



RAPPORT ANNUEL 2016

Table des matières

Historique	4
Bilan des activités du 1er janvier au 31 décembre 2016	5
Volet accueil et intégration	5
Volet promotion	8
Volet Sensibilisation	9
Communication	12
Formations	12
Membres du conseil d'administration 2016	13
Partenaires financier	14
Principaux partenaires.....	14

Mesdames, Messieurs,

C'est avec beaucoup de fierté que je m'adresse à vous pour la première fois à titre de président du Service d'accueil des nouveaux arrivants (SANA) et que je vous présente le bilan des actions réalisées en 2016.

Depuis deux ans, le SANA connaît de grands changements et une profonde transformation. En effet, l'arrivée d'entreprises spécialisées en nouvelles technologies sur notre territoire a favorisé un véritable vent de dynamisme et d'effervescence à Shawinigan. De plus en plus de personnes immigrantes et de familles choisissent Shawinigan comme milieu de vie. Nos récentes statistiques le démontrent fort bien puisque en 2016, plus de 80 personnes, issues de 19 nationalités différentes, ont bénéficié des services du SANA et ont choisi Shawinigan pour y vivre.

Dans sa *Politique municipale favorisant l'accueil, l'intégration et la rétention des personnes immigrantes*, la Ville rappelle que depuis quelques années, elle travaille fortement sur la diversification économique de Shawinigan et elle reconnaît que la croissance démographique est un autre défi qu'elle doit relever.

Dans ce contexte, l'accueil et l'intégration des personnes immigrantes font partie des éléments de solutions sur lesquels la Ville mise pour développer son avenir. Et c'est exactement ce qui est en train de se produire... Il va sans dire que la campagne *Shawinigan, carrément PANDA* renforce le message d'ouverture de la Ville. Cette campagne, qui a connu une popularité nationale, positionne de façon extraordinaire le SANA comme organisme pivot dans le développement de l'immigration à Shawinigan. Le SANA est la principale porte d'entrée sur notre territoire et devient un acteur incontournable qui contribue à dynamiser l'économie locale et régionale.

Je tiens à souligner le travail colossal de sensibilisation réalisé par le SANA dans le cadre de la campagne *Shawinigan, carrément PANDA*! Pour la seconde édition, une exposition de photos a permis de donner une extraordinaire vitrine à une quarantaine de nouveaux arrivants. L'exposition mobile a mis en lumière leur histoire, leur famille et leur emploi. Bref, la campagne 2016 a précisé le visage de l'immigration à Shawinigan et nos citoyens ont manifesté leur intérêt de pouvoir rencontrer les nouveaux arrivants par l'entremise de cette exposition. La magie du PANDA a opéré encore une fois puisqu'il engendre un mouvement de cœur, un mouvement vers la découverte de l'autre...

Pour conclure, j'aimerais souligner le travail de Marie-Claude et de Carole qui participent quotidiennement au succès du SANA. J'en profite pour souligner le départ de Carole qui a travaillé pour le SANA tout près de neuf ans. Un grand merci à tous les membres du conseil d'administration pour leur implication, leur disponibilité et leur dynamisme. Je remercie chaleureusement le ministère de l'Immigration, de la Diversité et de l'Inclusion, la Ville de Shawinigan et la SADC Centre-de-la-Mauricie de leur précieuse collaboration.

Martin Asselin- Président.

1. 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.

2. Bilan des activités du 1er janvier au 31 décembre 2016

L'organisme œuvre sur trois volets :

- 1 - Accueillir et intégrer les nouveaux arrivants;
- 2 - Promouvoir la Ville de Shawinigan;
- 3 - Sensibiliser la collectivité à la réalité des nouveaux arrivants.

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

3. 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.

Résultats de l'année pour le volet accueil

Nombre de nouveaux arrivants totaux	80
Adultes	63
Enfants	17
Familles	9
Nombre d'étudiants	3

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, chez 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 2016, nous avons reçu 80 personnes en provenance de 19 pays différents.

Vous trouverez ci-dessous la provenance de tous les nouveaux arrivants qui se sont installés à Shawinigan pour l'année 2016.

Provenance des nouveaux arrivants par ordre de priorités

Pays	Nombre de personnes adultes
Algérie	15
Côte d'Ivoire	9
Cameroun,	5
Maroc	5
Bénin,	4
Cuba,	4
Île de la Réunion	4
France, Burkina Faso	3

Outre les pays qui vous sont présentés, nous avons reçu des nouveaux arrivants en provenance de la Colombie, de l'Égypte, d'Haïti, de l'Île Maurice, de l'Inde, de la Mauritanie, du Pérou, de la Suisse, du Togo et de la Tunisie.

