

Semaine Québécoise
DE LA Paternité
FIER DETRE PERE.CA

**DU 15
AU 21 JUIN
2020**

ENSEMBLE, SOUTENONS L'ENGAGEMENT DES PÈRES



RAPPORT DE L'ÉVÉNEMENT

Stratégie de communication

COORDINATION
Raymond Villeneuve
Line Nadeau

RÉDACTION
Raymond Villeneuve
Christian Bélanger

RÉVISION ET CORRECTION
Nathalie Jalabert

GRAPHISME ET MISE EN PAGE
Christian Bélanger

CRÉDIT PHOTO
Adobe Stock



Regroupement
pour la Valorisation
de la Paternité

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

01. PRODUCTION DE CONTENU : SONDAGE

TRAVAIL D'ÉQUIPE
DES PARENTS

PAGE 4

DÉTRESSE PSYCHOLOGIQUE
DES PARENTS

PAGE 8

02. ACTIVITÉS DE DIFFUSION

MOBILISATION
DES PARTENAIRES

PAGE 10

CAMPAGNE SUR LES
RÉSEAUX SOCIAUX

PAGE 12

PRÉSENTATION
D'UN FACEBOOK LIVE

PAGE 14

CAMPAGNE
DANS LES MÉDIAS

PAGE 16

03. RÉSULTATS OBTENUS

MÉDIAS SOCIAUX, WEB
ET COURRIELS

PAGE 18

MÉDIAS
TRADITIONNELS

PAGE 20

Une campagne 100 % web pour soutenir l'engagement des pères



#FIERDETREPERE

Raymond Villeneuve
Directeur général
Regroupement pour la Valorisation
de la Paternité

Le RVP est fier de la campagne de la Semaine Québécoise de la Paternité 2020 puisqu'elle a entraîné des retombées record pour cet événement. Nous attribuons ce résultat à un thème rassembleur (Ensemble, soutenons l'engagement des pères), une adaptation réussie au contexte de la COVID-19 et une stratégie de communication intégrée qui a transmis nos messages clés d'une manière structurée et performante vers nos différents auditoires.

Le RVP est convaincu que la paternité n'est pas qu'une affaire de pères. Pour nous, l'engagement paternel concerne les pères, les mères, les enfants, leur entourage, les services d'aide à la famille et les instances publiques qui les soutiennent. C'est donc une affaire de société et c'est pour cette raison que le thème de cette année était : *Ensemble, soutenons l'engagement des pères*. Et pour traiter de ce "Ensemble" de la façon la plus concrète possible, nous avons choisi de mettre la coparentalité au cœur de notre campagne.

La crise sanitaire de la COVID-19 nous a forcé à repenser entièrement notre façon de promouvoir notre campagne qui, habituellement, était centrée sur un lancement en présentiel et une centaine d'activités offertes par nos partenaires dans toutes les régions du Québec. Comme cela n'était plus possible, nous avons tout remis sur la table à dessin et nous avons imaginé une campagne 100 % web centrée autour de deux grands pôles : la diffusion sur le web des résultats d'un grand sondage SOM exclusif sur la coparentalité et la présentation d'un Facebook Live sur le vécu des parents, pères et mères, animé par le porte-parole de l'événement, Jonathan Roberge; un papa bien connu sur les réseaux sociaux, notamment pour ses webséries *Fiston* et *Papa*.

Une fois cela établi, nous avons intégré nos activités dans une stratégie de communication basée sur la production d'un contenu original (sondage), diffusé par des activités performantes (mobilisation des partenaires, campagne sur les réseaux sociaux, campagne médiatique et Facebook Live) pour rejoindre nos différents auditoires (partenaires, décideurs, familles et médias). Le présent rapport vous permettra de prendre connaissance des retombées significatives de la campagne.

Le RVP tient à remercier, du fond du cœur : le nouveau porte-parole de l'événement, Jonathan Roberge, les partenaires financiers de la campagne de cette année (Avenir d'enfants, la Fondation Lucie et André Chagnon, l'Observatoire des tout-petits, Naître et grandir et Community Health and Social Services Network (CHSSN)), les membres du comité scientifique du sondage sur la coparentalité (voir liste en page 22) ainsi que tous ceux et celles qui ont répondu aux appels à l'action sur les réseaux sociaux.

