

# Fier d'être père



Regroupement  
pour la Valorisation  
de la Paternité

JUIN  
2019

Semaine Québécoise  
de la Paternité

## Rapport d'événement



Québec 

**CHSSN**  
Réseau communautaire de santé  
et de services sociaux



**AVENIR D'ENFANTS**  
DES COMMUNAUTÉS ENGAGÉES

# Table des matières

MOT DU DIRECTEUR GÉNÉRAL	01
CAMPAGNE FIER D'ÊTRE PÈRE	02
REVENdicATIONS DE LA CAMPAGNE	04
LANCEMENT ET MOBILISATION	06
ÉTUDE SUR LES PÈRES ANGLOPHONES DU QUÉBEC	08
INFLUENCEURS DE LA CAMPAGNE	10
WEB ET RÉSEAUX SOCIAUX	12
MÉDIAS TRADITIONNELS	14
PROJET SPÉCIAL	16
BUDGET	17

## Rapport de la Semaine Québécoise de la Paternité

**COORDINATION**  
Raymond Villeneuve

**RÉDACTION**  
Raymond Villeneuve  
Christian Bélanger  
Mathieu Gagné

**CONCEPTION GRAPHIQUE  
ET MISE EN PAGE**  
Christian Bélanger

**PHOTOS**  
Adobe Stock

**IMPRESSION**  
Marvart



Regroupement  
pour la Valorisation  
de la Paternité

7245 rue Clark, bureau 303,  
Montréal, QC H2R 2Y4  
Tel.: 514-528-9227  
www.rvpaternite.org



Raymond Villeneuve  
Directeur général

## Une nouvelle stratégie d'influence

La Semaine Québécoise de la Paternité évolue chaque année de manière à devenir de plus en plus pertinente socialement et performante. Ainsi, en 2017, la campagne *Concilier famille et travail; c'est aussi une affaire de pères !* rejoignait pour une première fois le grand public de manière significative grâce à la diffusion des résultats d'un sondage portant sur ce sujet. L'an dernier, en 2018, la campagne *Pères : parents à part entière !* avait également suscité des retombés médiatiques importantes à la suite de la diffusion d'un cahier de propositions de politiques publiques pour favoriser l'engagement des pères québécois auprès de leurs enfants.

Pour aller plus loin et permettre l'avènement d'un point de bascule de la société québécoise quant à la valorisation de la paternité et à son soutien, le RVP a décidé, en 2019, de cibler les pères eux-mêmes afin de rendre leur engagement plus visible et de les mobiliser. La campagne *Fier d'être père* a donc été créée en s'appuyant sur le sentiment que les pères disent ressentir le plus intensément selon un sondage réalisé auprès de 2000 pères québécois en décembre 2018.

La campagne de cette année était donc une campagne différente de celle des années précédentes qui nous a permis d'entrer en relation directement avec les pères, les mères et le grand public à l'aide d'une forte présence sur les réseaux sociaux. Les pères ont alors affiché leur fierté en diffusant un selfie d'eux-mêmes avec leurs enfants. La campagne était soutenue par la diffusion d'une série de revendications visant à soutenir l'engagement des pères québécois.

Le RVP est heureux de constater que cette stratégie lui a permis d'obtenir une portée-record pour son organisation de plus de 227,000 personnes et qu'elle a généré plus de 10,000 interactions quotidiennes. Une dizaine d'entrevues-radio ont été accordées, plusieurs articles ont été publiés et une lettre ouverte du RVP a été diffusée. De plus, pour une première fois, le RVP a fait traduire en anglais l'ensemble de ses contenus qu'il a diffusé grâce à un site Internet de campagne entièrement bilingue.

La campagne de la Semaine Québécoise de la Paternité 2019 a donc été une campagne nouveau-genre qui a permis au RVP d'explorer de manière concluante de nouvelles manières de faire. Nul doute que ces apprentissages renforceront la stratégie générale de communication du RVP et lui permettront d'agir encore davantage comme un influenceur social dont le but est de transformer la société québécoise pour le mieux-être des enfants et une plus grande égalité entre les mères et les pères.



# Campagne de la 7<sup>e</sup> édition de la Semaine Québécoise de la Paternité

Un sondage réalisé auprès de 2 000 pères en décembre 2018 indiquait que si la paternité est une expérience vécue positivement pour 98 % d'entre eux, la majorité (53 %) estime que l'implication des pères n'est pas valorisée au même titre que celle des mères. Huit pères sur dix disent souhaiter que les pères soient davantage encouragés à s'affirmer en tant que parents.

Face à cette volonté des pères de mettre en valeur leur rôle et l'importance de leur implication, le Regroupement pour la Valorisation de la Paternité (RVP) a mis sur pied une campagne visant à les mobiliser autour d'un projet de société inclusif, où pères et mères contribuent également au projet familial, à l'éducation et au bien-être des enfants, dans le respect de l'égalité entre les femmes et les hommes. Pour ce faire, le RVP a lancé un appel aux pères québécois les invitant à afficher leur fierté en inondant les réseaux sociaux de selfies d'eux et de leurs enfants en utilisant le mot clic #Fierdetrepere.

Au cours de cette 7<sup>e</sup> campagne, le regroupement a également élaboré et diffusé cinq ensembles de revendications concrètes s'adressant aux décideurs publics afin de promouvoir l'adaptation des politiques publiques et, ainsi, favoriser le développement de comportements plus égalitaires chez les nouveaux parents.

## La campagne se déploie dans la communauté anglophone

En partenariat avec *Community Health and Social Services Network* (CHSSN), le RVP a commandé une étude réalisée à partir d'un échantillon de 400 pères anglophones portant sur leurs besoins spécifiques. Cette étude a mis en lumière certaines vulnérabilités propres aux pères de la communauté anglophone. En effet, 3 pères anglophones sur 4 trouvent que les services publics ciblant les familles ne sont pas suffisamment adaptés à leurs réalités.

