Bénévole en engagement communautaire – Guide des compétences

2023



****

**Guide des compétences du programme de bénévolat en engagement communautaire**

Merci de vous joindre à INCA comme bénévole en engagement communautaire (BEC). Dans ce rôle de bénévole, vous aiderez INCA à défendre les intérêts des personnes vivant avec une perte de vision dans des dossiers qui entraînent d’importants changements sociétaux.

Les BEC peuvent participer de plusieurs manières différentes, en fonction de leurs intérêts, de leurs compétences et de leur disponibilité. Nous avons conçu cette boîte à outils pour fournir des ressources qui vous aideront à développer vos compétences et vos connaissances en vue des différents types d’activités auxquelles participent nos BEC.

Les documents contenus dans ce guide des compétences vous fourniront l’information et les ressources dont vous aurez besoin dans ce rôle stimulant.

Table des matières

[Pour commencer 4](#_Toc130390217)

[Guide – Initiation à la défense des droits 4](#_Toc130390218)

[Parler en public 16](#_Toc130390219)

[Guide – Parler en public et défense des droits 16](#_Toc130390220)

[Balado « Educate to Advocate — Public speaking » (anglais seulement) 17](#_Toc130390221)

[Document « Apprendre à sensibiliser : parler en public » 17](#_Toc130390222)

[Rédaction de lettres 21](#_Toc130390223)

[Guide – Initiation aux lettres de défense des droits 21](#_Toc130390224)

[Modèle de lettre de défense des droits 30](#_Toc130390225)

[Balado sur les lettres de défense des droits (audio) 34](#_Toc130390226)

[Balado sur les lettres de défense des droits (traduction de la transcription) 34](#_Toc130390227)

[Relations gouvernementales 44](#_Toc130390228)

[Guide – Relations gouvernementales 101 44](#_Toc130390229)

[Guide – Comment faire une représentation auprès d’une municipalité 51](#_Toc130390230)

[Relations publiques 57](#_Toc130390231)

[Comment ... approcher les médias 57](#_Toc130390232)

[Comment... utiliser les médias sociaux pour défendre des droits 60](#_Toc130390233)

[Comment... bâtir de solides partenariats dans une optique de défense de droits 64](#_Toc130390234)

[Comment... composer avec des situations inattendues 66](#_Toc130390235)

[Campagnes 70](#_Toc130390236)

[Guide – Planification d’une campagne de sensibilisation bénévole 70](#_Toc130390237)

[Comment créer une stratégie de campagne réussie 80](#_Toc130390238)

[Législation sur les droits des personnes handicapées 83](#_Toc130390239)

[Loi fédérale 83](#_Toc130390240)

[Législation provinciale relative aux personnes handicapées 85](#_Toc130390241)

# Pour commencer

## Guide – Initiation à la défense des droits

Bienvenue à l’Initiation à la défense des droits. Que la défense des droits et des intérêts fasse officiellement partie ou non de vos fonctions à INCA, nous jouons tous un rôle au chapitre de la défense des droits et des intérêts des personnes aveugles ou ayant une vision partielle.

Dans ce document vous en apprendrez plus sur les sujets suivants :

* Qu’est-ce que la défense des droits et des intérêts
* Qui est un défenseur des droits et des intérêts
* Les différents types de défense des droits et des intérêts
* Pourquoi les gens défendent les droits et les intérêts
* Le rôle d’INCA dans la défense des droits et des intérêts
* L’équipe d’INCA pour la défense des droits et des intérêts
* Les étapes menant à l’autodéfense de ses droits
* Intersectionnalité

### Qu’est-ce que la défense des droits et des intérêts?

D’après INCA, la définition de la défense des droits et des intérêts est la suivante :

« La défense des droits et des intérêts consiste à persuader une personne influente, le public, les entreprises, organisations ou le gouvernement de changer les attitudes, les politiques ou les pratiques concernant une cause. »

En d'autres termes, ceci consiste à essayer d'apporter un changement positif.

Vidéo : “What is Advocacy?” (en anglais seulement)

(Qu’est-ce que la défense des droits et des intérêts?)

<https://www.youtube.com/watch?v=OtkqLIcrd4I&t=3s>

(Qu’est-ce que la défense des droits et des intérêts?)

Vidéo de CNIB : What is advocacy? (en anglais seulement)

<https://www.youtube.com/watch?v=4rPRQXwJObc&t=1s>

#### Qui est un défenseur des droits et des intérêts?

Il existe de nombreux mythes concernant l’identité d'un défenseur. En voici quelques-uns :

* Un défenseur des droits est une personne en colère ou qui parle fort.
* Un défenseur des droits possède une formation ou une éducation en politique publique ou en relations gouvernementales.
* Un défenseur des droits participe à une action directe, comme prendre part à des manifestations ou porter des pancartes.
* Un défenseur des droits est un lobbyiste professionnel ou a de bonnes relations avec des personnes importantes.