Le RVP a présenté, en 2020, la campagne de la Semaine Québécoise de la Paternité la plus performante à ce jour, et il a réalisé des apprentissages importants sur le plan du déploiement de ses activités de communication. Fort de ce succès, notre regroupement travaillera d'arrache-pied au cours des prochaines années pour amener, de manière récurrente, la paternité et la coparentalité dans l'espace public, et ainsi contribuer à faire évoluer la norme sociale vers une parentalité de plus en plus égalitaire.

01.

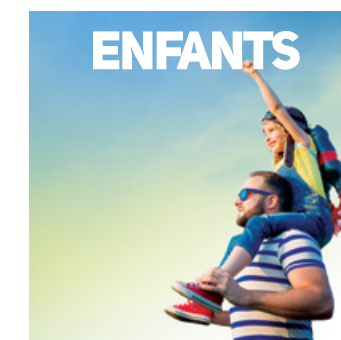
PRODUCTION DE CONTENU

.1

Travail d'équipe des parents

Pour soutenir la campagne de la Semaine Québécoise de la Paternité, le RVP a conçu un grand sondage sur la coparentalité afin de mieux comprendre de quelle manière se vit le *ensemble* au sein des familles du Québec. Selon ce sondage, réalisé par la firme SOM, du 22 mai au 2 juin 2020 auprès de 1 040 pères et 1 075 mères, la situation de la COVID-19 aurait amené des changements au travail d'équipe des parents – ce qu'on appelle la coparentalité – dans plus de la moitié des familles sondées. Ces changements sont jugés positifs, de manière générale, par 39% des familles mais ce pourcentage s'accroît pour plusieurs éléments comme le temps passé auprès des enfants ou la relation avec ceux-ci.