## Quelques éléments de contexte

L'étude réalisée auprès de 2000 pères permet de conclure que la norme sociale a changé à l'endroit des pères et que ceux-ci désirent une relation plus égalitaire avec l'autre parent. Les 4 statistiques ci-contre démontrent l'émergence de cette nouvelle norme sociale.

**87%**  
des pères estiment avoir toutes les habiletés nécessaires pour être un bon parent

**53%**  
estiment que l'implication des pères n'est pas valorisée au même titre que celle des mères

**“La fierté”**  
est le sentiment que les pères associent le plus fortement à leur rôle (4,7 sur une échelle de 5)

**80%**  
des pères aimeraient que les hommes soient davantage encouragés à s'affirmer en tant que pères



## Des revendications pour permettre aux pères de vivre pleinement leur expérience parentale

Afin d'appuyer ses propos dans le cadre de la campagne *Fier d'être père*, le Regroupement pour la Valorisation de la Paternité a rendu public lors du lancement de la Semaine Québécoise de la Paternité un fascicule proposant cinq ensembles de revendications. Ces ensembles ciblent des changements précis pouvant être apportés aux politiques publiques québécoises afin de valoriser davantage le rôle des pères québécois et de leur permettre de vivre pleinement leur expérience parentale.

### Revendication #1

Être #Fierdetrepere, c'est revendiquer le droit d'être impliqué et d'avoir un rôle à jouer dès les premiers instants de la grossesse, dans la perspective de pouvoir participer pleinement à toutes les étapes du projet familial, y compris avant que celui-ci ne se concrétise.

Reconnaître aux pères le droit de vivre une expérience parentale pleinement satisfaisante, c'est aussi :

Offrir des cours de préparation à la naissance intégrant pleinement les pères, le couple et le... devenir parent !

Offrir un suivi post-natal intégrant pleinement les pères, tant dans les services de la communauté que de ceux du réseau public.

Considérer le père comme un futur parent et non pas simplement comme le partenaire de la mère qui est enceinte.

Former les intervenants et les gestionnaires aux besoins des pères et développer des indicateurs de résultat intégrant les pères.

### Revendication #2

Être #Fierdetrepere, c'est réclamer l'accès à un congé parental suffisamment long et flexible pour pouvoir non seulement soutenir la mère en relevailles et le reste de la famille, mais aussi passer du temps avec le nouveau-né afin de développer le lien d'attachement.

Offrir un meilleur accès au congé parental pour les pères, cela signifie :

Calculer les prestations sur la base du revenu familial plutôt que sur le revenu individuel de chaque conjoint, afin d'éviter que ce soit les écarts de revenus qui dictent le choix des parents.

Permettre la prise du congé parental par les mères et les pères sur une période de deux ans suivant la naissance de l'enfant (plutôt qu'un an comme c'est le cas actuellement).

Allonger à 8 semaines (plutôt que les 5 actuellement offertes) le congé parental réservé aux pères.

Offrir la possibilité de constituer une banque de congés avec les prestations non versées (jusqu'à 10 jours).

Créer des prestations exclusives pour les pères et mères adoptants.

### Revendication #3

Être #Fierdetrepere, c'est revendiquer la possibilité de concilier ses responsabilités familiales avec ses responsabilités professionnelles sans subir de jugement ou de préjugés sur la base du genre.

Une société qui prend les moyens pour assurer aux pères et aux mères les mêmes possibilités de conciliation famille-travail est une société qui :

Sensibilise l'ensemble du monde du travail à l'importance d'adopter une culture reconnaissant aux pères le même accès à la conciliation famille-travail qu'aux mères.

Intègre minimalement 5 congés payés pour obligation familiale dans la Loi sur les normes du travail.

Met en place des stratégies particulières pour accompagner les milieux majoritairement masculins dans la modernisation de leurs pratiques.

Modifie la Charte des droits et libertés de la personne pour que le Québec ne soit plus la seule province au Canada à ne pas considérer la situation familiale comme motif de discrimination prohibé par la loi.

### Revendication #4

Être #Fierdetrepere, c'est affirmer l'importance que notre réalité et notre apport spécifique en tant que père soient pleinement compris et pris en considération dans les secteurs de la santé et des services sociaux, de l'éducation et des services aux familles, et que les responsables de ces services s'adressent autant à eux qu'aux mères.

Pour ce faire, il faut :

Financer adéquatement les services aux pères en difficulté.

S'assurer de bien rejoindre les familles dirigées par des pères monoparentaux, ce qui représentent 25 % de ce type de familles.

S'assurer que les informations dans les formulaires gouvernementaux portant sur les mères ET les pères puissent être colligées (niveau de scolarité du parent, monoparentalité, etc.).

Adapter les services à la Famille pour qu'ils rejoignent aussi les pères et qu'ils soient adaptés à leurs réalités.

Corriger la déclaration de naissance pour en retirer le concept d'autre parent.

S'assurer que les données des grandes études sur la famille portant sur les pères soient toujours compilées au même titre que celles sur les mères.

### Revendication #5

Être #Fierdetrepere, c'est réclamer, en cas de séparation, la possibilité de maintenir le lien avec son enfant et ce, dans le meilleur intérêt de celui-ci et dans le respect des droits de la conjointe ou du conjoint.

Favoriser le maintien du lien père-enfant après la séparation, cela implique de :

Tenir compte des réalités différenciées des pères dans la réforme du Droit de la Famille.

Accroître l'accessibilité au système de justice par des mesures concrètes telles que : la diffusion d'information juridique, la promotion accrue de l'existence des Centres de justice de proximité, l'accès à 10 heures gratuites de médiation plutôt que 5 ainsi que la hausse des seuils d'admissibilité à l'aide juridique.

Produire systématiquement des données genrées pour bien comprendre les parcours des mères et des pères dans le système judiciaire en matière familiale.

