

Semaine Québécoise de la Paternité

RAPPORT D'ÉVÉNEMENT



ÉDITION 2017

**Concilier famille et travail,
c'est aussi une affaire de pères !**

SONDAGE LÉGER MARKETING : 1000 PÈRES QUÉBÉCOIS

La conciliation famille-travail, c'est **aussi** une affaire de **pères** !

La 5e édition de la Semaine Québécoise de la Paternité, présentée sous le thème "La conciliation famille-travail, c'est aussi une affaire de pères !", conviait la société québécoise à une réflexion sur le désir d'engagement des pères d'aujourd'hui auprès de leurs enfants et sur la nécessité d'adapter nos pratiques en matière de conciliation famille-travail, en particulier celles concernant spécifiquement les pères.

Table des matières

Mot du directeur

Sondage Léger Marketing

Mobilisation nationale

Lancement national

Diffusion dans les médias

Réseaux sociaux et Web

Projet Un Père à la Hauteur

Budget de l'événement



Raymond Villeneuve
Directeur du RVP

La cinquième édition a été, sans nul doute, celle qui a généré les retombées les plus importantes, et cela, à tous les niveaux.

Une bien belle histoire de paternité et de conciliation famille-travail !

La cinquième Semaine Québécoise de la Paternité a été, sans nul doute, l'édition de l'événement qui a générée les retombées les plus importantes, et cela, à tous les niveaux. C'est donc une bien belle histoire que raconte le présent rapport d'événement qui met en lumière les résultats impressionnantes de cette activité !

L'histoire commence par le choix d'un thème porteur de changement social : Paternité et conciliation famille-travail. L'histoire se poursuit par la conception d'un slogan fédérateur (*Prendre le relais pour une famille gagnante : concilier famille et travail c'est aussi une affaire pères !*), et d'une affiche, simple, belle et rassembleuse. La campagne est ensuite lancée lors de LA SU-PÈRE CONFÉRENCE 2017, et nos partenaires se mobilisent pour préparer des activités de valorisation de l'engagement paternel.

Puis, l'événement prend une toute nouvelle dimension par l'entrée en scène des consultants en communication de la Boîte de Comm, collaboration rendue possible grâce au soutien financier de la Fondation Lucie et André Chagnon. Le ministère de la Famille s'implique ensuite en finançant le sondage Léger Marketing réalisé auprès de 1000 pères québécois et le Secrétariat à la condition féminine a contribué financièrement à la réalisation d'une vidéo présentant les résultats du sondage.

Le 12 juin 2017, une conférence de presse est présentée à la Maison du développement durable à Montréal au cours de laquelle Christian Bourque présente avec intelligence et sensibilité les résultats du sondage et quatre entrepreneurs québécois discutent alors des avantages d'une bonne conciliation famille-travail pour les pères québécois. L'événement produit de très bons résultats puisque, pendant les jours qui suivent, pas moins de 19 retombées médiatiques majeures sont recensées, rejoignant un total d'audiences de plus de 1,200,000 personnes. Sur les réseaux sociaux, grâce, entre autres, aux capsules-web de Martin Larocque et à la collaboration de nos partenaires de diffusion, nous rejoignons plus de 110,000 personnes. Un autre record de l'événement : 105 activités de valorisation de la paternité sont présentées dans 17 régions du Québec ! La semaine se termine finalement par la présentation du projet spécial UN PÈRE À LA HAUTEUR qui permet à près de 500 pères et enfants de vivre une expérience excitante de renforcement du lien avec leurs enfants.

Une bien belle histoire donc, que cette cinquième Semaine Québécoise de la Paternité, qui donne au RVP le goût d'aller plus loin encore, l'an prochain, dans le développement de cette activité nationale de valorisation de l'engagement paternel !

Un **sondage**
Léger marketing
auprès de
1000 pères
québécois !

Dans le cadre de la campagne 2017 de la Semaine Québécoise de la Paternité, le Regroupement pour la Valorisation de la Paternité a commandé un sondage Léger Marketing auprès de 1000 pères québécois afin de connaître leurs habitudes et perceptions à l'égard de leur engagement paternel, de la valorisation de la paternité dans la société québécoise et de la conciliation famille-travail.