Même si certains défenseurs des droits possèdent l'une ou l'autre de ces qualités, aucune d'entre elles n'est nécessaire pour être un bon défenseur.

### Êtes-vous un défenseur des droits et des intérêts?

Réfléchissez aux questions suivantes :

* Êtes-vous souvent confronté à des obstacles que vous voulez éliminer?
* Voulez-vous changer les choses pour vous-même?
* Voulez-vous changer les choses pour les autres ?
* Voulez-vous changer les choses pour la société ?
* Voulez-vous modifier les attitudes, les perceptions et les comportements pour briser les barrières et créer une équité?
* Si vous répondez à l’une ou l’autre de ces questions par oui, vous êtes un défenseur des droits.

### Types de pratique de défense des droits

Il existe quatre types de pratique de défense des droits, notamment :

1. Autodéfense de vos droits
2. Défense systémique
3. Défense des droits par une tierce partie
4. Éducation et sensibilisation

#### Autodéfense de vos droits

On entend par autodéfense le fait de se défendre et faire valoir ses besoins. Par exemple, vous pouvez faire savoir à votre professeur que vous devez vous asseoir à l'avant de la classe ou demander un document dans un format accessible. Même si le même problème peut toucher d'autres personnes, vous vous sentez motivés à changer les choses parce que cela vous touche personnellement.

#### Défense systémique

La défense systémique consiste à influencer et à changer le mode de fonctionnement des systèmes de manière à ce que la population en bénéficie. Les défenseurs systémiques se concentrent sur les changements d'attitudes, de loi, de politiques et de pratiques. Parmi les exemples de défenseurs systémiques, citons Black Lives Matter, le mouvement #MeToo, les campagnes sur le changement climatique et la campagne La techno dès maintenant INCA. (https://cnib.ca/en/support-us/advocate/election-2019/technow?region=on)

#### Défense des droits par des tiers

On entend par défense des droits par une tierce partie une intervention par une personne ou le représentant d’une personne ou d’un groupe qui élus, les protecteurs des citoyens, les organisations de personnes handicapées et les comités consultatifs municipaux sur l'accessibilité sont des exemples de représentation par un tiers. INCA participe parfois à la défense des intérêts à titre de tierce partie, mais nous préférons sensibiliser les gens à défendre eux-mêmes leurs intérêts dans la mesure du possible.

#### Éducation et sensibilisation

L'éducation et la sensibilisation visent à accroître le niveau de compréhension du public à l'égard d'une cause donnée afin de favoriser un changement. La récente campagne « Ouvrir les portes du travail » d’INCA est un exemple d'éducation et de sensibilisation. (https://www.youtube.com/watch?v=UZX4zRanj8A)

#### Ne pas oublier

Vous avez peut-être remarqué que les différents types de pratique de défense des droits peuvent se chevaucher. Défendre ses droits auprès d'un magasin pour dénoncer l'inaccessibilité de son site Web relève de l'autodéfense, mais il peut aussi s'agir de défense systémique, car un site Web accessible profiterait à tous et pas seulement à vous. Le mouvement #MeToo est un exemple de défense systémique, d'éducation et de sensibilisation.

Ne vous souciez pas trop de la façon dont les différents types de pratique de défense des droits se chevauchent. Il suffit de pouvoir reconnaître les différents types de défense des droits et ce à quoi ils peuvent ressembler.

### Pourquoi les gens défendent-ils leurs droits?

Les gens défendent leurs droits pour de nombreuses raisons. En voici quelques-unes :

* Lorsque leurs droits ne sont pas respectés
* Lorsque d'autres personnes parlent en leur nom
* Lorsqu'une cause leur tient à cœur
* Pour sensibiliser les élus, les entreprises, les organisations, les décideurs et le public.
* Pour favoriser le changement
* Pour trouver des solutions
* Pour travailler en équipe afin d’atteindre un objectif commun

Voici quelques exemples d’éléments que les gens aveugles ou ayant une vision partielle défendent :

* Accès à l'information et à la communication
* Accès aux services et espaces publics
* Changements dans les services et espaces publics
* Changements d'attitudes, de politiques ou de procédures
* Technologie accessible
* Changements à l'environnement bâti

### Le rôle d’INCA dans la défense des droits et des intérêts

#### Principes directeurs : Autodéfense

INCA s'appuie sur trois principes directeurs en matière d'autodéfense :

1. Nous soutenons nos défenseurs des droits pour qu'ils puissent s'exprimer de leur propre voix sur leurs expériences vécues et leurs droits.

INCA prend position sur certaines questions à titre d'organisme, mais ne parle pas au nom des personnes aveugles ou vivant avec une vision partielle. Nous leur fournissons plutôt des ressources qui leur permettent de défendre leurs intérêts en leur propre nom. Nous collaborons également avec nos bénévoles chargés de la défense des droits et nos partenaires communautaires pour traiter les problèmes systémiques afin de faire en sorte que les personnes directement touchées par un problème soient entendues.