En ce qui concerne l'intégration des personnes immigrantes, différentes activités ont été mises sur pied pour l'année 2016.

Activités	Nombre de participants
Ligue de soccer	25 joueurs en moyenne par joute/ 10 joutes
BBQ estival-réseautage	79 participants
Visite de la cité de l'Énergie	49 participants
Initiation au camping, Parc Canada	11 participants
Initiation à la pêche	11 participants
Câlins gratuits	5 bénévoles
Café rencontre	8 participantes
Match des cataractes	16 participants
Groupe de discussion	27 participants
Vernissage	93 participants

Le SANA a participé aux activités suivantes :

Assemblées générales annuelles : 3

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

Activités locales et régionales :

- Café de Stéphanie;
- Cérémonie d'accueil des nouveaux arrivants à l'Hôtel de Ville;
- Cérémonie d'accueil des étudiants étrangers à l'Hôtel de Ville, Commission scolaire de l'énergie; Carrefour formation Mauricie, Collège Shawinigan et SANA;

- Cocktail des finalistes du Gala Distinction Desjardins de la Chambre de commerce et d'industries de Shawinigan;
- Marathon de l'emploi;
- Assermentation pour la citoyenneté à deux reprises;
- Gala des anciens.

Groupe de travail

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

- Groupe Complice (attractivité en entreprise);
- Rencontre MADA.

4. Volet 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.***

Les actions réalisées par le SANA au niveau de ce volet sont :

- Rencontrer plus d'une dizaine d'entreprises ou d'organismes du territoire afin de leur faire connaître nos services (Intégration Santé, Sim-Cognibox, CALAC, CREM, Sureté du Québec, etc.);
- Participation au Déjeuner des bons coups;
- Participation à deux séjours exploratoires de Place aux jeunes;
- Promouvoir les services du SANA auprès d'étudiants en francisation du Collège de Trois-Rivières;
- Promouvoir les services du SANA aux étudiants en francisation de la Commission scolaire de l'Énergie;
- Promouvoir les services du SANA auprès d'étudiants en éducation à l'enfance du Collège Shawinigan lors de deux événements;

- Promouvoir les services du SANA auprès d'étudiants en éducation à l'enfance du Collège Laflèche;
- Promouvoir les services du SANA au Salon de l'immigration;
- Promotion de la région en support à CGI à différentes occasions (groupe ALPA, Collectif, PROMIS);
- Promotion du SANA lors de la réception du Consul de France
- Dans l'œil du mentor, Cellule de mentorat du CLD de Shawinigan en partenariat avec la SADC et le CJE;
- Gala Distinction Desjardins, Chambre de commerce et d'industrie de Shawinigan;
- Lancement de la programmation de la Chambre de commerce et d'industrie de Shawinigan;
- Toute la ville parle PME; Chambre de commerce et d'industrie de Shawinigan;
- Journée Carrière à l'UQTR;
- Réception d'une délégation française dans le cadre d'une journée organisé au Digihub;
- Activité de réseautage au Centre culturel Musulman.
- Le milieu des TI à Shawinigan;
- Assises de l'UMQ;
- Présentation du SANA et de la campagne Shawinigan, Carrément PANDA! auprès des partenaires du groupe Complice;
- Salon de l'emploi de Shawinigan;
- Salon de l'Immigration et de l'intégration au Québec.

5. 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 seconde édition de la campagne : Shawinigan, Carrément PANDA! (**Population Accueillante des Nouveaux arrivants D'ici et d'Ailleurs) en novembre 2016.**

Deux objectifs principaux étaient visés lors de cette campagne :

Le premier, 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.

Le second, faire connaître davantage le SANA à la population et aux entreprises du territoire.

Différentes stratégies et moyens ont été utilisés afin d'atteindre l'objectif.

Stratégie :

Présenter à la population des gens issus de l'immigration.

Raison d'être :

Afin que le nouvel arrivant ne soit plus un concept flou qui réfère à des statistiques, à un vague concept économique ou à une religion. L'individu a un nom, une histoire, une famille.

Constat :

Cette stratégie a permis que la population de Shawinigan rencontre nos nouveaux citoyens. Cela a également permis à ce que les citoyens de Shawinigan puissent les aborder plus facilement.

Moyens :

Afin d'atteindre cet objectif, différents moyens ont été utilisés :

- Vernissage photo / Tenue de la conférence de Presse (10 novembre);
- Tenue d'une exposition de photos;
- Exposition de photo mobile;
- Exposition de photo longue durée. Public cible diversifié.