PROPORTION DES PARENTS RAPPORTANT UN CHANGEMENT CAUSÉ PAR LE CONFINEMENT



ENFANTS

Temps passé
auprès
de mes enfants

😊 67%
😞 10%

Ma relation
avec mes enfants

😊 47%
😞 10%

Compréhension
des besoins
de mes enfants

😊 41%
😞 6%



COPARENTS

Mon empathie et
ma compréhension
du coparent

😊 29%
😞 6%

Notre partage
des tâches
lié aux enfants

😊 28%
😞 18%

Notre
communication
entre coparents

😊 25%
😞 12%



SOCIÉTÉ

Le soutien
de mon employeur

😊 32%
😞 9%

Ma perception
de mon rôle de père
ou de mère

😊 29%
😞 10%

LÉGENDE



Changement
positif

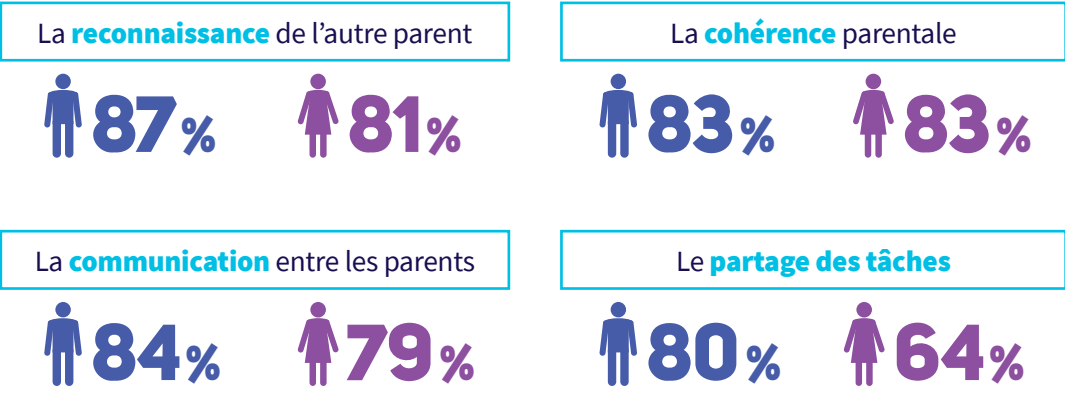


Changement
négatif

LES INGRÉDIENTS D'UNE COPARENTALITÉ RÉUSSIE

Proportion des pères et des mères satisfaits de leurs pratiques coparentales

Les pratiques coparentales positives se fondent sur quatre principes : la communication entre les parents, la reconnaissance de l'apport de l'autre, la cohérence parentale et le partage des tâches. Sur les trois premiers aspects, le sondage indique qu'entre 81 % et 84 % des parents sont satisfaits. Quant au partage des tâches, ce sont environ près des trois quarts des parents (72 %) qui se disent satisfaits.

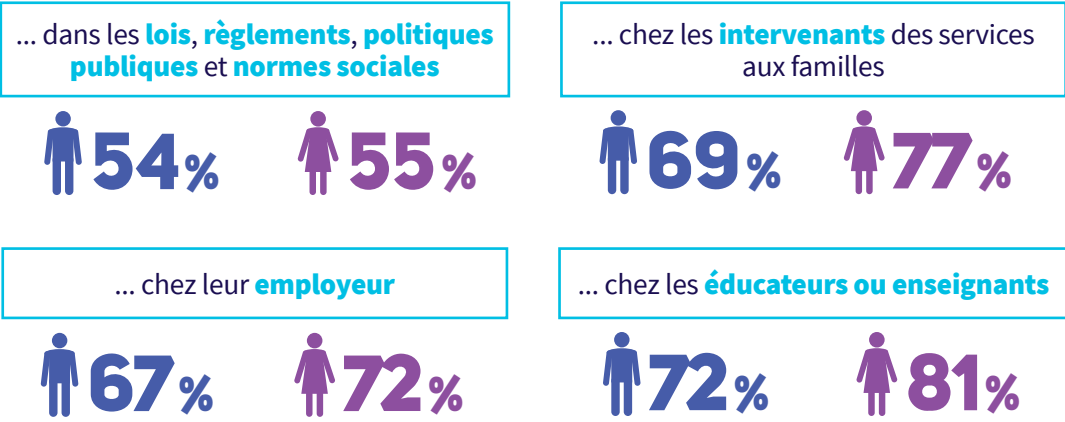


LES CONDITIONS SOCIÉTALES NE FAVORISENT CEPENDANT PAS LES PÈRES AUTANT QUE LES MÈRES

Proportion des pères et des mères percevant une valorisation égale des deux rôles ...

Les conditions sociétales valorisent inégalement le rôle des pères et des mères. Selon seulement 54 % des pères et 55 % des mères, par exemple, les lois, règlements, politiques publiques et normes sociales valorisent autant le rôle des pères que des mères.

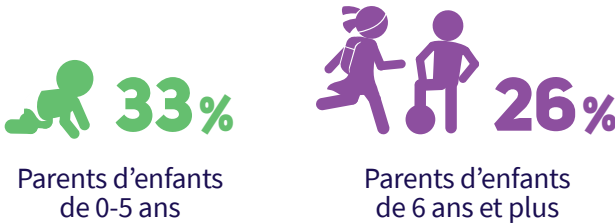
Dans toutes les sphères de la société, les pères sont moins nombreux que les mères à percevoir une valorisation égale des rôles.



LES PARENTS D'ENFANTS DE 0-5 ANS ONT DES ATTENTES PLUS ÉLEVÉES EN LIEN AVEC LA COPARENTALITÉ

Plusieurs résultats du sondage laissent entrevoir une attitude franchement favorable à une coparentalité plus égalitaire chez les parents de jeunes enfants de 5 ans et moins, qui pour la plupart appartiennent à la génération des millénariaux. Au-delà de leurs propres comportements, ils se montrent plus critiques envers les lois, règlements et politiques publiques qui ne valorisent pas le rôle des pères et des mères de façon égale et sont plus nombreux à expérimenter des changements positifs à leur coparentalité dans le contexte du confinement. Surtout, ils sont ceux qui, dans la plus forte proportion, indiquent que cette situation amène chez eux des attentes plus élevées envers les conditions sociétales qui favorisent la coparentalité (33 % contre 26 % chez les parents plus vieux). En se projetant vers l'avant, il est tentant de croire que cette génération pourrait être celle qui exige que l'on donne toutes les conditions aux pères et aux mères de vivre pleinement leur expérience parentale, pour le meilleur développement de leurs enfants et le bien-être de leur famille, dans une perspective d'égalité entre les femmes et les hommes.