1. Nous fournissons aux défenseurs les informations et les ressources nécessaires pour défendre eux-mêmes les questions qui leur tiennent à cœur.

Si nous consacrons toutes nos ressources et notre temps à des problèmes individuels, cela limite notre capacité à affronter les problèmes systémiques auxquels notre communauté doit faire face. Nous devons également reconnaître que le fait de défendre automatiquement les intérêts d'une personne n'est pas seulement une perte de pouvoir, mais peut également perpétuer la discrimination fondée sur la capacité physique. Notre première approche consiste à fournir à la personne des informations, des ressources et des suggestions pour l’aider à se défendre elle-même.

1. Nous partageons notre position et les histoires vécues par les membres de notre communauté avec des personnes qui peuvent faire valoir leur influence pour renforcer notre voix.

INCA est un organisme respecté et reconnu. Il nous incombe de parler à nos collectivités et de défendre les questions qui leur tiennent à cœur.

#### Principes directeurs : Relations avec les intervenants

INCA s'appuie sur quatre principes directeurs en matière de relations avec les intervenants :

1. Nous utilisons une approche axée sur la collaboration. Nous travaillons directement avec les décideurs pour leur faire connaître les raisons pour lesquelles ils devraient soutenir notre cause. Si le décideur est le gouvernement, cela s'appelle faire du lobbying.

Il est important de communiquer avec les décideurs concernés, même en cas de relation négative ou toxique. Vous devez toujours commencer par exposer le problème et proposer une solution, plutôt que de simplement présenter les faits. Lorsque nous exposons des problèmes sans solutions potentielles, on peut avoir l'impression qu’il s’agit simplement d’une plainte, ou les décideurs peuvent penser que le problème est énorme et ne peut être résolu. Apporter des solutions à la table permet également de s'assurer que les décideurs n’ont pas tout le pouvoir de décision pour régler un problème. Le fait de laisser tout le pouvoir au décideur pourrait avoir des conséquences négatives, comme des réductions de programmes plutôt que des améliorations.

1. Nous lançons des campagnes de sensibilisation auprès du public uniquement si les efforts directs, en coulisses, n'ont pas abouti. Si vous avez une demande spécifique, vous devez la communiquer aux décideurs concernés, même si vous essayez simplement de sensibiliser les gens.

INCA adopte une approche axée sur la collaboration. Si vous vous adressez au public ou aux médias sans vous efforcez de contacter les décideurs auparavant, cela mine la légitimité de la campagne. Nous ne brûlons pas les ponts à moins d'être tout à fait sûrs de ne pas vouloir revenir en arrière. La défense des droits antagoniste est le dernier recours lorsque tout le reste a été tenté.

1. Nous mettons en évidence les problèmes et solutions dans les médias afin d'obtenir le soutien du public et de créer un environnement qui incitera les décideurs à soutenir notre cause.

La question du handicap n’est jamais un enjeu prioritaire, car le public est peu sensibilisé aux obstacles qui y sont liés. Par conséquent, nous devons sensibiliser le public afin que d'autres personnes puissent se joindre à nous pour influencer les décideurs.

1. Nous établissons des partenariats avec des organisations et des coalitions de personnes handicapées aux vues similaires (parties prenantes) soutenant des questions communes qui touchent nos communautés.

Nous sommes plus forts en élevant nos voix ensemble. Notre collaboration permet également de renforcer les capacités de nos collectivités. INCA ne doit pas jouer le rôle de chef de file pour une cause donnée, surtout s'il s'agit d'une question touchant toutes les personnes handicapées et non pas en majorité les personnes aveugles ou vivant avec une vision partielle. Grâce à la collaboration, nous pouvons soutenir les campagnes des autres organisations et nous concentrer sur les enjeux prioritaires pour notre communauté.

#### Principes directeurs internes en matière de défense des droits

INCA s'appuie sur quatre principes directeurs internes en matière de défense des droits :

1. Les positions des défenseurs des droits à l’échelle provinciale et régionale doivent s’aligner sur les positions à l’échelle nationale et doivent être cohérentes d'une région à l'autre, à moins qu'il n’existe une raison claire et approuvée de s'en écarter, ou s’il n’y a pas de politique nationale.
2. Lorsque des bénévoles à l’échelle intrarégionale ou interrégionale ne sont pas d'accord entre eux, INCA soutient leurs efforts d'autodéfense afin de s'assurer que les membres de la communauté puissent se représenter eux-mêmes.
3. De temps à autre, INCA peut prendre une position qui diffère des opinions de certains membres de notre communauté. Le cas échéant, il est important de consulter votre équipe de direction et votre service des communications afin de vous assurer que nos messages et nos justifications sont clairs.
4. Nous resterons ouverts aux défis et aux nouvelles approches et nous serons susceptibles d’ajuster nos positions de temps à autre.