Les pères québécois plus **présents** que jamais



Les pères veulent s'engager

AUPRÈS DES ENFANTS

96%

des pères québécois trouvent extrêmement ou très important de **s'impliquer** auprès de leurs enfants

AVEC L'AUTRE PARENT

98%

des pères d'enfants de **0 à 5 ans** croient qu'il est important de **faire équipe** avec l'autre parent pour s'occuper **ensemble** des soins aux enfants

La société tarde à s'adapter

VALORISATION DE LA PATERNITÉ

53%

des pères québécois croient que la société québécoise **ne valorise pas** leur implication auprès de leurs enfants **autant** que celle des mères

APPLICATION DES LOIS

65%

des pères considèrent que le **traitement** des pères et des mères dans l'application des lois et des règlements **n'est pas équivalent**

Les pères sont plus impliqués au quotidien

2,4 hrs/jour

consacrées en moyenne aux tâches et responsabilités domestiques par **l'ensemble** des pères québécois

3,1 hrs/jour

consacrées en moyenne aux tâches et responsabilités domestiques par les pères **d'enfants de 0 à 5 ans**

3 à 5 hrs/jour

consacrées en moyenne aux tâches et responsabilités domestiques par **23%** des pères **d'enfants de 0 à 5 ans**

5+ hrs/jour

consacrées en moyenne aux tâches et responsabilités domestiques par **20%** des pères **d'enfants de 0 à 5 ans**

Il reste du chemin à parcourir en conciliation famille-travail

L'ACCÈS À DES MESURES POUR L'ENSEMBLE DES PÈRES

53%

des pères québécois disent qu'il est **facile** de se prévaloir de mesures de conciliation famille-travail

L'ACCÈS À DES MESURES POUR LES PÈRES D'ENFANTS DE 0 À 5 ANS

51%

des pères d'enfants de **0 à 5 ans** jugent qu'il est **difficile** de concilier famille et travail

CHANGER D'EMPLOI POUR UNE MEILLEURE CONCILIATION

54%

des pères changeraient d'emploi pour mieux concilier famille et travail

ACCEPTER UNE BAISSE DE SALAIRE POUR UNE MEILLEURE CONCILIATION

38%

des pères accepteraient une baisse de salaire pour mieux concilier famille et travail



Le sondage a été réalisé grâce au soutien financier du Ministère de la Famille.

Mobilisation nationale : une **participation en croissance** !

La Semaine Québécoise de la Paternité a atteint de nouveaux sommets en termes de participation, de nombre de partenaires-terrains et de villes rejoindes.



Acteurs présents à l'Hôtel Universel de Montréal lors du dévoilement de la campagne 2017.



Affiche promotionnelle de l'événement

Stratégie de mobilisation

1 Dévoilement de la campagne lors de LA SU-PÈRE CONFÉRENCE

THÈME DÉVOILÉ

250+

acteurs concernés par les familles ont été rejoints à l'Hôtel Universel de Montréal

- ▶ Présentation du thème de campagne
- ▶ Dévoilement de l'affiche promotionnelle
- ▶ Lancement du nouveau site Web
- ▶ Présentation du formulaire d'inscription en ligne

