANA) pour l'année 2017.

Depuis 2015, un vent de dynamisme et d'effervescence est observable à Shawinigan. En effet, nombreuses sont les entreprises spécialisées qui s'installent chez nous. Cette nouvelle réalité crée de nombreuses opportunités d'emplois et attire de nouveaux travailleurs d'un peu partout à travers le monde. Seulement pour l'année 2017, le SANA a accueilli plus de 71 nouveaux arrivants, issus de 18 pays différents. Depuis trois ans, des travailleurs et des familles venus de 43 pays différents ont choisi Shawinigan pour y bâtir leur avenir.

En ce qui concerne la promotion, le SANA assure une présence accrue sur le terrain afin de faire rayonner Shawinigan comme milieu de vie et de positionner l'organisme comme étant la référence en immigration sur le territoire. Le travail entrepris dans les dernières années nous permet d'affirmer sans la moindre hésitation que le SANA a acquis une plus grande visibilité et une plus grande notoriété.

Au niveau de la sensibilisation, nous ne pouvons passer sous silence le succès de la campagne « Shawinigan, carrément PANDA »! Cette troisième édition a eu un impact majeur dans l'édification d'une communauté ouverte et tolérante. Ce sont plus de 1200 personnes qui ont participé aux événements propulsés dans le cadre de l'exposition « Ce que l'on s'aime », qui présentait le parcours de 30 enfants nouvellement shawiniganais.

En 2017, de nombreux partenaires se sont également positionnés en faveur des initiatives pour la valorisation de la diversité culturelle. Desjardins, CGI et Patrimoine Canada en sont quelques exemples. Par ailleurs, le SANA peut toujours compter sur ses alliés de toujours, la SADC, la Ville de Shawinigan et le Ministère de l'Immigration, de la Diversité et de l'Inclusion.

Pour conclure, nous aimerions souligner le travail de Marie-Claude et de Marianne qui participent quotidiennement au succès du SANA. Un grand merci à tous les membres du conseil d'administration pour leur présence, leur disponibilité et leur implication. Nous tenons également à remercier tous les bénévoles et les citoyens qui participent activement à l'atteinte de nos objectifs pour une société inclusive!

Mme. Édith Kaltenrieder, Vice-Présidente du conseil & M. Martin Asselin, Président délégué d'office

# HISTORIQUE

Fondé en mai 2006, le Service d'accueil des nouveaux arrivants (SANA) de Shawinigan est un organisme à but non lucratif qui est né d'une initiative du milieu économique, social et communautaire pour répondre aux besoins sociodémographiques de la région.

Plusieurs partenaires de la Table locale d'immigration de Shawinigan ont contribué à la mise en place du Service d'accueil des nouveaux arrivants. Le ministère de l'Immigration de la Diversité et de l'Inclusion, la Ville de Shawinigan, la SADC Centre-de-la-Mauricie, le Centre d'action bénévole de Shawinigan et le Centre Roland-Bertrand se sont particulièrement impliqués dans cette démarche. Le SANA a pour mission de favoriser l'accueil et l'intégration des nouveaux arrivants, qu'ils soient d'origine immigrante ou provenant d'autres régions du Canada. Dans ce même objectif, l'organisme sensibilise la collectivité quant à l'apport social, économique et culturel des personnes immigrantes sur le territoire de la Ville de Shawinigan, afin de faciliter leur intégration. Le réseau des SANA, créé en 2008 en Mauricie, permet de mettre à profit les connaissances, les compétences et les expériences de chacun dans la réalisation de notre mission. Cette organisation est constituée des SANA de Shawinigan, de Trois-Rivières et de Maskinongé.

Au printemps 2015, différents événements sont survenus sur la scène régionale et ont mis la table à une réflexion commune chez plusieurs de nos partenaires ainsi qu'au sein du conseil d'administration. Désirant revoir certaines de ces pratiques, une refonte intégrale du plan d'action a été réalisée et de nouvelles orientations ont été élaborées. Cette démarche a permis de mettre sur pied une vaste campagne de communication:  
Shawinigan, carrément PANDA!