Proportion des parents dont les attentes sont plus élevées face aux conditions sociales ou aux ressources disponibles favorisant l'exercice de leur coparentalité



.2 Détresse psychologique des parents

Les changements positifs observés quant aux pratiques coparentales ne doivent pas masquer le fait que pour une proportion importante de parents, la situation de la COVID-19 a entraîné de la détresse psychologique qui est accentuée par certaines caractéristiques socio-démographiques.

23% de l'ensemble des parents québécois ont obtenu un score élevé de détresse psychologique probable selon un indice reconnu des chercheurs.

Détresse psychologique probable selon le **sexe**

 **28%**

 **17%**

Détresse psychologique probable selon l'**âge des enfants**

 **28%**
0 À 5 ANS


 **20%**
6 ANS ET PLUS

Détresse psychologique probable selon la **situation d'emploi**

36%
SANS EMPLOI


20%
AVEC EMPLOI

Détresse psychologique probable selon la **configuration familiale**

22% 
FAMILLE NUCLÉAIRE

30% 
FAMILLE RECOMPOSÉE AVEC ENFANTS DES DEUX UNIONS

19% 
FAMILLE RECOMPOSÉE SANS ENFANTS DE L'UNION ACTUELLE

23% 
FAMILLE MONOPARENTALE

Détresse psychologique probable selon le **revenu familial**

38%
INFÉRIEUR À 60 000\$

18%
SUPÉRIEUR À 60 000\$

Détresse psychologique probable selon le **niveau de scolarité**

28%
AUCUN DIPLÔME / DIPLÔME SECONDAIRE

21%
DIPLÔME COLLÉGIAL

Détresse psychologique probable selon la **langue parlée**

La langue parlée par les parents aurait eu un effet sur le vécu de ceux-ci en période de confinement. Par exemple, les parents d'expression anglaise ont été plus nombreux, comparativement aux familles d'expression française, à avoir ressenti de la fatigue (44% contre 38%), la parentalité est une source de stress pour une proportion significative d'entre eux (57% contre 43%) et ils entretiennent un doute important quant à savoir s'ils agissent correctement avec leurs enfants (65% contre 34%). La détresse psychologique a aussi été ressentie plus fortement par les parents dont la langue maternelle est autre que le français.

28%
LANGUE MATERNELLE AUTRE QUE LE FRANÇAIS

22%
FRANÇAIS COMME LANGUE MATERNELLE

02. ACTIVITÉS DE DIFFUSION

1 Mobilisation des partenaires

FÉVRIER

Lancement de la campagne de mobilisation des partenaires

La campagne de mobilisation a été lancée le jeudi 20 février 2020 dans le cadre de la Su-Père Conférence, présentée par le Regroupement pour la Valorisation de la Paternité, devant plus de 275 participants à l'Hôtel Universel de Montréal.



FÉVRIER À JUIN

Distribution d'affiches et d'autocollants

L'affiche promotionnelle de la campagne et les autocollants étaient disponibles en français et en anglais. En tout, plus de 2000 copies ont été distribuées dans tout le Québec.



MARS

Actualisation du site Web de la campagne

Le site Web bilingue de la campagne proposait des outils promotionnels à télécharger, un formulaire d'inscription des initiatives, une programmation, un dossier de presse complet, des articles de campagne et des résultats du sondage sur la coparentalité.