2 Distribution d'outils de promotion et de sensibilisation

DISTRIBUTION D'AFFICHES

2 691

affiches distribuées en français et en anglais

DISTRIBUTION D'OUTILS

1 200+

visiteurs ont été rejoints via le site Web

3 Veille informationnelle et recherche de nouveaux partenaires

PLUS DE PARTENAIRES MOBILISÉS

67

partenaires-terrain de plus depuis 2015

126%

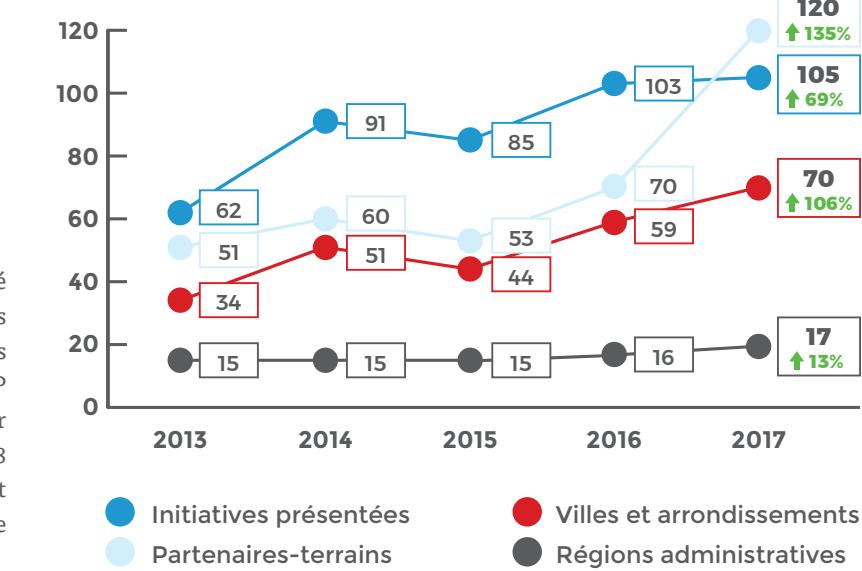
de croissance de 2015 à 2017 au niveau du nombre de partenaires

- ▶ Stratégie de veille sur le Web et les réseaux sociaux
- ▶ Démarche de recrutement des organisations et acteurs sensibles aux réalités paternelles

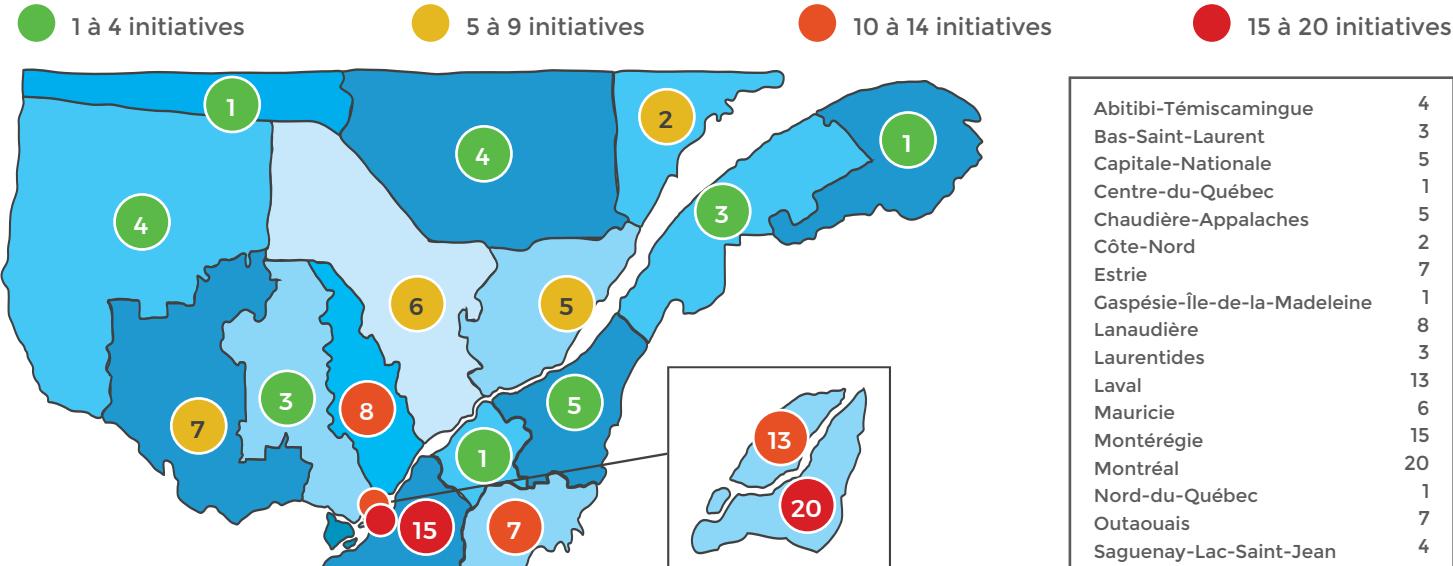
Participation nationale : **105 initiatives** présentées !

En 2017, un nombre record d'initiatives a été présenté dans le cadre de l'événement, soit : 105 initiatives dans 72 villes et arrondissements situés dans les 17 régions administratives du Québec. Fort de ce succès, le RVP imagine déjà de nouvelles stratégies afin de continuer à faire croître le nombre de partenaires-terrain en 2018 et, ainsi, permettre à un plus grand nombre de pères et de familles québécoises de célébrer la paternité dans une perspective d'égalité parentale.