Deux objectifs étaient fixés par cette campagne : promouvoir et sensibiliser les citoyens de la Ville de Shawinigan à la diversité culturelle et faire connaître davantage le SANA à la population et aux entreprises du territoire.

En parallèle, plusieurs entreprises spécialisées en nouvelles technologies se sont établies à Shawinigan. L'apport de ces nouvelles entreprises a eu comme conséquence directe l'arrivée massive de personnes immigrantes dans des secteurs où il y a des pénuries de main-d'œuvre. Hautement qualifiés, ils sont près d'une centaine, annuellement, à choisir Shawinigan comme milieu de vie.

# BILAN DES ACTIVITÉS

**Du 1er janvier au 31 décembre 2017**

L'organisme œuvre sur trois volets :

- 1 - Accueillir et intégrer les nouveaux arrivants;
- 2 - Promouvoir la Ville de Shawinigan;
- 3 - Sensibiliser la population locale à la diversité culturelle.

Les actions réalisées au cours de l'année pour chacun d'eux vous sont présentées ci-dessous.

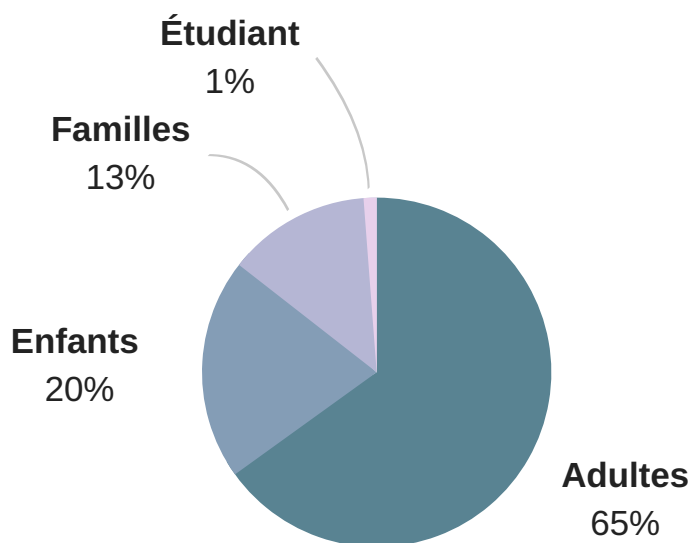
## VOLET ACCUEIL ET INTÉGRATION

Le principal objectif que le SANA s'est fixé est le suivant :

**Objectif 1 - Faciliter la venue des nouveaux arrivants en leur offrant un service d'accueil et d'intégration**

Afin de rendre efficient cet objectif, deux mesures ont été retenues :

- Répondre à la mission d'accueil et d'intégration des nouveaux arrivants;
- Faire connaître et orienter les nouveaux arrivants vers les services offerts à Shawinigan.



**EN 2017, LE  
SANA A  
ACCUEILLI**

**71**

**NOUVEAUX  
ARRIVANTS**

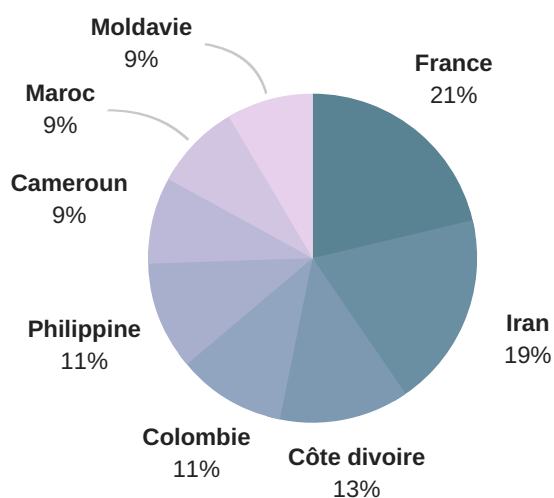
Le SANA a accompagné plusieurs nouveaux arrivants en ce qui concerne la visite de la ville, la recherche d'un logement, l'identification des services, l'inscription dans les garderies, dans les écoles, etc.