Ajouter une disposition dans le Code civil du Québec à l'effet que, lorsque les capacités parentales des deux parents sont établies, la garde partagée doit être envisagée sérieusement, et cela, en tenant compte de l'intérêt de l'enfant.



# Lancement de la 7<sup>e</sup> édition au stade Olympique de Montréal

Près d’une centaine de pères, de mères et d’enfants ont assisté au lancement de la 7<sup>e</sup> édition de la Semaine Québécoise de la Paternité au stade Olympique de Montréal. Au cours de ce rassemblement, les revendications de la campagne pour des politiques publiques favorables à un plus grand engagement des pères ont été présentées au moyen d’un jeu questionnaire ludique auquel 8 pères ont participé. Le rassemblement s’est terminé par un spectacle de magie pour le plaisir des familles présentes.



## Vidéo du ministre de la Famille

À l’occasion du lancement, le ministre de la Famille, M. Mathieu Lacombe, a adressé aux participants une vidéo dans laquelle il insiste sur la nécessité d’encourager les pères à s’affirmer davantage dans leur rôle.

“ Vous pouvez être certains que vous avez un allié au gouvernement pour que les pères prennent davantage leur place et je vous dirais que lors qu’un papa prend sa place, tout le monde en bénéficie. On le fait déjà, on le fait déjà beaucoup plus que par les décennies passées, mais je pense qu’il reste encore du travail à faire. [...] Quand on encourage les pères à prendre leurs responsabilités, quand on leur donne les outils pour le faire, ça permet aux mamans d’intégrer davantage le marché du travail et de se libérer un peu de cette charge mentale dont on parle si souvent. ”

# Des initiatives présentées au Cameroun !

L’organisation Ladies Care International au Cameroun a présenté 4 initiatives inspirées des événements ayant lieu au Québec et mettant les pères à l’honneur. L’organisation a inscrit ces initiatives dans le cadre de la Semaine Québécoise de la Paternité et convie les camerounais à se mobiliser pour une Semaine nationale de la paternité camerounaise.



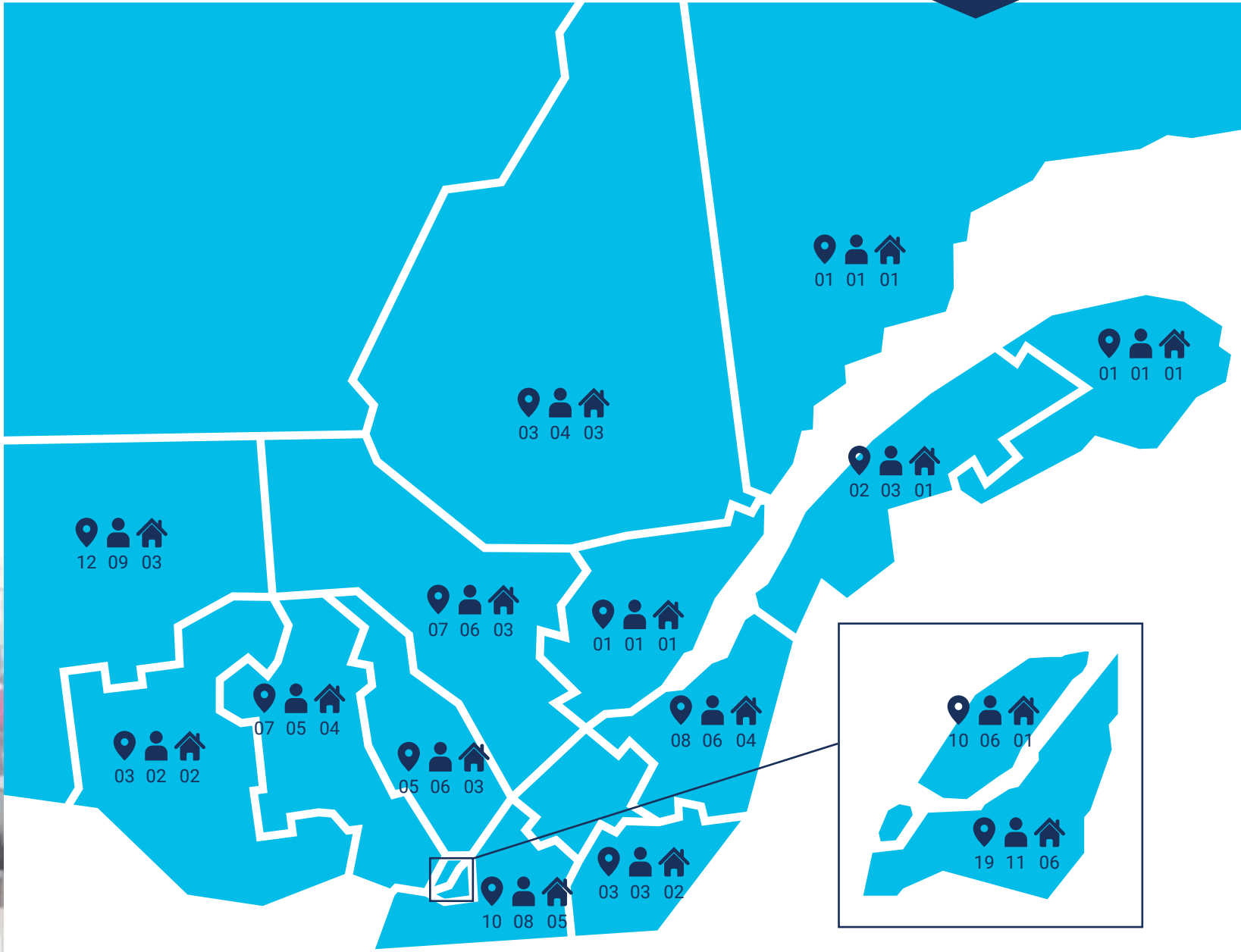
# Mobilisation : 96 initiatives présentées dans 15 régions du Québec... et à l’étranger!