MAI À JUIN

Communications aux partenaires au moyen d'une infolettre

Une série de 6 parutions spéciales de l'infolettre du Regroupement pour la Valorisation de la Paternité, portant uniquement sur les actualités de la Semaine Québécoise de la Paternité, a été envoyée à plus de 1000 contacts.



JUIN

Diffusion d'une trousse aux partenaires

La trousse aux partenaires offrait un résumé des principaux éléments de la campagne, des messages clés, des moyens pour diffuser les résultats du sondage, un modèle de communiqué de presse et des actions à réaliser sur les réseaux sociaux.



Les émojis de la campagne ▼



.2 Campagne sur les réseaux sociaux

DIFFUSION DU SONDAGE SUR LA COPARENTALITÉ

Le sondage réalisé sur la coparentalité auprès de plus de 2000 parents a permis de produire une série de contenus destinés aux réseaux sociaux. Ceux-ci visaient à sensibiliser la population quant aux effets du confinement sur la réalité des parents et à l'importance de valoriser le rôle des pères, plus particulièrement, auprès du gouvernement et des instances politiques.

La diffusion de données extraites du sondage sur Facebook, Instagram et Twitter a permis de générer plus du tiers des résultats obtenus sur ces trois plateformes au cours de la campagne.



JONATHAN ROBERGE EST PORTE-PAROLE ET ANIME UN FACEBOOK LIVE

Le comédien Jonathan Roberge, bien connu pour ses webséries *Fiston* et *Papa*, a endossé le rôle de porte-parole de cette huitième édition de la Semaine Québécoise de la Paternité. En plus de son travail d'influenceur et des entrevues qu'il a donné aux médias, Jonathan Roberge a animé un Facebook Live pendant l'événement où il recevait de nombreuses personnalités publiques pour discuter de paternité et de coparentalité. Les retombées du Facebook Live ont généré près de la moitié des résultats obtenus sur les réseaux sociaux.



APPELS À L'ACTION ET AUTRES DIFFUSIONS

De nombreux contenus diversifiés ont été diffusés sur les réseaux sociaux, notamment : un cadre (ou "filtre") Facebook (voir l'image ci-contre des trois papas et employés du Regroupement pour la Valorisation de la Paternité, qui ont utilisé le cadre pendant la campagne), le concours #FIERDEPREPERE, l'utilisation du mot-clic #FIERDEPREPERE, le partage des retombées médiatiques et un travail d'animation des réseaux sociaux afin de générer des discussions et des interactions. La diffusion de l'ensemble de ces contenus a généré près du tiers des retombées obtenues sur Facebook, Instagram et Twitter.



.3 Présentation d'un Facebook LIVE

Une soirée mémorable animée par Jonathan Roberge

Le RVP est heureux d'avoir pu compter sur la collaboration engagée de son porte-parole, Jonathan Roberge, qui a animé de main de maître, avec humour, intelligence et sensibilité, une soirée haute en couleurs ayant suscité des rires, des émotions et des moments de réflexion d'une grande pertinence sociale.

La présence de plusieurs célébrités, qui ont accepté de participer bénévolement à l'événement, a permis à la soirée de rejoindre un public important. Notre organisation a été touchée de constater que ces pères et ces mères se sont livrés avec honnêteté, simplicité et courage, et qu'ils ont présenté un vibrant plaidoyer en faveur de l'engagement paternel et de la coparentalité.

La norme sociale évolue. La génération des parents de jeunes enfants souhaite vivre une parentalité plus égalitaire qui permet un engagement paternel accru et une présence plus importante de ceux-ci dans le quotidien de leurs enfants. Notre Facebook Live a témoigné de cette réalité en pleine évolution.



Émilie et Simon
Des amis de Jonathan Roberge

“ On ne parle pas de charge mentale, on le vit. Ça fait 18 ans qu'on est ensemble alors on est rendu au point où on sait atteindre l'équilibre là-dedans. Côté charge mentale, on gère bien!

HUIT PERSONNALITÉS CONNUES PARLENT DE PATERNITÉ ET DE COPARENTALITÉ



“ **Marie-Soleil Dion**
Je trouve que ça a beaucoup évolué en peu de temps. Le père d'aujourd'hui, c'est vraiment plus un père qui est présent, qui est impliqué au même niveau que la mère.



