



ENGAGEZ — VOUS
pour le **COMMUNAUTAIRE**

Tournée régionale

Saguenay–Lac-St-Jean
Décembre 2020

Ordre du jour

1. Recap de la campagne
2. Résumé des revendications
3. Fonctionnement
4. Calendrier des actions
5. Outil pour l'engagement
6. Conclusion

1. Recap de la campagne

Qu'est-ce que la campagne *Engagez-vous pour le communautaire*?

Création : 2016

Elle vise une société plus juste où les droits humains sont pleinement respectés.

Nous réclamons au gouvernement qu'il soutienne adéquatement l'action communautaire autonome (ACA) par :

- L'augmentation de son financement ;
- Le respect de son autonomie ;
- La réalisation de la justice sociale, notamment en réinvestissant massivement dans les services publics et les programmes sociaux.

Une campagne rassembleuse et des gains significatifs !

- **4 000 groupes présents dans les 17 régions administratives** du Québec.
- Historique en raison de son caractère unitaire et intersectoriel, la campagne a contribué de façon significative à obtenir des gains financiers à la mission des organismes, **totalisant 190,7 millions\$ depuis 2016.**
- Ces gains ont été obtenus grâce à **notre travail collectif de mobilisation, de représentation, de visibilité et d'éducation populaire.**

Pourquoi s'engager dans la campagne ?

- **Nos efforts collectifs des dernières années ont permis de faire des gains significatifs.**
- **Les revendications de la campagne sont toujours nécessaires et pertinentes,** particulièrement avec la conjoncture actuelle où le filet sociale est nécessaire et fragilisé.
- Le bilan du premier plan d'action de la campagne a permis d'identifier des **moyens concrets qui nous permettent de mieux nous organiser et d'accroître les impacts positifs** de notre mobilisation.
- Le **caractère unitaire et intersectoriel de la campagne représente une force de mobilisation** nous permettant d'amener la justice sociale dans l'agenda du gouvernement.

2. Nos revendications

(mises à jour en nov 2019)

1

Augmentation du financement à la mission à un niveau suffisant et indexation annuelle des subventions selon la hausse des coûts de fonctionnement

Les **organismes d'ACA ont besoin de 460M\$ de plus, par année**, pour financer adéquatement la réalisation de leur mission, d'ici le budget **2022**.

↪ **Cette mise à jour prend en compte les gains financiers obtenus depuis 2016** et la hausse des coûts de fonctionnement pour l'ensemble des secteurs de l'ACA.

L'absence/insuffisance d'indexation du financement à la mission appauvrit les groupes davantage chaque année.

↪ **L'indexation doit être accordée à tous les groupes** et calculée en fonction de la hausse des coûts de fonctionnement, estimée à 3,25% annuellement

2

Respect de l'autonomie des organismes

↪ **Les organismes ne sont pas là pour pallier le désengagement de l'État ni pour servir de sous-traitants à moindre coût.**

La Politique de reconnaissance de l'action communautaire, adoptée en 2001, **reconnait que nous sommes des organismes autonomes et libres** de déterminer nos missions, nos approches et nos activités.

Entre autres, cela permet aux organismes d'être **des lieux d'expertises développées PAR et POUR les communautés.**

3

Réalisation de la justice sociale et le respect des droits

Les mesures d'austérité budgétaire ont grandement fragilisé la population et accentué les inégalités sociales.

→ **Le gouvernement a le devoir de réaliser ses obligations face aux droits humains dans toutes ses actions, politiques et programmes.**

La crise climatique risque d'impacter davantage les personnes en situation de pauvreté et de vulnérabilité.

→ **Il est urgent que le gouvernement mette en place une série d'actions structurantes pour réaliser la justice sociale et réduire les inégalités**, notamment par un réinvestissement majeur dans les services publics et programmes sociaux.