La 7<sup>e</sup> édition de la Semaine Québécoise de la Paternité a mobilisé plus de 70 partenaires dans 15 régions du Québec et à l’étranger, ce qui a permis de présenter 96 initiatives ayant lieu dans plus de 40 villes et arrondissements.

 Nombre d’initiatives

 Nombre de partenaires

 Nombre de villes





# Les pères québécois d’expression anglophone exposés à davantage de vulnérabilités

Community Health and Social Services Network (CHSSN) et le Regroupement pour la Valorisation de la Paternité (RVP) ont analysé les réponses provenant d’un échantillon de 400 pères anglophones vivant au Québec et provenant de la récente étude *La paternité au Québec : un état des lieux* afin de faire la lumière sur les réalités et les besoins de ces pères.

D’entrée de jeu, le résultat le plus frappant qui ressort de cette analyse est que trois pères anglophones sur quatre (74%) estiment que les services publics offerts aux enfants et aux parents (par exemple, CLSC, hôpital, clinique de médecin, école, services de garde, etc.) ne tiennent pas suffisamment compte des réalités propres aux pères anglophones. L’étude révèle également que les pères anglophones vivent davantage de stress, ont plus de difficulté à s’adapter à leur rôle de père, doutent plus fortement de leurs habiletés parentales et se sentent moins à l’aise dans leur rôle de père. Ils ont davantage recours aux services des organismes communautaires et affichent un intérêt plus marqué pour de l’information et des services en lien avec leurs responsabilités parentales.

Des éléments plus positifs ressortent également de l’analyse, notamment la culture des communautés anglophones semble valoriser plus naturellement l’engagement et la participation des pères. Comparativement à leurs homologues francophones, les pères anglophones ont le sentiment que la paternité est davantage valorisée dans la société, retirent plus de satisfaction à faire des activités avec leurs enfants, avec ou sans la mère, sont plus fréquemment en contact avec d’autres pères et ont souvent eux-mêmes entretenu une meilleure relation avec leur propre père à l’enfance et à l’adolescence.



## Quelques données-clés du sondage

EXPOSÉS À DES VULNÉRABILITÉS PARTICULIÈRES	PÈRES ANGLOPHONES	PÈRES FRANCOPHONES
La paternité est une source de stress	3,2 sur 5	3,0 sur 5
Bien éduquer, enseigner les bonnes choses aux enfants est un défi	25 %	18 %
Adaptation à la paternité plutôt ou très difficile	34 %	22 %
Temps d’adaptation à la paternité : quelques mois ou plus	30 %	18 %
Apprentissage du rôle de père plutôt ou très difficile	25 %	18 %
Ne croit pas avoir toutes les habiletés pour être un bon père	13 %	9 %
Difficile de savoir s’il agit correctement avec les enfants	52 %	42 %
Éducation qu’il donne à ses enfants n’est pas à la hauteur de ses exigences personnelles	14 %	10 %
Ne se sent pas tout à fait à l’aise dans son rôle de père	16 %	8 %
Période de la petite enfance difficile (0-3 mois, 3 mois-1 an, 1-2 ans)	23 % à 38 %	17 % à 34 %
Bénéficie toujours ou parfois de l’aide d’autres membres de la famille	58 %	22 %
Utilise les services des organismes communautaires	30 %	20 %
Intérêt pour de l’information ou des services (12 items)	2,9 à 3,5 sur 5	2,7 à 3,2 sur 5
Intéressé à lire davantage sur la parentalité si c’était fait pour les pères	66 %	57 %

CULTURE QUI VALORISE L’IMPLICATION PATERNELLE		
Joue, faire des activités en famille est une source de satisfaction importante	34 %	27 %
Joue, fait des activités avec les enfants sans la mère est une source de satisfaction importante	21 %	14 %
Modèle parental : leur père	58 %	51 %
Modèle parental : leur mère	45 %	38 %
Modèle parental : des enseignants	10 %	4 %
Relation avec le père très bonne ou plutôt bonne à l’enfance	38 %	31 %
Relation avec le père très bonne ou plutôt bonne à l’adolescence	26 %	21 %
Implication du père valorisée dans la société au même titre que celle de la mère	60 %	36 %
Souhaiterait discuter plus souvent avec d’autres pères	54 %	46 %
Font souvent/parfois des activités père-enfant avec d’autres pères	59 %	44 %
Souhaiterait faire plus souvent des activités père-enfant avec d’autres pères	71 %	58 %

DES RÔLES PLUS TRADITIONNELS		
Famille intacte (ou nucléaire)	76 %	71 %
Faire équipe avec l’autre parent peu ou pas du tout important	12 %	5 %
S’entend parfois/rarement avec l’autre parent	27 %	23 %
L’autre parent le critique souvent/parfois	32 %	24 %



## Des personnalités publiques et des pères agissent comme influenceurs sur les réseaux sociaux

De nombreux pères, dont quelques personnalités publiques, ont répondu à l'appel à la mobilisation lancé par le RVP dans le cadre de la campagne. Nous remercions Normand D'Amour, Martin Juneau, Steve Gagnon, Jean-François Baril et Martin Vachon d'avoir participé à l'événement en affichant leur fierté d'être papa !