#### Équipe de défense des droits et intérêts d’INCA

La défense des droits fait partie de l'histoire et du mandat d'INCA. Notre organisme a été fondé par des anciens combattants de la Première Guerre mondiale qui militaient en faveur d'une meilleure société pour les personnes aveugles ou ayant une vision partielle. Plus de 100 ans plus tard, INCA continue de défendre les intérêts de ces personnes auprès des trois paliers de gouvernement.

#### Notre équipe nationale de défense des droits et intérêts

L'équipe nationale de défense des droits et intérêts se concentre sur les questions qui touchent tous les Canadiens. Cela comprend le lobbying auprès du gouvernement fédéral pour améliorer la législation fédérale, la rencontre avec les députés et les sénateurs pour discuter des priorités régionales financées par le gouvernement fédéral, et la défense des droits pour améliorer les règlements de l'industrie, tels que les règlements de l'Office des transports du Canada et du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes.

L'équipe nationale de défense des droits et intérêts appuie également les initiatives de défense à l’échelle provinciale et régionale.

Vous pouvez joindre l'équipe nationale de défense des droits par courriel à [advocacy@cnib.ca](mailto:advocacy@cnib.ca).

Vous pouvez joindre l'équipe nationale des chiens-guides à  [guidedogs@cnib.ca](mailto:guidedogs@cnib.ca).

#### Nos équipes provinciales de défense des droits et intérêts

Selon votre province de résidence, il se peut qu'une personne soit chargée de la défense des droits et intérêts de la province et des relations avec le gouvernement. Les domaines d'intérêt de cette personne peuvent comprendre les soins de santé, les routes et les transports provinciaux, l'aide sociale, les élections provinciales et les lois provinciales sur les chiens-guides.

#### Nos équipes régionales de défense des droits et intérêts

Selon votre province de résidence, il se peut qu'une personne soit chargée des initiatives régionales en matière de défense des droits.

Les domaines d'intervention de cette personne peuvent inclure la défense des intérêts au niveau local et municipal, l’offre d’un soutien individuel en matière de défense des droits aux participants locaux, la direction d'un comité de défense des intérêts et la direction de programmes de défense des intérêts pour les participants, ainsi qu'être le premier point de contact pour répondre à toute question individuelle concernant la défense des droits.

Vous pouvez joindre tous les responsables de la défense des droits d’un bout à l’autre du pays à [advocacyleads@cnib.ca](mailto:advocacyleads@cnib.ca).

#### Nos équipes de défense des droits et intérêts non officielles

Oui, c'est vous-même. Chaque membre de notre organisation est un défenseur ayant des connaissances dans différents domaines d’expertise. Par exemple, vous fournissez des informations à vos collègues de Réadaption en déficience visuelle, ce qui a des répercussions directes sur leurs clients. Vous pouvez également orienter des participants aux programmes d’INCA vers le responsable de la défense des droits dans leur localité. Nous sommes tous des défenseurs des droits.

#### Le saviez-vous?

Pour contacter l'équipe nationale de défense des droits, vous pouvez envoyer un courriel à [advocacy@cnib.ca](mailto:advocacy@cnib.ca).

S’il s’agit d’un problème de défense des droits lié aux chiens-guides, vous pouvez envoyer un courriel à [guidedogs@cnib.ca](mailto:guidedogs@cnib.ca)

Pour contacter les responsables de la défense des droits aux quatre coins du Canada, vous pouvez envoyer un courriel à  [AdvocacyLeads@cnib.ca](mailto:AdvocacyLeads@cnib.ca)

Si vous ne savez pas qui sont vos représentants locaux en matière de défense des droits, veuillez vous adresser à votre chef régional ou à votre directeur général.

#### Les étapes de l’autodéfense

Une bonne autodéfense comporte six étapes :

1. Définir le problème
2. Définir les solutions
3. Déterminer où vous adresser et comment aborder le sujet
4. Trouver des alliés
5. Soyez attentif aux moments propices
6. Évaluer et assurer le suivi

Rappel : Si vous désirez obtenir des renseignements ou des ressources, vous pouvez toujours contacter [advocacy@cnib.ca](mailto:advocacy@cnib.ca) ou [guidedogs@cnib.ca](mailto:guidedogs@cnib.ca)

#### 1. Définir le problème

Il n’est pas toujours facile de définir un problème qui peut être compliqué. Le changement que vous recherchez peut ne pas être direct. L'une des meilleures façons de commencer à définir un problème est de le simplifier. Partez du principe que les personnes qui peuvent vous aider entendent parler de ce problème pour la première fois et ne le connaissent pas.