“ **Louis-Olivier Mauffette**
Le rôle du père pour moi en ce moment, c'est de former l'équipe où les rôles (du père ou de la mère) n'existent plus.



“ **Pierre-Yves Lord**
J'aime mes enfants d'un amour infini. La pandémie, être à la maison, avoir du temps élastique, ça m'a fait un grand bien. Je me suis dit : "Mon dieu qu'ils m'ont manqué!"



“ **Mélanie Boulay**
Je tombe parfois dans des vieux réflexes et j'ai besoin que mon chum me rappelle qu'on peut partager les tâches et que je peux lui faire confiance".



“ **Sébastien Diaz**
C'est ça la parentalité 2020, la parentalité 2.0 : il y a mille-et-une formes de famille.



“ **Gary Sutherland**
C'est merveilleux le changement qu'on a vécu dans la société [et] qui me permet d'être ouvert sur ma sexualité et sur ma parentalité, qui sont différentes.



“ **Pierre Hébert**
À la télé québécoise, le père n'a pas nécessairement bonne figure. Il est souvent colérique, absent ou il travaille beaucoup. Ce n'est pas ce que j'ai vécu.



“ **Mathieu Lacombe**
Je pense que les jeunes papas de ma génération, on est plus proches de nos enfants. On a pas peur de leur dire "je t'aime".

4 Campagne dans les médias



“ La 8^e édition de la Semaine Québécoise de la Paternité se termine aujourd’hui avec la Fête des Pères. C’est l’occasion de repenser la parentalité et de célébrer les papas de ce monde, dont certains ont vu leur rôle dans la famille changer pendant la pandémie.

- Michel Bherer, animateur à RDI Matin Week-end

“ Le Regroupement pour la Valorisation de la Paternité a sorti un sondage qui révèle que 7 parents sur 10 ont affirmé passer davantage de temps avec leurs enfants durant le confinement. Cela a du bon dans les relations et dans le rôle que le père peut avoir dans la famille.

- Jonathan Roberge, porte-parole



“ Dès demain jusqu’au 21 juin, la Semaine Québécoise de la Paternité aura lieu exclusivement en ligne et qui de mieux pour nous en parler qu’un papa qui accumule les succès avec des séries qu’on a adoré sur le web : Papa et Fiston. Un papa qui nous a fait sourire, un papa qui nous a beaucoup ému au cours des derniers mois en partageant l’histoire de son fils Xavier.

- Ève-Marie Lortie, animatrice à Salut Bonjour Week-end



“ Le père 2.0 veut voir sa femme s’émanciper, veut voir la maman aller travailler et qu’elle puisse réaliser ses rêves. Il veut pouvoir s’occuper de ses enfants et rester à la maison sans avoir l’étiquette clichée de “l’homme rose”.

- Jonathan Roberge, porte-parole

“ DANS LA PRESSE ÉCRITE

leSoleil

LE JOURNAL DE MONTRÉAL

LA PRESSE

« Cette situation semble avoir été, pour les pères et les mères, un terrain d’expérimentation qui leur a montré qu’un autre modèle était possible. Un modèle dans lequel ils pourraient former un meilleur partenariat pour, ensemble, s’occuper de leurs enfants », a estimé le directeur général du RVP, Raymond Villeneuve.

- La Presse

Cette semaine marque la 8^e édition de la Semaine Québécoise de la Paternité. Vous ne le saviez pas, hein? Pourtant, nous devrions saisir chaque occasion de souligner l’importance du rôle que jouent les pères dans la vie de leurs enfants. De prendre la mesure des avancées des dernières années qui favorisent la mise en place de cellules familiales plus saines, plus complètes.

- Chronique de Jonathan Trudeau
Journal de Montréal

La majorité des pères et des mères ont tiré des conclusions positives de leur vie parentale en période de COVID-19. C’est ce qui ressort d’un sondage mené par le Regroupement pour la Valorisation de la Paternité.

