

RELANCE ET VALORISATION

CAMPAGNE 360

Société de sauvetage

La Société de sauvetage est le chef de file en surveillance aquatique au Canada. La Société œuvre dans le but de prévenir la noyade et les traumatismes reliés à l'eau par le biais de ses programmes de formation, de sa campagne de sensibilisation du public Aqua Bon, de ses services de gestion de la sécurité aquatique et du sauvetage sportif.

Mise en contexte

Depuis quelques années, le Québec fait face à une importante difficulté de recrutement de sauveteurs, une situation exacerbée par la pandémie. Cette pénurie menace l'accessibilité aux plans d'eau surveillés de la province et augmente le risque d'incidents graves pour les baigneurs. Plusieurs facteurs contribuent à cette problématique, notamment l'accessibilité des formations, les aspects économiques liés à ces formations, la distance à parcourir pour y accéder, et le manque de moniteurs.

Le 21 juin dernier, la ministre déléguée à l'Éducation et responsable de la Condition féminine, Mme Isabelle Charest, a annoncé un financement permettant l'inscription gratuite à des cours de sauvetage pour les cinq prochaines années au Québec. Cette gratuité s'applique aux formations de Premiers soins général, Médaille de bronze, Croix de bronze, Sauveteur national piscine, Sauveteur national plage, Sauveteur national parc aquatique, Moniteur en sauvetage, Moniteur aquatique, Moniteur de natation et Soins d'urgence aquatique. L'objectif est d'augmenter le nombre de préposés à la surveillance et de moniteurs, en développant l'intérêt pour ces professions et en palliant ainsi la pénurie de main-d'œuvre que connaît actuellement la province.

Le recrutement et la relance du sauvetage sont des enjeux clés pour favoriser les interactions sécuritaires avec l'eau au Québec, tout en permettant à la Société de sauvetage de minimiser les cas de noyade et d'encourager la sécurité aquatique. Considérant que les coûts pour obtenir l'ensemble des qualifications requises et le brevet de Sauveteur national et de Moniteur de natation s'élèvent à environ 1000\$, cette initiative devrait dynamiser le domaine aquatique en le rendant plus accessible, notamment dans les écoles publiques et les centres aquatiques communautaires et touristiques du Québec.

La Société de sauvetage compte sur un réseau de 380 membres affiliés répartis dans les 19 régions administratives du Québec. Elle estime actuellement à environ 2000 le nombre de préposés à la surveillance manquant à travers la province.

Suite à deux études menées par Brio RH et Léger, respectivement intitulées « Sondage 2023 sur la rémunération dans les milieux aquatiques » et « Rapport - Besoins en personnel et conditions de travail - Sondage web », la Société de sauvetage a pu obtenir une compréhension complète de la situation actuelle. Ces informations lui permettent d'orienter de manière concertée ses actions en matière de rétention, de valorisation et de recrutement de la main-d'œuvre aquatique.

En avril 2023, une campagne s'adressant aux futurs participants des cours de sauvetage a été lancée. Elle inclut la création d'une boîte à outils pour les gestionnaires d'installations et d'organisations aquatiques, contribuant à promouvoir la gratuité des cours, à faciliter l'accès aux formations et à valoriser les professions de sauveteur et de moniteur. Accompagnée de visuels accrocheurs, cette campagne a développé une variété de messages pour aider au recrutement et à la rétention des étudiants déjà inscrits aux cours. Cette première phase de sollicitation a été mise en place pour soutenir les gestionnaires aquatiques dans trois domaines clés : la rétention et motivation, la re-sollicitation et le recrutement.

Nous entamons maintenant la phase deux de cette campagne d'envergure nationale, où votre savoir-faire et savoir-être pourraient être des atouts majeurs pour ce mouvement collectif.

Objectifs

La Société de sauvetage invite les gens qui souhaitent travailler au Québec en tant que préposé à la surveillance à suivre les formations gratuites menant au brevet de Sauveteur national et de Moniteur aquatique. Dans le cadre de ce projet, nous aimerions mettre sur pied une campagne 360 où la valorisation et la professionnalisation du métier de sauveteur seraient au cœur du message. Une campagne jeune, dynamique et usant d'originalité afin d'assurer la poursuite de la vague d'engouement à la formation de sauveteur engendrée par la gratuité des formations, considérant que le financement ne perdurera uniquement que pour les 3 prochaines années à venir.