ÉVOLUTION DE LA PARTICIPATION DEPUIS 5 ANS



RÉPARTITION DES INITIATIVES PAR RÉGION ADMINISTRATIVE



Lancement **national** à la Maison du développement durable

Le 12 juin, le RVP a marqué le coup d'envoi de la Semaine Québécoise de la Paternité par un lancement national à la Maison du Développement Durable à Montréal devant des représentants des médias et plus de 40 acteurs de divers milieux. Le lancement a également été diffusé en direct sur Facebook.



Christian Bourque, vice-président exécutif de Léger Marketing, a présenté les résultats du sondage réalisé auprès des pères québécois.

Le lancement met en lumière les **enjeux** bien **réels** de conciliation famille-travail des **pères**



Un message du ministre de la Famille

À l'occasion du lancement, le ministre de la Famille, M. Sébastien Proulx, a transmis un message vidéo afin de souligner l'importante contribution des pères aux soins de leurs enfants. « Les pères ont à cœur de s'investir pleinement dans la sphère familiale et se doivent de le faire. Cela passe entre autres par une meilleure conciliation de leurs responsabilités familiales, professionnelles et scolaires », a souligné M. Proulx.



Dévoilement d'une vidéo

Grâce au soutien financier du Secrétariat à la condition féminine, le RVP a commandé une vidéo afin de présenter les principaux résultats du sondage Léger Marketing lors du lancement, dans les réseaux sociaux et sur le Web.

Le vice-président de Léger Marketing dévoile les résultats du sondage

M. Christian Bourque, vice-président exécutif de Léger Marketing, a présenté le rapport sur les résultats du sondage réalisé auprès des pères québécois. M. Bourque a souligné qu'il s'agissait du "premier sondage sur les papas réalisé chez Léger Marketing".



4 panelistes du milieu des affaires prennent la parole

À l'occasion du lancement et du dévoilement des résultats du sondage, le RVP a convié 4 panelistes provenant du milieu des affaires et du milieu communautaire à prendre la parole au sujet des mesures de conciliation famille-travail offertes aux pères au sein de leur environnement professionnel et des défis que cela représente pour les entreprises d'aujourd'hui. M. Martin Thibault (1), président d'Absolutnet, Mme Pascale Corriveau (2), coordonnatrice à l'insertion chez Pro-Prêt, Mme Geneviève Laforest (3), directrice des ressources humaines au Groupe Paco ainsi que M. Christian Bourque (4), vice-président exécutif de Léger Marketing ont tous été d'accord pour affirmer que les pères d'aujourd'hui expriment un réel désir de mieux concilier famille et travail.

Je suis prêt à sacrifier du volume d'affaires et de la profitabilité pour jouer un rôle important auprès de mes enfants.

Martin Thibeault,
Président, Absolutnet

Même si le patron aime bien avoir ses employés près de lui, il faut lui dire qu'ils sont aussi bons à la maison.

Christian Bourque,
Vice-président exécutif,
Léger Marketing - bureau de Montréal

Si l'employeur partage la même situation que l'employé, c'est plus facile de concilier famille et travail.

Pascale Corriveau,
Coordonnatrice à l'insertion, Pro-Prêt

J'ai vu un changement important en 20 ans. Par exemple, les gars chez nous qui sont pères de jeunes familles partent tôt pendant la semaine de relâche. Il y a 20 ans, ils travaillaient tard le soir.

Geneviève Laforest,
Directrice des ressources humaines, Groupe Paco

Retombées médiatiques

La campagne 2017 de la Semaine Québécoise de la Paternité a atteint un niveau inégalé de visibilité dans les médias. Les grands médias nationaux ont démontré un réel intérêt pour les enjeux de conciliation famille-travail vécus par les pères d'aujourd'hui.