Le SANA a également fait du référencement concernant l'employabilité, du référencement à certains organismes communautaires, au service d'aide à la francisation, à des services de traduction, à de l'accompagnement concernant des démarches administratives, à l'achat de biens, concernant leurs statuts, à l'équivalence de diplôme, etc.

Pour l'année 2017, 75 actions ou référencements ont eu lieu afin de supporter les nouveaux arrivants dans leurs démarches d'intégration.

Pour l'année 2017, le SANA a accueilli 71 personnes en provenance de 18 pays différents. Vous trouverez ci-dessous la provenance de tous les nouveaux arrivants qui se sont installés à Shawinigan pour l'année 2017.

## PROVENANCE DES NOUVEAUX ARRIVANTS



- Algérie
- Bénin
- Brésil
- Canada
- Chine
- Comores
- Inde
- Kazakhstan
- Sénégal
- Tunisie

**40%**

### **NOMBRE D'ACTIVITÉS**

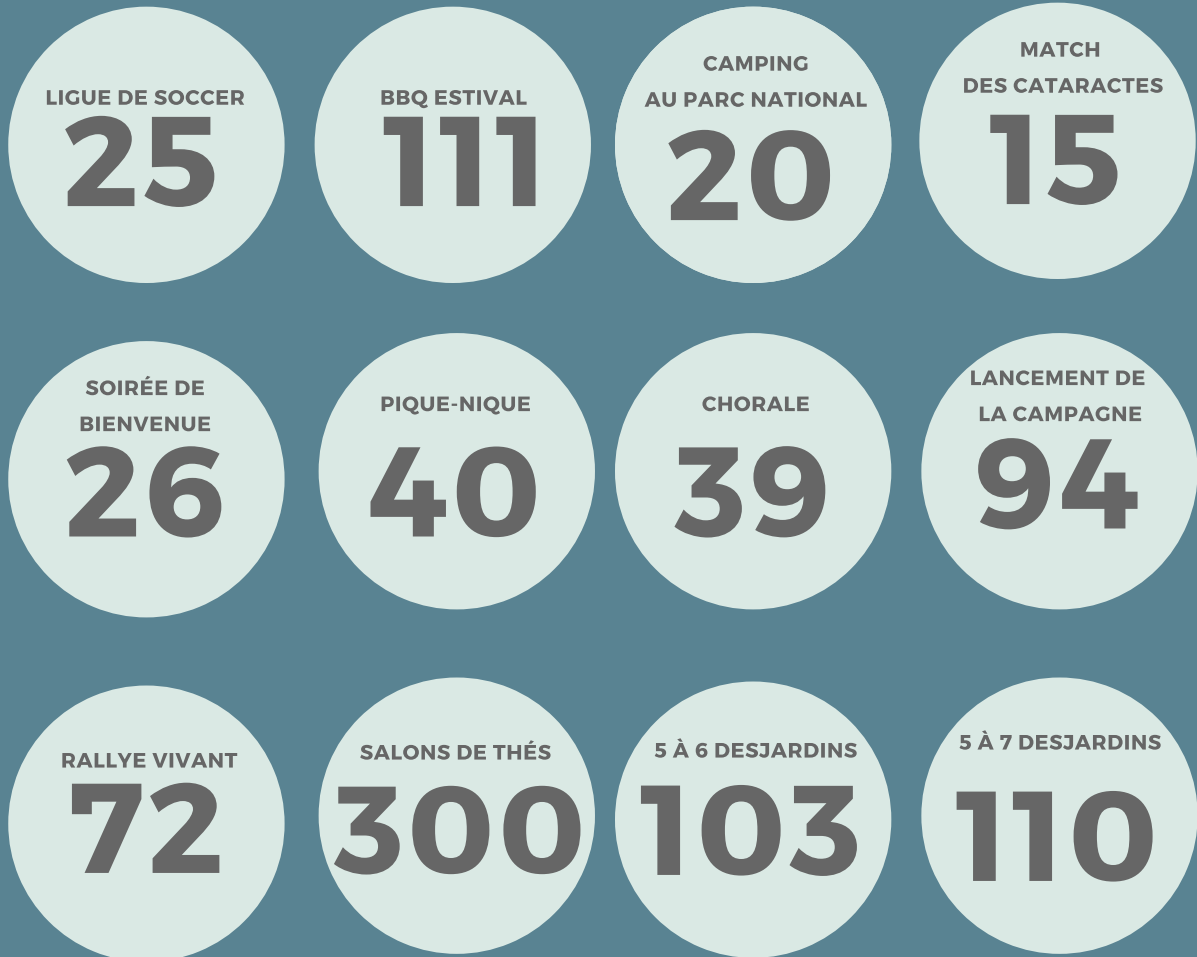
En 2017, le SANA de Shawinigan a augmenté de 40% sa proposition d'activités.