OBJECTIF DE CAMPAGNE

Ce qu'on cherche à atteindre :

Mettre de la pression sur le gouvernement pour faire des gains en lien avec nos revendications.

OBJECTIF DE MOBILISATION

Comment atteindre notre objectif de campagne :

- Une structure de mobilisation solide et des outils de communications adaptés ;
- Des actions de mobilisation flexibles, accessibles et ciblée dans le temps ;
- Un message commun misant sur la nécessité/l'urgence d'avoir un filet social fort avec des organismes communautaires autonomes, bien financés et solidaires.

3. Fonctionnement

Comité de coordination national (coco)

- Planifie les actions annuelles
- Détermine les messages communs
- Développe les outils de mobilisation
- Mène des représentations politiques
- Assure la visibilité nationale
- Le coco est en lien étroit avec les antennes régionales et les regroupements nationaux avec qui il développe les priorités d'actions et à qui il transmet les outils et informations de la campagne.

Antennes régionales

- Présentes dans toutes les régions administratives
- Piliers de la campagne, elles agissent à titre de « poteaux régionaux »
- Transmettent aux organismes locaux les informations provenant du coco
- Soutiennent l'organisation autonome et décentralisée des actions sur le terrain, via un comité de mobilisation régional.

Regroupements provinciaux

- Participent aux actions de visibilité nationale
- Soutiennent la mobilisation de leur membres via leur communications et vie associative
- Portent les revendications de la campagne dans le cadre de leurs représentations politiques sectorielles

Comité de mobilisation régional

- Rassemble des organismes locaux de différents secteurs
- Adapte les actions de mobilisation aux réalités régionales
- Mobilise les organismes locaux de la région et réalise les actions

Organismes locaux

- Participent aux comités de mobilisation régional
- Font de l'éducation populaire et mobilisent leurs membres, participant.es et bénévoles
- Assurent la visibilité de la campagne et ses actions au niveau local
- Portent les revendications de la campagne auprès des élus.es.

Rôles et responsabilités : Coco national

- Supporter et informer lors des rencontres régionales ;
- Dresser un portrait de la mobilisation nationale ;
- Soutenir les antennes, groupes locaux, groupes nationaux :
 - Planifier la campagne et communiquer régulièrement les suivis ;
 - Proposer des actions de mobilisation flexibles et ciblées ;
 - Agir comme vecteur de mobilisation.
- Faire des représentations médiatiques et politiques ;
- Générer un fonds de mobilisation (\$) nationale.

Rôles et responsabilités : Groupes nationaux

- Relayer l'information de la campagne aux groupes de bases ;
- Agir comme vecteur de mobilisation des groupes locaux lors des actions concertées ;
- Contribuer au fonds de mobilisation \$ pour les actions nationales unitaires;
- Participer aux actions de mobilisation nationale.

Rôles et responsabilités : Antennes régionales (TROC 02)

- Organiser les rencontres régionales et des actions de mobilisation ;
- Dresser un portrait de la mobilisation régionale ;
- Rôle de soutien :
 - Être le relais entre les groupes de base et le COCO national ;
 - Aider à adapter les actions de la campagne sur des actions locales ;
 - Agir comme vecteur de mobilisation des groupes locaux lors des actions concertées.

4. Calendrier des actions

Calendrier des actions
octobre 2020 / mai 2021

	Actions	Soutien du coco
Octobre	Tournée virtuelle de rencontres régionales (jusqu'en décembre)	Canevas de présentation PWP Co-animation
Novembre	Campagne médias : lettre collective Assaut d'un live du gouvernement Réaction à la mise à jour économique et relais régional	Lettre + recueillir signatures et diffusion Consignes de l'action "assaut" Communiqué-type régional
Actions en continue	Rencontres avec les élus.es de janvier à mars	Trousse de représentation
Janvier	Zoom élargi Préparation de l'action de février Relais de l'avis type prébudgétaire de la campagne	Avis-type consultation pré-budgétaire
Février	Séquence d'actions ciblées sur une semaine <ul style="list-style-type: none">campagne de visibilité médiatique nationalecampagne de relais sur les réseaux sociauxaction régionale unitaire : 17 février ?	Conférence de presse nationale Vignettes Outils et visuel des actions régionales
Mars	Action virtuelle : 1er "anniversaire" COVID-19 Réaction au budget/sortie du PAGAC et relais régional	Visuel et consignes Communiqué-type régional
Avril/Mai	Zoom élargi - Bilan et ajustements du plan d'action Tournée virtuelle de rencontres régionales	Co-animation