- Guillaume Mazoyer
Le Soleil

Les mesures de confinement ont plus souvent amélioré le travail d’équipe des parents qu’elles n’y ont nuit, selon un récent sondage dévoilé en marge de la Semaine Québécoise de la Paternité qui débute lundi.

- La Presse

“ À LA RADIO

Parlons de la huitième édition de la Semaine Québécoise de la Paternité. Comment on la décrit cette semaine-là? Comment on l’explique?



Jonathan Trudeau

Déjà qu’il y ait une Semaine de la Paternité, je trouve que c’est une bonne affaire parce qu’on dirait que pour plusieurs, et socialement encore, le père est perçu comme le parent « B ».



Geneviève Pettersen

Je pense qu’on l’explique dans une mesure d’équité générale. C’est un peu comme une demande. Le rôle du père est encore trop négligé au niveau de l’importance qu’il a pour l’enfant, son développement et pour la cellule familiale.



Jeff Bessette



Jonathan Roberge

Un sondage est sorti aujourd’hui pour la première journée de la Semaine de la Paternité avec 2000 parents. C’est beau de voir que la majeure partie des jeunes familles perçoivent la coparentalité comme une solution pour la réussite de leur famille.

03.

RÉSULTATS
OBTENUS

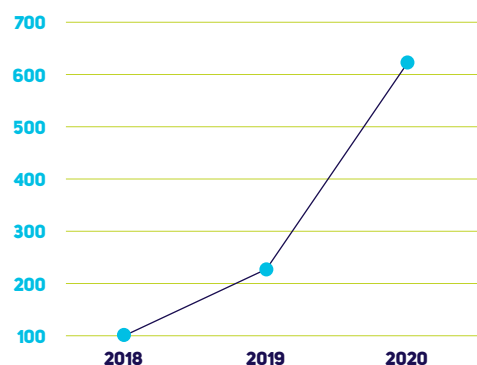
.1 Médias sociaux, Web et courriels

MÉDIAS SOCIAUX

623k* Utilisateurs
rejoints

Plus de 623 000 utilisateurs ont été rejoints au cours de la campagne sur les trois plateformes utilisées : Facebook, Instagram et Twitter.

Évolution de la portée totale obtenue



* La lettre “k” vaut 1000 unités. 623k correspond donc à 623 000.

f **286k** Utilisateurs
rejoints **6,9%**
Taux moyen
d'engagement

t **196k** Utilisateurs
rejoints **2,5%**
Taux moyen
d'engagement

i **140k** Utilisateurs
rejoints

Retombées dans les médias sociaux des principales activités de diffusion

FACEBOOK LIVE

225k Utilisateurs rejoins
par le Facebook LIVE animé
par Jonathan Roberge, le porte-parole
de l'événement, sur l'ensemble des plateformes.

77k Vues de vidéo
générées par la diffusion du Facebook LIVE
et d'une vidéo promotionnelle annonçant cette diffusion.

41k Minutes de visionnement
générées par la diffusion des contenus vidéos
portant sur la diffusion et la promotion du Facebook LIVE.

SONDAGE SUR LA COPARENTALITÉ

200k Utilisateurs rejoins
par la diffusion des données
du sondage sur la coparentalité sur l'ensemble
des plateformes.

ACTIVITÉ SUR LE WEB

11,5k Vues de pages

Le site Web de la Semaine Québécoise de la Paternité et les différentes diffusions des partenaires de l'événement ont généré un total de 11 454 vues de pages.

58% des utilisateurs
consultant le
site Web de la Semaine
Québécoise de la Paternité
ont entre 18 et 34 ans.

65% des utilisateurs
consultant le
site Web de la Semaine
Québécoise de la Paternité
sont des femmes.

MAILCHIMP

6883 Courriels envoyés

Grâce à son infolettre, le Regroupement pour la Valorisation de la Paternité (RVP) a réalisé 6 campagnes d'information et de mobilisation par courriel auprès de ses membres et de ses partenaires au cours des mois de mai, juin et juillet. Le taux d'ouverture était de 49 % pour les membres et de 23 % pour les autres contacts.