## Quelques citations de papas...

*Je suis #fierdetrepere et je suis fier d'être aussi beau-père. Quatre beaux enfants qui remplissent nos journées de bonheur.*

- Martin Houle, papa et beau-papa

*Ce que j'adore d'être papa, c'est quand mes enfants me racontent leurs bons coups, la fierté qu'ils ont me remplit les yeux d'émotions!*

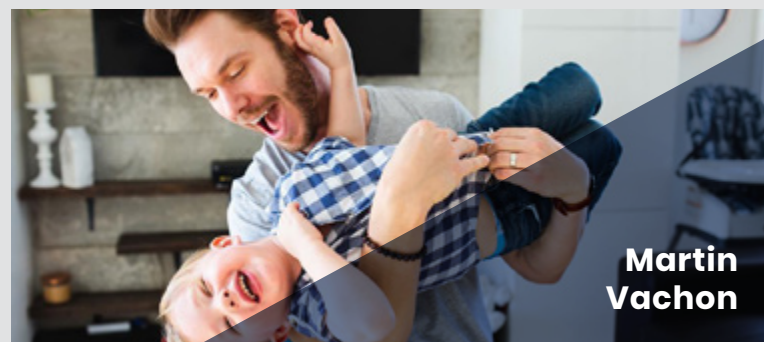
- Simon, papa de Mélodie et Charles

*À tous les jours, je suis fier d'être le père de ces merveilleux enfants!*

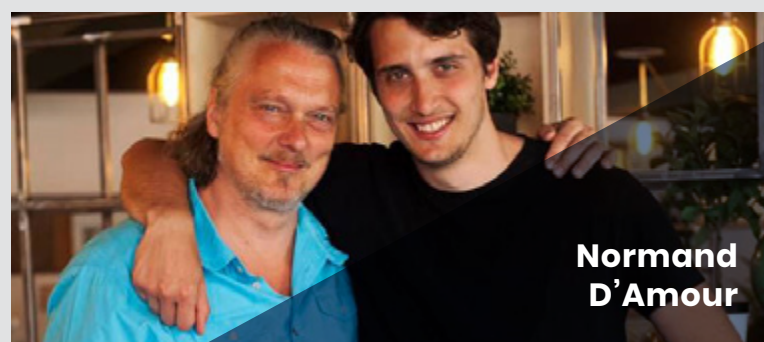
- Nicolas Pelletier

*Les moments passés avec mes enfants sont remplis de bonheur. Leur vivacité d'esprit, leur créativité et leur imagination sans bornes m'épatent à chaque fois! Même s'ils sont tout jeunes, je suis tellement fier de ce qu'ils deviennent!*

- Stéphane Marsan, papa de Logan, Liam et Lucas



Martin Vachon



Normand D'Amour



Steve Gagnon

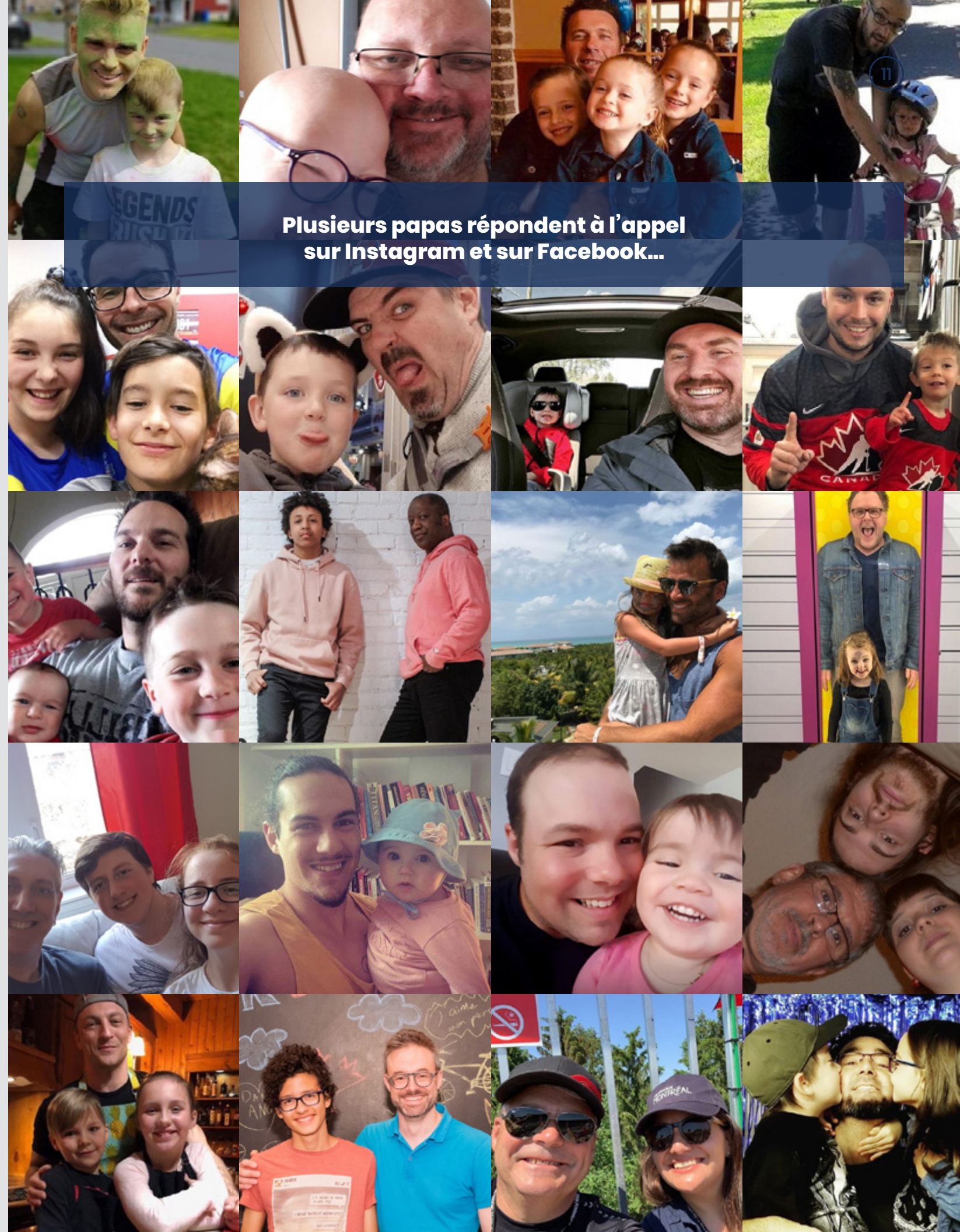


Martin Juneau



Jean-François Baril

Plusieurs papas répondent à l'appel sur Instagram et sur Facebook...