OCT

NOV

DEC

JANV

FÉV

MARS

AVRIL

MAI

Préparation
action
novembre

Mobilisation

Préparation
semaine
action
février

Préparation
semaine
action
février

Mobilisation

Mobilisation

Bilan
et
évaluation

Rencontres
régionales

Rencontres
régionales

Rencontres
régionales

Zoom
élargi

Zoom
élargi

Rencontres
régionales

ACTION
Lettre
collective :
mise à jour
économique

Relais avis
type :
consult.
pré-budget

SEMAINE
D'ACTION du
15 fév.
justice sociale

ACTION
VIRTUELLE:
1er
"anniversaire"
COVID

Relais
réaction :
budget et
PAGAC

Rencontres élus.es

ENGAGEZ-VOUS
pour le
COMMUNAUTAIRE

5. Outil pour « jazzer » votre engagement

OUTIL - Continuum D'ENGAGEMENT dans la campagne

ENGAGEMENT ORGANISATIONNEL

- Mettre un point *Engagez-vous* à l'ordre du jour des AG de membres, rencontre d'équipe, CA ;
- Inclure la campagne dans son plan d'action annuel et priorités de travail ;
- Inclure le calendrier de la campagne ou des actions dans son calendrier.

OUTIL - Continuum D'ENGAGEMENT dans la campagne

ENGAGEMENT DES COMMUNICATIONS

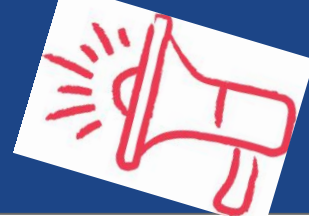
- Utiliser ses outils de communication pour offrir de la visibilité à la campagne (diffuser outils, matériel, appels à l'action, etc.) ;
- S'engager à utiliser les outils de communication de la campagne pour parler de la campagne *Engagez-vous* lors de vos représentations politiques ;
- Informer et mobiliser activement ses membres via courriels, infolettre, médias sociaux, etc.

OUTIL - Continuum D'ENGAGEMENT dans la campagne

ENGAGEMENT ACTIF

- Se doter d'une résolution du CA en appui à la campagne ;
- **Désigner une personne/comité responsable de recevoir et communiquer l'information de la campagne *Engagez-vous* ;**
- Participer aux actions régionales :
 - Faire l'action et mobiliser ses membres, participants, bénévoles, membres du personnel ;
 - Rendre cette action visible à son réseau, aux médias, à ses élus.es ;
 - Témoigner de sa réalité spécifique pour illustrer concrètement les revendications de la campagne dans les communication destinées aux médias locaux et régionaux;
 - Afficher le visuel de la campagne dans vos locaux.

Ce qui s'en vient maintenant



Informier

Relayer l'information à votre équipe, votre CA et +++

Actions hiver :

- Sensibilisation des élus.es
 - Consultations pré-budgétaires
 - Rencontre ou envoi de lettre
- Journée mondiale de la justice sociale (20 février)
 - Actions régionales et locales : 17 février



JUSTICE SOCIALE FINANCEMENT AUTONOMIE

Nous avons tout intérêt à rester solidaires en cette période difficile, «Engagez-vous pour le communautaire» est un des porte-voix pour nous faire entendre!

Merci de votre écoute et de votre participation!