1834 Personnes supplémentaires ont
été atteintes grâce à la diffusion
de l'infolettre de l'Observatoire des tout-petits
au cours de la campagne.

.2 Médias traditionnels

20 Retombées médiatiques

Plusieurs médias nationaux, rejoignant un large auditoire, ont couvert la Semaine Québécoise de la Paternité en diffusant les résultats du sondage ou une entrevue auprès du porte-parole de l'événement ou du directeur du Regroupement pour la Valorisation de la Paternité.



4 Retombées à la télévision

4 Retombées à la radio

12 Retombées dans la presse écrite

67,5 Minutes de temps d'antenne

La campagne menée à l'échelle nationale a généré plus de 67 minutes de temps d'antenne à la télévision et à la radio entre le 15 et le 21 juin 2020 inclusivement, amenant ainsi à l'attention du public, divers sujets touchant la coparentalité et le rôle des pères.



22,5 Minutes de temps d'antenne à la télévision

45 Minutes de temps d'antenne à la radio

DOSSIER DE PRESSE



TÉLÉVISION

21 juin 2020 - RDI

Entrevue de Jonathan Roberge à l'émission *RDI Matin Week-end*

20 juin 2020 - V Télé

Entrevue de Jonathan Roberge au bulletin de nouvelle *NVL Week-end*

18 juin 2020 - LCN

Entrevue de Raymond Villeneuve à l'émission *LCN Québec Matin*

14 juin 2020 - TVA

Entrevue de Jonathan Roberge à l'émission *Salut, Bonjour Week-end*

RADIO

18 juin 2020, 8h25 - Énergie 94.3 FM

Entrevue de Jonathan Roberge à l'émission *Le Boost*

17 juin 2020, 7h45 - CFIM 92.7 FM

Entrevue de Jonathan Roberge à l'émission *Debout les Îles*

16 juin 2020, 10h00 - QUB Radio

Jonathan Trudeau discute de la Semaine de la Paternité à l'émission *Franchement dit*

15 juin 2020 - QUB Radio

Entrevue de Jonathan Roberge à l'émission *Les effrontés*

PRESSE ÉCRITE

21 juin 2020 - La Presse

Cœur de père, chronique de Marc Cassivi

17 juin 2020 - Journal de Montréal

Papa et fier de l'être, chronique de Jonathan Trudeau

17 juin 2020 - Journal Métro

Coronavirus : un impact sur les pères

15 juin 2020 - Le Soleil, Le Nouvelliste, Le Droit, Le Quotidien, La Voix-de-l'Est et La Tribune

Les familles québécoises ressortent plus fortes de la pandémie, article dévoilant en exclusivité les résultats du sondage

15 juin 2020 - La Presse

Le confinement a amélioré le travail d'équipe des parents, selon un sondage

15 juin 2020 - Naître et grandir

Confinement : qu'est-ce qui a changé pour les parents québécois?

15 juin 2020 - Observatoire des tout-petits

Près d'un parent sur deux estime que les politiques publiques ne valorisent pas le rôle des pères autant que celui des mères

11 juin 2020 - Magazine 7 jours

7 vérités sur Jonathan Roberge

REMERCIEMENTS

Le RVP tient à remercier chaleureusement les partenaires financiers suivants qui ont permis la présentation de la Semaine Québécoise de la Paternité 2020 :



OBSERVATOIRE
des tout-petits

naître
ET grandir



Le RVP tient aussi à remercier les membres du comité scientifique du sondage sur la coparentalité : Émilie Audy (conseillère scientifique spécialisée, Institut national de santé publique du Québec), Fannie Dagenais (directrice de l'Observatoire des tout-petits), Geneviève Doray (directrice de Naître et grandir), Mathieu Gagné (conseiller stratégique, Boîte de Comm), Carl Lacharité (professeur, Université du Québec à Trois-Rivières) et Raymond Villeneuve (directeur général du Regroupement pour la Valorisation de la Paternité).





**Regroupement
pour la Valorisation
de la Paternité**

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