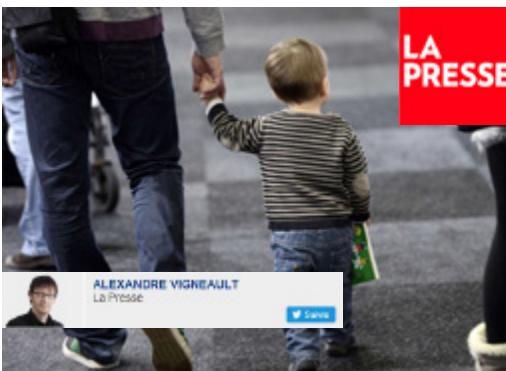
(1) Une entrevue de M. Raymond Villeneuve, directeur du RVP, diffusée lors du premier reportage de TVA Nouvelles

(2) M. Pierre Bruno présente le deuxième reportage diffusé par TVA au sujet de la Semaine Québécoise de la Paternité et des résultats du sondage Léger Marketing.

Une couverture médiatique sans précédent

Résultats du sondage diffusés en exclusivité en première page de La Presse plus

Afin de lancer la campagne médiatique de la Semaine Québécoise de la Paternité, le RVP a accordé l'exclusivité des résultats du sondage à La Presse. Ces résultats ont d'abord été annoncés en première page de La Presse plus le matin du lancement, le 12 juin. Puis, un reportage d'Alexandre Vigneault paru le 18 juin et consacré aux jeunes papas a rappelé les résultats du sondage.



TVA Nouvelles diffuse deux reportages depuis le lancement de l'événement

La présidente et le directeur du RVP, Mme Diane Dubeau et M. Raymond Villeneuve ainsi que M. Christian Bourque, vice-président de Léger Marketing ont accordé des entrevues télévisées à TVA Nouvelles à la suite du lancement afin de discuter des résultats du sondage. Deux reportages ont ainsi été diffusés.

Diffusions dans le journal Les Affaires, Le Devoir et Huffington Post

Le RVP a pu compter sur l'appui de partenaires de diffusion afin de maximiser la visibilité de la campagne. Ainsi, l'Observatoire des tout-petits a conclu une entente avec le Journal Les Affaires afin qu'une entrevue exclusive de Martin Thibault, président d'Absolunet et paneliste au lancement, soit diffusée dans les *Dossiers partenaires* du journal.

Aussi, le RVP et le Réseau pour un Québec Famille ont co-écrit une lettre ouverte intitulée « Quand les pères se mettent de la partie ». Cette lettre ouverte a été diffusée par Le Devoir et le Huffington Post les 17 et 18 juin.

Deux constats ont retenu l'attention des médias

Deux constats tirés des résultats du sondage ont particulièrement intéressé les médias. Le premier constat est que, pour mieux concilier famille et travail, plus d'**un père québécois sur deux changerait d'emploi et plus d'un père sur trois serait prêt à accepter une baisse de salaire**. Le deuxième constat qui a le plus retenu l'attention est que **53% des pères québécois trouvent que la société ne valorise pas autant leur implication auprès de leurs enfants que celle des mères**.

RÉPARTITION DES RETOMBÉES PAR TYPE DE MÉDIAS



10 retombées dans les **médias écrits**
Audience estimée : **845 686**

5 retombées à la **radio**
Audience estimée : **74 000**

4 retombées à la **télévision**
Audience estimée : **375 000**

Estimation partielle des audiences rejoindes par les médias :

1 295 646

Télévision

12 juin 2017 **TVA Nouvelles**, Les pères veulent s'impliquer davantage avec leurs enfants - Reportage du midi

TVA Nouvelles, Les pères veulent s'impliquer davantage avec leurs enfants - reportage du soir

18 juin 2017 **Radio-Canada**, Conciliation travail-famille très difficile pour les pères, selon un sondage

LCN, Québec matin - Week-end, entrevue avec Raymond Villeneuve

Radio

12 juin 2017 **CIBL 101,5 FM**, Mention du sondage au bulletin de nouvelles du matin

Energie 102,7 FM, C'est le temps de valoriser le rôle du père

CHOI 98.1 FM, Martineau Trudeau, entrevue de Raymond Villeneuve

Radio-Canada, Des matins en or, 5e Semaine Québécoise de la Paternité

13 juin 2017 **Radio-Canada**, Gravel le matin, Duo Marie Grégoire et Vincent Graton

Presse écrite

12 juin 2017 **La Presse**, Conciliation travail-famille: papa veut être là!
Ici Radio-Canada, Abitibi-Témiscamingue, Des pères plus présents, mais les préjugés persistent

Canoe.ca, La plupart des pères sont prêts à changer d'emploi pour leurs enfants
Journal de Montréal, La plupart des pères sont prêts à changer d'emploi pour leurs enfants

17 juin 2017 **Le Devoir**, Quand les pères se mettent de la partie

Journal de Montréal, Il est un "papa professionnel" depuis une douzaine d'années

18 juin 2017 **La Presse**, Devenir papa à 20 ans
Métro, La conciliation travail-famille est ardue pour les pères

Huffington Post, Quand les papas se mettent de la partie

19 juin 2017 **Les Affaires**, La conciliation travail-famille, c'est pour les pères aussi !