En définissant votre problème, vous saurez également quel est votre objectif et vous serez en mesure de déterminer quand vous réussissez à l’atteindre.

Examinons deux exemples de définition d'un problème et réfléchissons à celui qui serait le plus efficace.

**Exemple 1**

Je m'appuie sur la technologie d'assistance pour utiliser Internet et il m'est impossible de naviguer sur votre site.

**Exemple 2**

Je suis un client aveugle. Hier, j’ai consulté votre site web pour acheter une paire de chaussures mais je n'ai pas pu le faire. J'utilise un logiciel qui agrandit le texte sur l'écran de mon ordinateur, mais la manière dont votre site Web a été conçu ne me permet pas de trouver le bouton de paiement ou d'ajouter des articles à mon panier.

Les personnes qui font partie de la famille INCA peuvent comprendre le premier exemple, un propriétaire de petite entreprise ou un employé d'une grande société n'aura probablement pas une connaissance approfondie de la technologie d'assistance. Le fait de définir clairement le problème permet à tout le monde de comprendre et l’utilisation de l’exemple 2 est beaucoup plus efficace.

La question primordiale à vous poser lorsque vous essayez de définir un problème est la suivante : « Quel est l’obstacle au niveau des attitudes, des politiques, des procédures ou de l'environnement bâti qui m'empêche d'accéder à ce dont j'ai besoin? » 

#### 2. Définir les solutions

Tout problème a une solution. La manière efficace de défendre ses droits consiste à identifier un problème et travailler ensemble pour trouver une solution. Le fait de souligner des problèmes sans envisager de solutions possibles, c’est simplement se plaindre.

Il est important de faire preuve de souplesse lorsque vous définissez des solutions. Envisager plusieurs solutions vous donne plus d'options et plus de possibilités de collaboration que de s’obstiner sur une seule solution.

Pour définir des solutions de manière efficace il faut s'appuyer sur des recherches et des preuves. Vous voudrez aborder votre problème sous l'angle de l’émotionnel afin que les gens en comprennent l'impact, mais vous devrez présenter des solutions étayées par des recherches et des preuves solides si vous voulez les convaincre. Les preuves peuvent être des statistiques, des études de cas, des meilleures pratiques ou des photos. Il est essentiel de présenter vos preuves de manière à ce qu'elles soient faciles à distribuer et à comprendre. Cela vous aidera à communiquer avec les médias, les décideurs et le public.

Après avoir défini vos solutions et rassemblé les preuves pertinentes, vous devrez présenter ces informations sous forme d'un argumentaire convaincant. Réfléchissez à ce que les gens auront besoin d'entendre pour passer à l'action. Que pouvez-vous dire pour les persuader que s’ils agissent pour votre cause, cela peut être bénéfique pour eux aussi? Comment pouvez-vous positionner vos solutions d'une manière qui profite à tous?

Reprenons notre exemple de la section précédente. Même si une refonte du site Web peut résoudre les problèmes d'accessibilité rencontrés par le client qui essayait d'acheter une paire de chaussures, une petite entreprise peut manquer de ressources pour remanier son site Web dans un délai très court. Mais ce n'est pas la seule solution possible. Essayez de penser de manière créative. Le client pourrait-il demander qu'un membre du personnel l'appelle le lendemain pour l'aider à acheter une paire de chaussures au téléphone?

Posez-vous ces questions :

* Quels types de preuves existant déjà que je peux utiliser?
* Quelles sont les preuves que je dois rassembler moi-même?
* Quelles mesures dois-je prendre pour rassembler ces preuves?

#### 3. Déterminer à qui s’adresser et comment aborder le sujet

Après avoir identifié le problème et défini les solutions, vous devez déterminer à qui vous devez vous adresser et comment aborder le sujet. Ceci permettra de persuader les bonnes personnes qu’il est nécessaire d’apporter un changement.

Les démarches peuvent s’avérer très difficiles avant de déterminer où on peut s’adresser. Votre objectif est d’identifier la personne qui a l'autorité ou les ressources nécessaires pour traiter le problème. S’il s’agit d’un problème d’ordre gouvernemental, vous devrez déterminer quel palier de gouvernement est compétent en la matière. Vous pourrez ensuite trouver qui est le décideur. Les gouvernements disposent souvent d'un répertoire public dans lequel vous pouvez effectuer des recherches pour trouver le décideur. Vous pouvez également vous adresser à vos représentants élus pour obtenir des renseignements.

S’il s’agit d’une question d’envergure qui implique de nombreuses parties prenantes, vous pouvez créer une liste de tous les décideurs et influenceurs potentiels. Cela vous aidera à rester organisé.

Posez-vous les questions suivantes :

* Qui a le pouvoir d'effectuer le changement?
* Existe-t-il d'autres acteurs clés qui peuvent influencer le décideur?
* Comment pouvez-vous joindre ces personnes?