**5X**

### **TAUX DE PARTICIPATION**

La participation aux activités du SANA a quintuplé en 2017, passant de 324 à 2166 participants.

# ACTIVITÉS ET PARTICIPANTS



# 1220

Nombre de personnes ayant visité l'exposition interaction « Ce que l'on s'aime », dans le cadre de la campagne Shawinigan Carrément PANDA!



## LE SANA S'EST IMPLIQUÉ DANS PLUSIEURS ACTIVITÉS...

Assemblées générales annuelles : 3

- AGA de la SADC et du Fonds LaPrade;
- AGA de la Chambre de commerce
- AGA du Centre d'entrepreneuriat

Afin de faciliter l'accueil et l'intégration des personnes immigrantes à Shawinigan, le SANA a participé à différentes tables et groupes de travail :

- Groupe Complice
- Rencontre avec Développement économique
- Rencontre Groupé-focus groupe.
- Rencontre MADA
- Rencontre des Services d'urgences de la région



## VOLET PROMOTION

EN 2017, LE  
SANA  
A PARTICIPÉ À

27

ACTIVITÉS DE  
PROMOTION

Le principal objectif que le SANA s'est fixé est le suivant :

**Objectif 2 - Promouvoir et positionner le SANA comme étant l'organisme de référencement du territoire.**

Afin de rendre efficient cet objectif, trois mesures ont été retenues :

- Faire connaître les services du SANA aux entreprises du territoire;
- Faire la promotion du SANA auprès de la population Shawiniganaise;
- Faire la promotion du SANA auprès des immigrants à l'extérieur de la Mauricie.

## NOUS Y ÉTIIONS

Conférence de presse, Tourisme Shawinigan. Conférence de presse de la Corporation culturelle de Shawinigan, Groupes Complice, Salon de l'emploi de Shawinigan. Accueil d'une délégation de personnes immigrantes à l'hôtel de Ville de Shawinigan dans le cadre du salon de l'emploi- Stratégie Carrière, Foire nationale de l'emploi, Soirée Solidarité internationale, Panel de discussion sur les TI, Cocktail de la fondation du Collège, Toute la ville parle PME, Forum sur l'immigration de Québec, Cérémonie de citoyenneté, Déjeuner BNI, Déjeuner de la chambre de commerce, Porte ouverte à la Mosquée, Soutien à la mosquée de Shawinigan, Promotion du SANA au Cégep de Bois de Boulogne, Salon de l'immigration de Montréal, Gala distinction Desjardins de la chambre de commerce et d'industrie de Shawinigan, Conférence sur l'immigration dans Mékinac, Promotion auprès d'immigrants-Carrefour Jeunesse Emploi, Promotion auprès des étudiants étrangers du Collège Shawinigan, Promotion auprès des étudiants étrangers en francisation de la Commission scolaire de l'Énergie, Promotion auprès des étudiants en TI du Collège Shawinigan, Promotion auprès du magazine L'Express, Promotion auprès d'employeurs en pénurie de main d'œuvre- Groupe SFP et Développement économique.