La campagne sur les réseaux sociaux et le Web

La campagne 2017 de la Semaine Québécoise de la Paternité a occupé une présence accrue sur le Web et les réseaux sociaux grâce à des contenus diversifiés : nouveau site Web conçu pour l'événement, une série d'infographies, des capsules vidéos, des diffusions Facebook Live et plusieurs autres éléments.

L'Observatoire des tout-petits produit une série d'infographies

Afin de faciliter la diffusion des principaux résultats du sondage Léger Marketing, l'Observatoire des tout-petits a conçu une série d'infographies pour diffusion sur les réseaux sociaux et le Web. Ces infographies ont rejoint plus de **10 000 personnes** sur les plate-formes web du RVP uniquement. Le RVP tient à remercier l'Observatoire des tout-petits pour cette généreuse contribution.

110 000+ personnes rejointes sur les réseaux sociaux et le Web

Grâce à l'ensemble des contenus produits par le RVP et ses partenaires de diffusion ainsi qu'à la participation de la communauté, la campagne sur les réseaux sociaux a atteint un total de plus de **110 000 personnes** rejointes en portée totale et en impressions sur **Facebook** et **Twitter**.



Le comédien Martin Larocque prend la parole



Diffusion de la vidéo sur le sondage

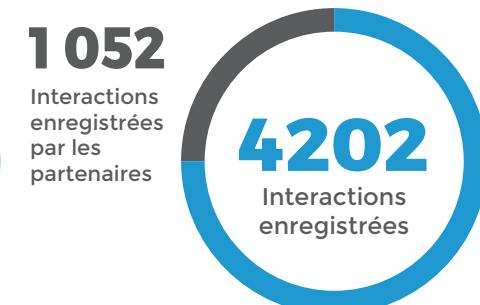
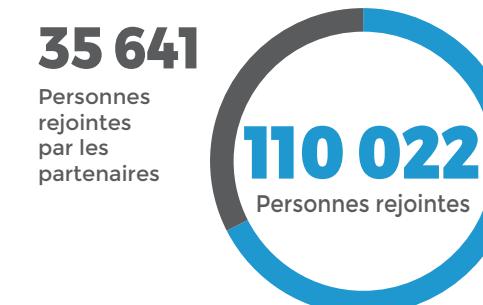
Martin Larocque, comédien, conférencier et père de 3 garçons, a enregistré deux capsules vidéos visant à mobiliser les acteurs du réseau communautaire et a participé à un Facebook Live suite au lancement. Les vidéos de M. Larocque ont ainsi rejoint plus de **18 000 personnes** sur les réseaux sociaux.



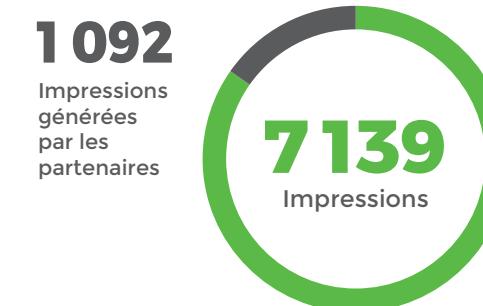
Diffusion Facebook Live du lancement

Grâce aux technologies MEVO et Facebook Live, le RVP a diffusé l'intégralité du lancement sur sa page Facebook. Cette diffusion a rejoint plus de **7 000 personnes** sur la plateforme.

LE RVP ET SES PARTENAIRES SUR FACEBOOK



LE RVP ET SES PARTENAIRES SUR TWITTER



Merci à nos partenaires de diffusion !

Le RVP a pu compter sur l'appui généreux de trois partenaires d'envergure afin de produire du contenu et d'augmenter la visibilité de l'événement et des résultats du sondage sur les réseaux sociaux et le Web. L'apport de nos partenaires a en effet permis d'augmenter de **plus de 33%** les retombées de la campagne.