Après avoir déterminé où vous devez vous adresser, l'étape suivante porte sur la manière d’aborder le sujet. Essayez d’appliquer l’ABC de l’argumentation : arguments clairs, concis et convaincants.

Pour vous assurer de transmettre un message clair, concis et convaincant, concentrez-vous sur les points suivants :

* Expliquez le problème.
* Expliquez pourquoi il est important de le résoudre.
* Expliquez les mesures à prendre pour le résoudre.

Il peut être utile de dresser une liste des personnes avec lesquelles vous désirez communiquer par téléphone, par courriel ou en personne. Votre liste peut inclure le nom de la personne, le poste qu’elle occupe ou l’intérêt qu’elle porte à votre campagne, la manière dont vous la contacterez, la date où vous le ferez, les informations que vous lui communiquerez et la date de suivi.

#### 4. Trouver des alliés

Dans la plupart des cas, vous ne serez pas la première personne à défendre une cause. Faites appel à vos réseaux pour savoir si d'autres personnes ont connu des problèmes similaires. Il peut s'agir de votre famille, de vos amis, de vos voisins, de vos collègues, de personnes avec qui vous faites du bénévolat, de personnes avec qui vous participez à des activités récréatives, d’organisations communautaires, de groupes de personnes handicapées et de citoyens de votre ville.

En trouvant d'autres personnes pour se joindre à vos efforts de défense des droits, vous serez plus nombreux à vous dévouer à la cause et à partager la charge de travail. De plus, un groupe plus important de personnes ou d'organisations qui défendent une cause permet d'attirer plus facilement l'attention des médias ou des décideurs.

Cherchez des alliés parmi ceux qui sont touchés par le problème. Par exemple, les trottoirs encombrés affectent les personnes aveugles ou ayant une vision partielle, mais aussi les personnes en fauteuil roulant et les parents avec des poussettes.

Assurez-vous que tous les participants à votre campagne comprennent les objectifs et les messages clés. Toutes les organisations et personnes participant à la campagne doivent collaborer afin d’obtenir un résultat commun. Passez en revue les messages clés ensemble et déterminez quels membres de votre équipe prendront contact avec les décideurs et les personnes influentes figurant sur votre liste.

#### 5. Soyez attentif aux moments propices

Vous considérez peut-être votre cause comme étant la plus importante, mais pour les décideurs, elle n’en est qu’une parmi tant d’autres. Pour cette raison, il est essentiel que vous compreniez le climat du système dans lequel vous essayez de défendre vos droits, que ce soit auprès d'un fournisseur de services local ou du gouvernement fédéral. Par exemple, si votre cause relève de la compétence de votre administration municipale, mais si une élection municipale est prévue dans quelques semaines, vous voudrez peut-être attendre l’élection du nouveau maire avant de présenter votre problème.

Pensez aux prochaines étapes qui pourraient avoir des répercussions sur votre capacité à défendre la cause, comme les journées de sensibilisation et les réunions du conseil. Pouvez-vous lier votre sujet de défense des droits à d'autres jalons, comme un budget ou une élection?

Si vous déterminez que le moment est propice pour défendre l’enjeu, déterminez les délais des décideurs afin de vous préparer comme il faut. Si vous prévoyez une réunion avec un décideur, mais que cet enjeu a déjà été voté au Conseil, vos efforts de défense des droits n'auront pas d'impact sur la décision.

#### 6. Évaluer et assurer le suivi

Lorsque vous avez commencé à défendre vos droits pour une cause donnée, vous aviez des objectifs clairs. Vous saviez à quoi ressemblerait le succès et comment vous pourriez le mesurer jusqu’à l’obtention. Maintenant, vous pouvez célébrer vos réalisations et réfléchir à ce qui a fonctionné, pourquoi cela a fonctionné et à ce que vous feriez différemment la prochaine fois.

Posez-vous les questions suivantes :

* Le problème a-t-il été résolu?
* Votre communication était-elle claire, concise et convaincante?
* Les alliés et les intervenants ont-ils élevé leur engagement au niveau de leurs promesses?
* Avec quels alliés et intervenants devez-vous partager les résultats?
* Si le problème n'a pas été résolu, existe-t-il d'autres informations ou d'autres alliés qui pourraient vous aider à poursuivre vos efforts de défense des droits?

### Intersectionnalité

On entend par intersectionnalité un cadre permettant de comprendre comment les identités sociales fonctionnent ensemble pour créer différentes formes de discrimination et de privilège.

Plusieurs facteurs peuvent se croiser pour créer un avantage ou un désavantage. Il peut s'agir de :

* classe sociale
* handicap
* identité sexuelle
* statut d'immigration
* race
* religion
* sexe
* orientation sexuelle
* statut socio-économique

Ces facteurs se recoupent pour créer l'expérience vécue d'une personne et peuvent à la fois renforcer et opprimer. Les défenseurs des droits doivent s'assurer que les voix de toutes les communautés touchées sont incluses et reconnues.