Publics cibles

Mettre en place une campagne 360 de valorisation et professionnalisation du métier de sauveteur à l'attention du grand public, en misant sur l'importance du métier. Bien qu'ils ne fassent pas partie du corps médical, les professionnels de la surveillance aquatique ont suivi une formation reconnue et acquis des compétences qui leur permettent de dispenser certains soins médicaux. C'est ce que le brevet de Sauveteur national valide et reconnaît. Nous souhaitons mettre de l'avant une meilleure compréhension et une reconnaissance de ce métier aux yeux du grand public, loin de n'être qu'un emploi d'été étudiant.

Mandat

La ressource est chargée de :

Développer une campagne grand public destinée à promouvoir, professionnaliser et valoriser l'emploi de sauveteur auprès de la population. Cette campagne devra inclure la création d'une vidéo, d'un microsite, et de supports imprimés à diffuser dans divers lieux fréquentés par les jeunes, tels que le réseau d'autobus, les écoles, etc.

Livrables

1. Conception de la campagne 360

- Définir une phrase signature englobant tous les avantages relatifs au fait de devenir sauveteur, moniteur aquatique. Plus particulièrement de faire connaître le métier, les aptitudes et les compétences nécessaires à la profession en vue d'accroître l'intérêt et faire découvrir le métier et changer sa perception.
- Décliner les outils de communication nécessaires au rayonnement du ou des messages portant sur le métier de sauveteur et le suivi des formations en sauvetage.

2. Les pièces et éléments à produire

Les éléments graphiques ne doivent pas être contraints à des droits d'auteurs et ils seront dans leur intégralité la propriété de la Société de sauvetage.

Diffusion et communication

- Élaboration d'une stratégie pour la diffusion de cette initiative par l'intermédiaire de relayeur, principalement la Société de sauvetage, ses organisations formatrices et ensuite les médias, partenaires, associations, entreprises, gouvernements;
- Identification des partenaires (relayeurs) potentiels pour la diffusion des messages;
- Rédaction de communiqué de presse type pour les partenaires et relayeurs.

Échéancier (sujet à changement selon les besoins)

- L'échéancier pour ce projet est **avril 2024**. Le message, les outils et les visuels devront être terminés et prêts à être utilisés pour le début de l'initiative grand public qui débutera au début du printemps 2024.

Activités	Date
Envoi du cahier de charges	Novembre 2023
Réception des propositions	12 janvier 2024
Attribution du mandat	Fin janvier 2024
Proposition préliminaire du concept de l'initiative de sensibilisation	Début février 2024
Proposition finale	Fin février 2024
Conceptualisation et livraison de la campagne et de ses outils	Début mars 2024
Lancement de l'initiative grand public	Avril 2024

****L'échéancier peut être sujet à changement et/ou adaptation selon le contexte.***

Modalités de sélection :

- Vous devez nous faire parvenir une lettre d'intérêt ainsi qu'une brève description de votre organisation et de votre vision du mandat proposé, et ce, avant le 12 janvier 2024 à la responsable aux communications et relations publiques, Anne-Marie Francoeur, au courriel suivant : amfrancoeur@sauvetage.qc.ca
- Critères qui seront considérés pour le choix de la ressource :
 - Capacité rédactionnelle
 - Conception graphique
 - Conception multimédia
 - Originalité de la stratégie proposée
 - Expertise en stratégie numérique
 - Expertise en relation publique
 - Intérêt pour les initiatives grand public reliées aux changements de perception

- Évaluation budgétaire pour la réalisation du projet

Contact :

Pour toutes questions sur le projet, la production des outils, les livrables, les attentes ou autres, veuillez nous contacter.

Anne-Marie Francoeur
Responsable – Communication et relations publiques
Société de sauvetage
amfrancoeur@sauvetage.qc.ca
514-252-3100 p.3737