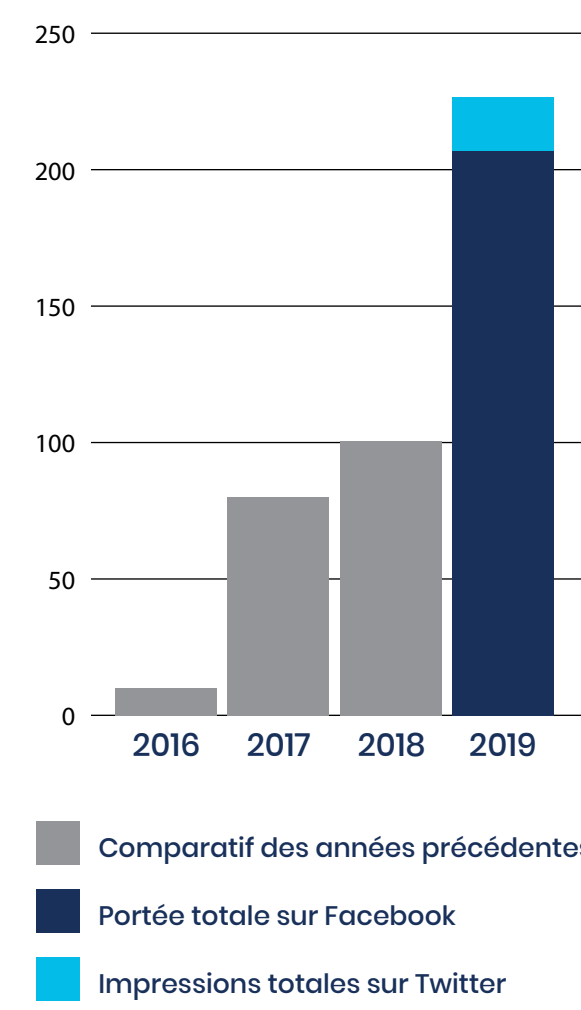




# Des retombées sans précédent sur les réseaux sociaux et sur le Web

Grâce à l’expertise de la firme Rézo, la stratégie de mobilisation de la campagne a obtenu un succès sans précédent sur les réseaux sociaux et sur le Web donnant ainsi à l’événement une visibilité accrue. La portée totale combinant la portée obtenue sur Facebook et les impressions générées sur Twitter dépasse les 227 000 personnes rejointes. Ceci représente une augmentation de 116% par rapport au nombre rejoint en 2018. Le RVP a également profité de la campagne pour créer un compte Instagram et ainsi ajouter un nouvel outil à ses moyens de communication électronique.

# Évolution de la portée totale des campagnes sur Facebook et Twitter



# Présence sur le Web

Le site Web de la Semaine Québécoise de la Paternité et le site Web du RVP ont enregistré un total de 8 600 vues de pages et ont rejoint 2 900 utilisateurs uniques.

**227 k**  
Utilisateurs rejoints sur Facebook et sur Twitter

**10 k**  
Interactions générées sur Facebook et sur Twitter

**2,9 k**  
Utilisateurs uniques rejoints sur le Web

**135 k**  
Portée organique

**72 k**  
Portée payée

**9 k**  
Utilisateurs engagés

**6,1%**  
Taux d'engagement moyen des utilisateurs

**21 k**  
Impressions totales

**396**  
Engagement total

**1,5 k**  
Portée des publications

**426**  
Interactions générées

**31%** d'augmentation du nombre d'adeptes Facebook au cours de la campagne (19 mai au 16 juin)

# Diffusion des cinq ensembles de revendications sur les réseaux sociaux

Revendication #1

Être #fiordstrepars, c'est revendiquer le droit d'être impliqués et d'avoir un rôle à jouer dès les premiers instants de la grossesse, dans la perspective de pouvoir participer pleinement à toutes les étapes du projet familial, y compris, avant qu'il n'y ait de la concrétisation.

Reconnaître aux pères le droit de vivre une expérience parentale pleinement satisfaisante, s'est avéré :

- Offrir des cours de préparation à la naissance intégrant pleinement les pères, le couple et les deux parents.
- Offrir un suivi post-natal intégrant pleinement les pères, tant dans les services de la communauté que de ceux du réseau public.
- Considérer le père comme un futur parent et non pas simplement comme le partenaire de la mère, qu'il est souvent.
- Former les intervenants et les professionnelles aux besoins des pères et développer des interventions de soutien intégrant les pères.

Revendication #2

Être #fiordstrepars, c'est réclamer l'accès à un congé parental suffisamment long et flexible pour pouvoir non seulement soutenir la mère en réajustant et la route de la famille, mais aussi passer du temps avec le nouveau-né afin de développer le lien d'attachement.

Offrir un meilleur accès au congé parental pour les pères, c'est signifier :

- Calculer les prestations sur la base du revenu familial plutôt que sur le revenu individuel de chaque parent, afin d'éviter que le seul des parents qui a le revenu le plus élevé ne soit le seul à bénéficier du congé parental.
- Permettre la prise de congé parental par les pères pendant une période de deux ans suivant la naissance de l'enfant (plutôt qu'un an comme c'est le cas actuellement).
- Adopter à 8 semaines (plutôt que les 5 semaines actuelles) la durée de congé parental réservée aux pères.
- Offrir la possibilité de prolonger une période de congé parental non rémunérée (jusqu'à 10 jours).
- Offrir des prestations distinctes pour les pères et mères adoptifs.

Revendication #3

Être #fiordstrepars, c'est revendiquer la possibilité de concilier ses responsabilités familiales avec ses responsabilités professionnelles sans subir de jugement ou de préjugés sur la base du genre.