## VOLET SENSIBILISATION

Le principal objectif que le SANA s'est fixé est le suivant :

### Objectif 3 - Éduquer et sensibiliser à la diversité.

Afin de rendre efficient cet objectif, trois mesures ont été retenues :

- Outiller les employeurs;
- Favoriser le rapprochement culturel- Accroître l'ouverture à la diversité;
- Déployer une stratégie communicationnelle afin d'informer, promouvoir, convaincre des groupes particuliers, renforcer et modifier un comportement.

Afin de réussir cet objectif, le SANA, en collaboration avec la Ville de Shawinigan et différents partenaires du milieu, a lancé sa troisième édition de la campagne : Shawinigan, Carrément PANDA! (Population Accueillante des Nouveaux arrivants D'ici et d'Ailleurs) en septembre 2017.

Deux objectifs principaux étaient visés lors de cette campagne :

1) Promouvoir et sensibiliser les citoyens de la Ville de Shawinigan à la diversité culturelle. Rappeler à nos citoyens, commerces, employeurs et partenaires locaux, l'importance de faire preuve d'ouverture d'esprit et d'ouverture à l'autre.

2) Faire connaître davantage le SANA à la population et aux entreprises du territoire.





**30**

**FAMILLES À  
L'HONNEUR**

**1220**

**PARTICIPANTS**

## **CAMPAGNE SHAWINIGAN CARRÉMENT PANDA**

Dans le cadre de sa 3e édition, le SANA a mis sur pied une exposition interactive où le parcours migratoire des enfants nouvellement installés à Shawinigan était à l'honneur. En plus d'accueillir les visiteurs, l'exposition fut au coeur d'une programmation variée où la musique, la famille et les traditions culinaires étaient à l'honneur!

## QUELQUES FAITS SAILLANTS

- 30 familles immigrantes à l'origine du projet,
- 10 partenaires issus du milieu des affaires et du milieu communautaire de Shawinigan,
  - Plus de 1220 visiteurs,
  - 350 élèves issus de 15 groupes scolaires,
- 8 événements/activités ouverts à la population,
  - 30 jours de campagne
  - 6 conférences et témoignages
  
- Une exposition originale déployée dans un espace de 3000 pieds carrés sur l'artère principale du centre-ville de Shawinigan,
- Une programmation événementielle diversifiée et accessible à tous et à toutes,
- Une vitrine colorée sur 50 pieds où arborer des coiffes de partout dans le monde,
- Des affiches à l'image du PANDA partout au centre-ville et deux bannières sur les façades de l'hôtel de ville et de la SADC,
- Un autobus de la Régie de transport en commun de Shawinigan décoré par les visages des enfants ayant participé à l'élaboration de l'exposition et de son emblème, le PANDA.

## Un projet intergénérationnel

Rappelons que cette année, c'est à travers le regard de l'enfant que la campagne Shawinigan, Carrément PANDA souhaitait atteindre ses objectifs. Souvent qualifiée comme étant colorée, innovatrice et dynamique, la campagne a pris la forme d'une exposition interactive déployée dans un espace inusité ayant pignon sur rue. L'exposition « Ce que l'on s'aime » symbolisait le processus d'immigration, soit le passage d'une culture d'origine à une culture d'accueil, à travers les yeux des enfants. 30 nouveaux-arrivants âgés de 4 à 14 ans ont témoigné de leur vécu avec la spontanéité et l'authenticité qu'on connaît aux enfants.