Si vous défendez une cause en tant qu'employé ou bénévole d'INCA, vous devez :

* Reconnaître que chaque personne a plusieurs identités qui font d’elle ce qu'elle est.
* Reconnaître que vous parlez au nom de ceux que vous défendez. Il vous incombe d'amplifier leur voix en écoutant activement et en communiquant leurs préoccupations.
* Reconnaître qu'un enjeu peut avoir de multiples répercussions, en fonction des identités croisées d'une personne. Par exemple, si les compressions budgétaires affectent l'accès à la technologie pour les personnes handicapées, l'impact peut être aggravé pour les personnes qui ont un accès inégal à l'emploi en raison d'autres facteurs, comme l'identité de genre.
* Reconnaître que vous devez faire appel à d'autres personnes. Tendez la main aux dirigeants communautaires et aux organisations au service des personnes issues de communautés diverses et soyez prêt à apprendre et à désapprendre.

# Parler en public

## Guide – Parler en public et défense des droits

Prendre la parole en public peut être un moyen de défendre des enjeux et de s’engager auprès du public et de parties prenantes au sein de la communauté. Lorsque vous défendez un enjeu, il est possible que vous ayez l’occasion de parler avec une personne ou un groupe capable de vous aider à résoudre votre problème et créer du changement. Bien que prendre la parole en public puisse être angoissant pour certaines personnes, plus on s’y prépare, plus on se sentira en confiance.

### Préparation de votre message de défense

* Connaissez les personnes qui forment votre public. Faites des recherches pour cerner leurs intérêts, leurs préoccupations, leurs préjugés, leur expérience personnelle ou leur sphère d’influence.
* Développez vos messages clés. Les messages clés sont les principaux points que vous voulez que votre public entende, comprenne et retienne. Un message clé efficace est concis, pertinent, simple et mémorisable. Expliquez clairement l’enjeu, pourquoi il est important et le changement ou le résultat positif que vous souhaitez.
* Établissez des messages de soutien. Veillez à ce qu’ils soient pertinents pour le public et assurez-vous de les expliquer clairement. Abordez ces messages par ordre descendant d’importance. Des messages de soutien peuvent inclure des principes, des lois, des causes et effets, des statistiques, des anecdotes, des citations d’autorités, des comparaisons ou encore des exemples.
* Préparez-vous à répondre à des questions ou objections courantes portant, par exemple, sur les coûts, l’expertise, la légalité, la capacité et des mythes. Au besoin, proposez de revenir avec des réponses à une date ultérieure en disant : « Je ne connais pas la réponse, mais je vais faire ma recherche et vous revenir à ce sujet ».
* Terminez par un appel à l’action ou la formulation d’une demande explicite.

### Conseils pour prendre la parole pendant une rencontre

* Utilisez des titres appropriés et prononcez correctement les noms.
* Faites preuve de politesse et de respect et dégagez de la confiance.
* Essayez d’avoir un langage corporel qui est ouvert et accessible.
* Établissez un contact en faisant face à votre interlocuteur et, si plusieurs personnes sont présentes, demandez-leur où chacune est assise et tournez-vous de sorte à pouvoir regarder tout le monde.
* Si vous prenez la parole au sein d’une équipe, décidez qui dira quoi et quand.
* Utilisez un langage simple et direct. Évitez les longues anecdotes et les mots potentiellement controversés.
* Ayez un message et un appel à l’action clairs. Expliquez à votre public l’importance de votre message et vos attentes à son endroit.
* Laissez votre public voir et ressentir votre enthousiasme et votre passion. Parlez avec votre cœur et votre expérience. Partager votre histoire personnelle ou votre expérience vécue montre au public l’aspect personnel de votre appel à l’action.
* Ayez conscience des limites de temps et n’oubliez pas d’allouer du temps aux questions.
* Remerciez le public pour son écoute, la possibilité de vous exprimer et son soutien.
* Préparez-vous à répondre à des questions et objections courantes; répondez du mieux que vous pouvez ou proposez de revenir avec les réponses à une date ultérieure. Préparez-vous à un éventail de réponses possibles, qu’elles soient positives ou négatives.
* Laissez une copie écrite de vos messages clés et vos coordonnées aux fins de tout suivi pouvant être nécessaire.
* Pour plus d’information sur les compétences de présentation, veuillez consulter notre document intitulé [Apprendre à sensibiliser : parler en public](https://cnib.ca/sites/default/files/2019-06/Apprendre%20%C3%A0%20sensibiliser%20-%20parler%20en%20public%20_FR.docx).