Une société qui prend les moyens pour assurer aux pères et aux mères les mêmes possibilités de conciliation famille-travail est une société qui :

- Sensibilise l'ensemble du monde du travail à l'importance d'adopter une culture respectant aux pères le même accès à la conciliation famille-travail qu'aux mères.
- Mit en place des stratégies particulières pour accompagner les pères, notamment masculins, dans la modernisation de leurs pratiques.
- Intègre pleinement les pères dans les services sociaux, de l'éducation et des services aux familles, et que les responsables de ces services s'adressent autant à eux qu'aux mères.
- Modifie le Code des droits et libertés de la personne pour que le Québec ne soit plus la seule province au Canada à ne pas considérer la situation familiale comme motif de discrimination prohibé par la loi.

Revendication #4

Être #fiordstrepars, c'est offrir l'importance que notre réalité et notre apport spécifique en tant que père soient pleinement compris et pris en considération dans les processus de la santé et des services sociaux, de l'éducation et des services aux familles, et que les responsables de ces services s'adressent autant à eux qu'aux mères.

Pour ce faire, il faut :

- Financer adéquatement les services aux pères en difficulté.
- S'assurer que les données sur les familles dirigées par des pères monoparentaux, ce qui représente 25 % de ce type de familles.
- Adapter les services à la famille pour qu'ils répondent aussi aux pères et qu'ils soient adaptés à leurs réalités.
- Configurer la déclaration de naissance pour en retirer le concept d'« père parent ».
- S'assurer que les données des grandes études sur la famille portant sur les pères soient toujours compilées au même titre que celles sur les mères.

Revendication #5

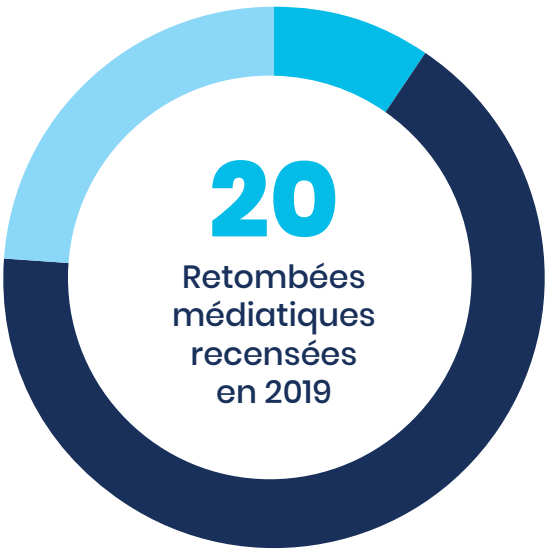
Favoriser la maintien du lien père-enfant après la séparation, c'est impliquer de :

- Faire connaître des réalités différentes des pères dans le cadre du Code de la famille.
- Accroître l'accessibilité au système de justice par des mesures concrètes telles que la diffusion d'informations juridiques, la présence des Centres de justice de proximité, l'accès à 10 heures gratuites de médiation plutôt que 5 heures que la hausse des coûts d'accessibilité à l'aide juridique.
- Produire systématiquement des données genrées pour bien comprendre les besoins des mères et des pères dans le système judiciaire en matière familiale.
- Ajouter une disposition dans le Code de la famille qui vise à évaluer les capacités parentales des deux parents avant d'ordonner la garde partagée, et cela, en tenant compte de l'intérêt de l'enfant.



# Des retombées significatives à la télé et à la radio

Grâce à sa stratégie misant sur des influenceurs, le RVP a pu compter notamment sur la participation de Jean-François Baril, qui a décidé de parler de l'importance du rôle des pères sur les ondes de Salut, bonjour! La campagne a également capté l'intérêt de nombreuses radios des régions du Québec menant le temps d'antenne obtenu par la campagne à la radio et à la télévision à plus de 128 minutes. Le RVP a également obtenu la diffusion d'une lettre d'opinion dans les journaux Le Soleil et Le Nouvelliste. L'audience ainsi rejointe par les médias est évaluée à plus de 400 000 personnes.



- Retombées à la télé
- Retombées à la radio
- Retombées dans la presse écrite

400 k

Audience estimée

128

minutes de temps d'antenne à la radio et à la télévision



leNouvelliste

leSoleil



Jean-François Baril parle de la Semaine Québécoise de la Paternité et de l'importance du rôle des pères à l'émission Salut Bonjour sur les ondes de TVA.

## TÉLÉVISION

2019-06-05	TVRM	TV Mag en direct
2019-06-04	TVA	Salut Bonjour - Jean-François Baril présente 5 choses à savoir sur l'importance du rôle du père

## RADIO

2019-06-17	KYX 95,7 FM	Le retour de Courchesne
2019-06-15	Ici Première	La nature selon Boucar
2019-06-13	COOL FM	St-George - Dans la mêlée
2019-06-12	Ici Radio-Canada	Sur le vif - L'engagement du père en 2019, plus essentiel que jamais
2019-06-12	Radio-Canada Sherbrooke	Par ici l'info
2019-06-11	CIEU FM	
2019-06-11	Radio-Canada Saguenay	Y a des matins
2019-06-11	CKRL 89.1 FM	Les matins éphémères
2019-06-11	CIEU FM	Carleton-sur-Mer
2019-06-10	107,7 FM Estrie	Midi actualité avec Martin Pelletier
2019-06-07	ICI Première Saguenay-Lac-St-Jean	Style Libre
2019-06-05	CJSO 101.7 FM	On a des choses à dire
2019-05-28	106.9 FM	Que la Mauricie se lève

## PRESSE ÉCRITE

2019-06-16	Radio-Canada Abitibi	St-Eugène-de-Guigues accueille une course de boîte à savon
2019-06-15	Le Nouvelliste	Papas, montrez-vous!
2019-06-15	Le Soleil	Papas, montrez-vous!
2019-06-04	Journal de Montréal	5 choses à savoir sur l'importance du rôle du père
2019-06	Magazine Liberté	Place aux pères (pp.7-6)



# 592 pères et enfants participent au projet spécial Pères à la hauteur

Le matin de la Fête des Pères, 592 pères et enfants ont vécu de beaux moments, grâce à la collaboration de la compagnie Arbraska, en participant au projet *Pères à la hauteur*. L'activité s'est déroulée dans huit parcs du Québec et a permis aux papas et à leurs enfants de vivre des moments uniques remplis d'aventure !