## Une programmation rassembleuse

En plus de permettre la rencontre à travers la visite de l'exposition, la 3e édition de la campagne Shawinigan Carrément PANDA s'est démarquée par la qualité de sa programmation. Diversifiés et accessibles, les activités et événements prévus durant la campagne ont créé plusieurs occasions de se réunir pour célébrer la diversité culturelle, mais aussi pour tisser des liens entre les nouveaux-arrivants et la population. Les salons de thé, 5 à 7 musicaux, visites thématiques et activités pour la famille ont attiré des centaines de visiteurs.



## FORMATION

Déjeuner de la chambre de commerce  
Rencontres du FARR  
Activité de teambuilding de la SADC  
Conférence au Digihub  
Formation sur l'immigration temporaire à  
Montréal

## COMMUNICATION

Entrevues à facteur matinal  
Entrevue radio à la station communautaire  
Enregistrement d'une émission à Grand V en  
direct du local  
Entrevue pour Baron Mag  
L'Hebdo du Saint-Maurice  
...Et plus encore

# L'ORGANISATION



MARIE-CLAUDE,  
DIRECTRICE  
DU SANA



MARIANNE,  
AGENTE DE  
DÉVELOPPEMENT



NOTRE ÉQUIPE



## MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION 2017

**M. Martin Asselin.** Président Délégué d'office, Ville de Shawinigan

**Mme Édith Kaltenrieder,** Vice-présidente Membre communauté culturelle

**M. Simon Charlebois,** Secrétaire-trésorier. Délégué d'office, Société d'aide au développement des collectivités du Centre-de-la-Mauricie (SADC)

**Mme Nicole Therrien,** Administratrice, Membre du milieu

**M. Pierre Champagne,** Administrateur, Membre du milieu

**M. Jacques Samson,** Administrateur. Membre du milieu

**Mme Houda Nadir Baakili.** Administratrice, Membre communauté culturelle

**Mme Angéline Fourchaud,** Administratrice, Membre communauté culturelle

**M Dominique Oury,** Administrateur, Membre communauté culturelle

À titre d'observatrice de la Ville de Shawinigan au conseil d'administration,  
Mme Louise Bellemare.

Le conseil d'administration du SANA de Shawinigan s'est réuni à cinq (5) reprises durant l'année 2017.

# MERCI À NOS PARTENAIRES

## PRINCIPAUX PARTENAIRES

- CAB de Grand-Mère et de Shawinigan,
- Carrefour Jeunesse emploi,
- Centre d'entrepreneuriat Alphonse-Desjardins
- Centre local d'emploi de Shawinigan (CLE),
- Chambre de commerce et d'industrie de Shawinigan,
- CGI,
- Cité de l'énergie,
- Cité des mots,
- Collège Shawinigan,
- Commission scolaire de l'Énergie,
- CREM,
- Culture Shawinigan,
- Desjardins,
- Hebdo du St-Maurice,
- Parcs Canada Service Canada,
- Patrimoine Canada,
- Régie des transports en commun de Shawinigan (RTCS),
- Rona,
- Stratégie Carrière,
- Sûreté du Québec,
- Table locale d'immigration,
- TCMFM TCRI,
- Tourisme Shawinigan,

## PARTENAIRES FINANCIERS

*Immigration,  
Diversité  
et Inclusion*

Québec 

Ministère de l'Immigration,  
de la Diversité et de  
l'Inclusion (MIDI)

  
VILLE DE  
**SHAWINIGAN**  
*UN COURANT D'ÉNERGIES*

Ville de Shawinigan

**SADC**

Société  
d'aide au développement  
des collectivités  
CENTRE-DE-LA-MAURICIE

**SADC**

Centre-de-la-Mauricie



*Notre année 2017, en images!*





RAPPORT ANNUEL 2017  
SANA SHAWINIGAN