Vernissage photo / Tenue de la conférence de Presse (10 novembre)

- Présence de 93 individus dont plusieurs employeurs, employés et immigrants (CGI, Desjardins, Tourisme Mauricie, etc.).
- Younès Bouhanane, Angélique Fourchaud, Michel Anger, Véronique Gagnon-Piquès et moi-même avons pris la parole lors de la conférence de presse.

Tenue d'une exposition de photo.

- Cet évènement s'est tenu dans neuf lieux publics différents de Shawinigan afin de maximiser la visibilité de nos nouveaux citoyens.

Une exposition de photo mobile.

- Un autobus de la Régie des Transports en Commun de Shawinigan, recouverte des photos, se promène dans les différents secteurs de la ville. C'est l'exposition de photos qui va vers la population!

Exposition de photo longue durée

- Collège Shawinigan, 8 semaines.

Promotion de notre campagne

- Promotion de notre campagne lors du Gala Distinction Desjardins. (4 novembre);
- Réalisation de capsules d'entrevues à la suite de la conférence de Presse réalisées par DigiFilm média-Pressé (10 novembre 2016);
- Promotion de la campagne sur la façade de la SADC;
- Promotion de la campagne sur la façade de l'hôtel de Ville;
- Promotion de la campagne à l'émission de radio de Frédéric Beaulieu;
- Présentation de la campagne de communication à des étudiants du Collège Shawinigan en éducation à l'enfance (15 décembre);
- Promotion de notre campagne auprès de la population chez IGA de Shawinigan (1er décembre);
- Promotion de la campagne à la bibliothèque de Grand-Mère. Les photos qui sont présentées sont celles où figurent des enfants. La clientèle visée est une classe de l'École primaire Lafèche;
- Promotion de la campagne à la bibliothèque du Collège Shawinigan;
- Promotion de la campagne dans différents lieux publics au courant de l'hiver 2017.

Couverture médiatique

1) Publication dans les médias écrits

- Cahier spécial dans l'Hebdo, 16 novembre, Hebdo de Shawinigan;
- Découvrir les visages de la diversité, 10 novembre 2016, Hebdo de Shawinigan;
- Des photos pour connaître les nouveaux arrivants, 11 novembre 2016, Le Nouvelliste;
- Bulletin municipal de la Ville de Shawinigan, 3 décembre 2016;
- SANA 2.0 : Les technologies attirent les talents d'ailleurs, 16 novembre 2016.

2) Publication dans d'autres médias

- 2^e édition de la campagne, Shawinigan : Carrément PANDA!, 11 novembre 2016, Digifilm. <http://www.digifilm.ca/le-municipal/270-2e-edition-de-la-campagne-shawinigan-carrement-panda>
- 2^e édition de la campagne Shawinigan, Carrément PANDA!, 14 novembre 2016, UMQ. <https://umq.qc.ca/publication/2e-edition-de-campagne-shawinigan-carrement-panda/>

Page Facebook. Shawinigan, Carrément PANDA!

- Publication des articles et du communiqué de presse;
- Publication de photos du vernissage;
- Description de la campagne;
- Vidéo présentée dans le cadre de l'UMQ;
- Diffusion de capsule visuelle réalisée par Digifilm;
- Entrevue;
- Photos des différents lieux publics qui ont exposés les photos (9 lieux publics);
- Présentation de chacun de nos nouveaux arrivants;
- Animation de notre page avec les photos prises lors de la tournée des commerces du centre-ville de Shawinigan et de Grand-Mère.

6. Communication

- Refonte du site Web
- Carte géographique du centre-ville

7. Formations

- Conférence de Luc Dupont
- Déjeuner-Conférence en collaboration avec Femmessor, madame Janie Duquette.
- Formation sur les médias sociaux au Cégep de Trois-Rivières.

8. Membres du conseil d'administration 2016

Membre	Fonction	Secteur
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
Mme Nadia Courchesne	Administratrice	Membre du milieu
Mme Houda Nadir Baakili	Administratrice	Membre communauté culturelle
Mme Angéline Fourchaud	Administratrice	Membre communauté culturelle
Mme Aline Beaurepaire	Administratrice	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 six (6) reprises durant l'année 2016.

9. Partenaires financier

- Ministère de l'Immigration, de la Diversité et de l'Inclusion (MIDI)
- SADC Centre-de-la-Mauricie
- Ville de Shawinigan

10. Principaux partenaires :

- CAB de Grand-Mère et de Shawinigan
- Carrefour Jeunesse emploi
- Centre entrepreneuriale.
- Centre local d'emploi de Shawinigan (CLE)
- Chambre de commerce et d'industrie de Shawinigan
- 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
- Régie des transports en commun de Shawinigan (RTCS);
- Stratégie Carrière;
- Sûreté du Québec
- Table locale d'immigration
- TCMFM TCRI
- Tourisme Mauricie