OBSERVATOIRE des tout-petits



AVENIR D'ENFANTS
DES COMMUNAUTÉS ENGAGÉS



Projet spécial Un Père à la Hauteur

Pour la deuxième année consécutive, le RVP s'est associé aux parcs Arbraska du Québec afin d'offrir à des pères et à leurs enfants, une activité ludique à faible coût à l'occasion de la Fête des Pères et de la Semaine Québécoise de la Paternité.

ARBRASKA



La vidéo promotionnelle post-activité réalisée par le RVP, en collaboration avec Martin Larocque, a été diffusée sur les réseaux sociaux.

430 pères en enfants participent au projet dans 3 parcs **Arbraska** du Québec

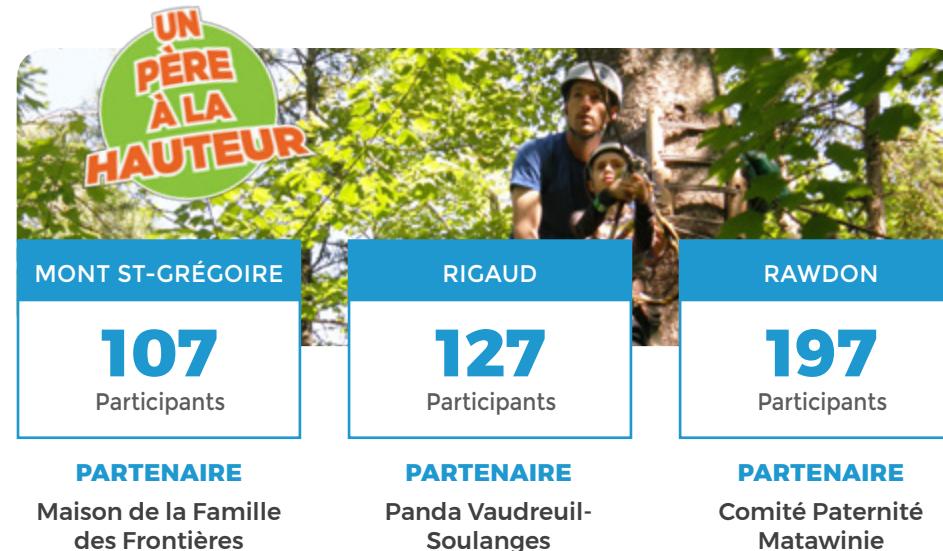
Le projet spécial *Un Père à la Hauteur*, fruit d'une entente entre le RVP et les parcs Arbraska du Québec, a été rendu possible grâce à la collaboration de partenaires du milieu communautaire dans chacun des parcs où l'activité a été présentée : le **Comité de Paternité Matawinie** pour Arbraska Rawdon, la **Maison de la Famille des Frontières** pour Arbraska Mont St-Grégoire et **Panda Vaudreuil-Soulanges** pour Arbraska Rigaud. Ainsi, un total de 430 pères et enfants ont participé à l'activité dans les 3 parcs Arbraska.

**Facebook Live avec
Martin Larocque**

Le comédien et conférencier Martin Larocque s'est joint à l'équipe du RVP le jour de l'événement afin d'animer un *Facebook Live* depuis le parc Arbraska du Mont St-Grégoire.

**Réalisation d'une
vidéo post-activité**

Grâce aux images captées lors du *Facebook Live* et pendant la tenue de l'activité au Mont St-Grégoire, le RVP a réalisé une vidéo promotionnelle de l'activité. Cette vidéo a été diffusée sur les réseaux sociaux et a rejoint plus de **11 000 personnes**.



La **5^e édition** de la Semaine Québécoise de la Paternité a été tenue grâce à un budget de **29 755\$**





PRENDRE LE **RELAIS**

POUR UNE FAMILLE GAGNANTE

Concilier famille et travail,
c'est aussi une affaire de pères !



Regroupement
pour la **Valorisation**
de la **Paternité**

1691 boul. Pie-IX, bureau 207,
Montréal, QC H1V 2C3
Tél.: 514-528-9227 | Fax : 514-272-4057

www.semainedelapaternite.org
www.rvpaternite.org