

## ***Campagne de sensibilisation Programme Santé-sécurité Québec***

### ***Société de sauvetage***

La Société de sauvetage est le chef de file en surveillance aquatique au Canada. Elle 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***

Au Québec, les activités de loisir et de sport constituent un vecteur important de bien-être, de cohésion sociale, et de promotion de la santé. Reconnaissant leur potentiel en matière de prévention des risques et de protection de l'intégrité des participants, le gouvernement québécois s'engage à soutenir les organismes du secteur par des aides financières ciblées. Ces subventions sont destinées à la mise en place de programmes de santé et de sécurité innovants, capables de répondre efficacement aux défis spécifiques rencontrés dans le cadre des activités récréatives et sportives et de promouvoir la sécurité et l'intégrité dans le loisir et le sport.

L'objectif principal de ce soutien est de permettre aux organismes bénéficiaires de développer et d'appliquer des mesures préventives, éducatives et protectrices, alignées sur les meilleures pratiques et les normes en vigueur. Il s'agit notamment de prévenir les accidents et les blessures, de promouvoir des environnements de pratique sûrs et inclusifs, et de sensibiliser les acteurs et les participants aux principes de sécurité et de respect mutuel.

Cette démarche s'inscrit dans une vision globale visant à faire du Québec un leader en matière de sécurité et de qualité dans le domaine des loisirs et du sport, en favorisant l'accès à des activités sécuritaires et bénéfiques pour la santé et le développement de tous les citoyens.

**La Société de sauvetage compte sur un réseau important de partenaires relayeurs dont leurs propres réseaux sont constitués d'un grand bassin de membres.**

**En moyenne, 7 Québécois se noient chaque année durant la période hivernale, due aux activités pratiquées sur les cours d'eau gelés. Chaque noyade est une noyade de trop!**

### ***Objectifs***

L'objectif principal de cette campagne grand public, orchestrée en collaboration avec tous les partenaires relayeurs de la Société de sauvetage, est de sensibiliser et d'éduquer la population québécoise aux

bonnes pratiques de sécurité dans le cadre d'activités et de loisirs en milieux naturels en période hivernale. La campagne vise à réduire significativement les incidents et les noyades en informant et en outillant les usagers sur les mesures préventives, les comportements sécuritaires à adopter, ainsi que sur l'importance d'une bonne préparation avant de s'aventurer sur un cours d'eau gelé pour la pratique d'activité sportive et de loisir. En mettant en avant les ressources disponibles et notre réseau de relayeurs, cette initiative aspire à un grand rayonnement et une réussite exemplaire.

### ***Publics cibles***

Nos publics cibles pour cette campagne englobent un large éventail de participants aux activités de loisir et de sport d'hiver sur glace, allant des adeptes chevronnés aux néophytes découvrant les joies et les défis de ces pratiques. Nous visons à toucher non seulement ceux qui s'adonnent régulièrement à des activités telles que le patinage, le hockey, le ski de fond, la pêche sur glace, la motoneige et véhicules tout-terrain, mais aussi ceux qui s'initient à ces loisirs, cherchant à explorer de nouvelles façons de profiter de l'hiver québécois. Notre réseau de relayeurs, composé de fédérations et d'organismes dédiés aux loisirs et aux sports d'hiver, joue un rôle clé dans cette démarche. Ces partenaires essentiels contribuent à élargir notre portée, en diffusant des messages de prévention et de sécurité, et en offrant des ressources précieuses pour garantir que chaque expérience sur la glace soit à la fois agréable et sécuritaire. Ensemble, nous travaillons à créer un environnement où la sécurité est intégrée à l'excitation de l'hiver, assurant ainsi le bien-être de tous les participants.

### ***Mandat***

Avec un budget maximum de 35 000.00 \$

- Développer une initiative de sensibilisation sociale et de prévention pour les adeptes et les néophytes d'activités et de sports d'hiver sur glace au Québec. La campagne visera à améliorer la sécurité et la protection de l'intégrité des personnes pratiquant les activités de loisir et de sports d'hiver sur glace.
- Développer des outils et messages qui permettront ainsi à tous les acteurs du milieu du loisir et des sports d'hiver sur glace d'agir sous un même message qui incite à suivre et adopter des comportements sécuritaires.

### ***Livrables***

#### **1. Conception**

- Définir une phrase signature (slogan) englobant la prévention pour tous les loisirs et sports d'hiver se pratiquant sur la glace afin d'encourager et solidifier l'adoption de comportements sécuritaires.
- Décliner le message central en cinq (5) capsules vidéo (images vidéo et supers seulement) de 30 secondes chacune dédiée au web et visant chacune l'un des quatre (4) publics cibles ainsi qu'une (1) sur une technique de sauvetage, soit :
  - a. Motoneiges et VTT
  - b. Ski de fond, raquette et randonnée
  - c. Patinage et hockey sur glace naturelle
  - d. Pêche sur glace
  - e. L'autosauvetage

- Produire une (1) capsule de 30 secondes (images vidéo et supers seulement) pour le web et la télévision qui englobe les quatre (4) messages des quatre (4) publics cibles ainsi que la technique de sauvetage;
- Prendre en considération que les tournages se feront à l'extérieur au cours de la saison hivernale 2025;
- Prévoir de l'équipement vidéo pour captation vidéo sous-marine et aérienne;
- Concevoir quatre (4) visuels graphiques déclinés des vidéos en versions imprimées et numériques pour chacun des publics cibles ;
  - Affiches physiques
  - Bannières de site internet
  - Médias sociaux
- Les six (6) capsules devront avoir une version bilingue des supers.

### ***Diffusion et communication***

- La Société de sauvetage assurera la diffusion sur ses plateformes, auprès de ses relayeurs et son réseau de partenaires.

### ***Échéancier (sujet à changement selon les besoins)***

- L'échéancier pour ce projet est 31 mars 2025. Le message, les outils, les visuels et l'ensemble de la campagne devront être terminés et prêts à être utilisés pour le début de l'initiative grand public qui débutera au courant du mois de novembre 2025.

<b>Activités</b>	<b>Date</b>
Envoi du cahier de charges	Octobre 2024
Réception des propositions	18 novembre 2024
Attribution du mandat	26 novembre 2024
Proposition préliminaire du concept de l'initiative de sensibilisation	12 décembre 2024
Proposition finale	6 janvier 2025
Conceptualisation et livraison	Janvier à mars 2025
Lancement de l'initiative grand public	Automne 2025

***\*L'horaire 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, incluant une maquette de proposition de visuels, et ce, avant le 18 novembre 2024, à la responsable aux communications et relations publiques, Anne-Marie Francoeur, au courriel suivant : [amfrancoeur@sauvetage.qc.ca](mailto:amfrancoeur@sauvetage.qc.ca)
- Critères qui seront considérés pour le choix de la ressource :
  - Conception graphique

- Réalisation et montage vidéo
- Intérêt pour les initiatives grand public reliées aux enjeux de sécurité
- 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