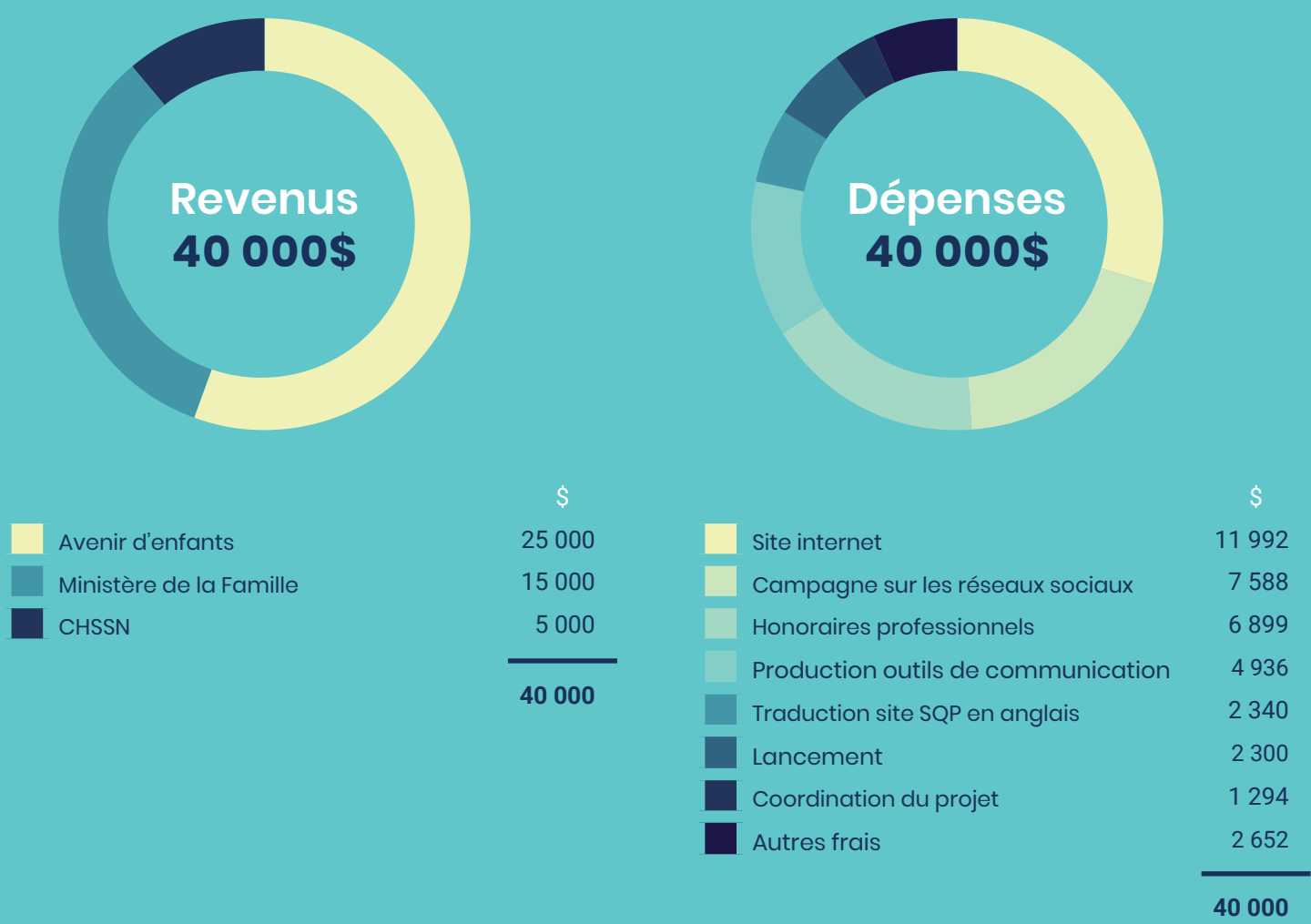


## 17 partenaires participent au projet

Nom du parc		Organisme
Laflèche	Arbraska	Donne-toi une chance, Gatineau
Mirabel	D'Arbre en Arbre	Maison Pause-parent, St-Jérôme
Mont St-Grégoire	Arbraska	Maison de la Famille des Frontières Bedford, Maison de la Famille de Cowansville Région, Rame Sherbrooke
Rawdon	Arbraska	Comité de Paternité Matawinie, Rawdon
Rawdon	Village Arbre-en-Ciel	Comité de Paternité Matawinie, Rawdon
Rigaud	Arbraska	Maison de la Famille de Vaudreuil-Soulanges, Saint-Zotique
Rigaud	Arbre-en-Ciel	Maison de la Famille de Vaudreuil-Soulanges, Saint-Zotique
Rouyn-Noranda	D'arbre en Arbre	Centre intégré de santé et de services sociaux de l'Abitibi-Témiscamingue, Amos et CLSC de Rouyn-Noranda

## Budget de la 7<sup>e</sup> édition

Le RVP tient à remercier Avenir d'enfants, le ministère de la Famille ainsi que *Community Health and Social Services Network* (CHSSN) pour leur soutien financier à la campagne Fier d'être père.







Regroupement  
pour la Valorisation  
de la Paternité

Fier promoteur de la Semaine  
Québécoise de la Paternité

---

**[www.rvpaternite.org](http://www.rvpaternite.org)**