### Conseils pour prendre la parole pendant une activité de réseautage

* Envisagez d’avoir un guide voyant avec vous pour vous aider à vous déplacer dans une grande salle ou à identifier les personnes à qui parler.
* Circulez dans la salle et prenez soin de parler avec autant de personnes-ressources « clés » que possible. N’oubliez pas que les gens sont là pour réseauter, alors n’ayez pas peur d’aborder quelqu’un!
* Pour vous joindre à des groupes qui parlent ensemble, insérez un commentaire ou présentez-vous.
* Portez attention aux politiciens et aux décisionnaires qui circulent dans la salle.
* Il peut arriver que vous deviez vous retirer poliment d’une longue conversation avec une autre personne. Si vous êtes là pour une raison en particulier, vous ne voulez pas manquer votre chance de parler à la bonne personne.
* Demandez le titre, le service ou l’organisation ainsi que le nom (orthographe) de la personne et obtenez sa carte de visite pour être en mesure de faire un suivi par la suite.
* Faites un suivi par courriel pour remercier la personne, réitérer vos messages clés ou présenter votre demande.

## Balado « Educate to Advocate — Public speaking » (anglais seulement)

Lien : [Balado « Educate to Advocate »](https://soundcloud.com/user-682828220/educate-to-advocate-april-17-2019?si=557a6b1207004308b39377a288f60799&utm_source=clipboard&utm_medium=text&utm_campaign=social_sharing)

## Document « Apprendre à sensibiliser : parler en public »

**Présenté par Heather Edwards : 17 avril 2019**

### Se sentir à l’aise et être efficace

* La pression peut être différente selon les attentes, la connaissance de l’auditoire et la connaissance de la matière.
* [Toastmasters](https://www.toastmasters.org/) : un programme à but non lucratif qui enseigne les aptitudes à s’exprimer en public à son propre rythme et qui met en place un environnement sans risque et bienveillant où les participants obtiennent une rétroaction sur leur prise de parole.

#### Conseils généraux sur l’art de parler en public

* **Parlez avec assurance.** Soyez attentif à votre posture et faites face à votre auditoire.
* **Variété vocale.** Utilisez le débit de paroles et l’intonation de la voix, ainsi que des phrases de diverses longueurs pour garder l’auditoire intéressé.
* **Expressions faciales.** Assurez-vous que vos expressions faciales témoignent du contenu de votre présentation.
* **Choisissez vos mots.** Créez une image avec vos mots de manière à ce que votre auditoire comprenne l’incidence de votre demande**.**
* **Utilisez un ton de voix naturel**, mais assurez-vous que votre voix porte pour un auditoire plus grand et parlez à partir du diaphragme.

**Importance des pauses**

* **Prenez votre temps.** Si vous venez de raconter une anecdote drôle ou de présenter un argument convaincant, faites une pause pour donner le temps à l’auditoire de réagir.

**Lorsque vous vous adressez à une plus grande foule**

* **Ce n’est pas vous, mais plutôt votre contenu, qui compte.** L’auditoire est venu en raison de son intérêt pour votre message.
* **Vous êtes la seule personne à connaître votre matériel de présentation.** Il vous appartient de communiquer la matière à votre auditoire.

### Composition de votre message : vous préparer à livrer une présentation

* **Préparez votre message.** Assurez-vous qu’il comporte une introduction, un corps et une conclusion.
* **Langage.** Utilisez un langage qui crée une image convaincante ou une idée pour votre auditoire.
* **Introduction.** Précisez le sujet et le contenu de votre présentation – une question rhétorique peut inciter votre auditoire à penser à la matière que vous présentez.
* **Corps.** De trois à cinq points principaux à aborder, soit les points clés que vous voulez que votre auditoire se rappelle.
* **Soyez concis.** Votre auditoire ne pourra pas retenir un grand nombre de points dans un court laps de temps.
* **Conclusion.** Assurez-vous que votre message est percutant en y ajoutant les points les plus importants que votre auditoire doit retenir. N’ajoutez pas de matière à votre conclusion. Si vous avez oublié d’aborder des points, vous êtes le seul à le savoir. Terminez sur une note de confiance – ne vous excusez pas.
* **Mémorisez vos remarques d’ouverture et de clôture ainsi que vos points principaux.** Cela vous donnera confiance même si vous êtes nerveux ou ne pouvez pas voir vos notes. En mémorisant votre introduction et votre conclusion, vous pouvez regarder votre auditoire, ce qui crée un lien visuel avec les membres de l’auditoire.
* **Coordination.** En préparant une esquisse de votre présentation, vous pourrez résumer votre message dans le cas où vous manqueriez de temps.

### Connaissance de votre auditoire

* Planifiez le temps qu’on vous accorde, mais ne perdez pas de vue que vous pourriez manquer de temps dans certaines situations.
* Gardez en mémoire votre « demande » ou le message que vous voulez transmettre en priorité dans des situations où l’auditoire a moins de temps que prévu pour vous écouter.
* La connaissance du type d’auditoire vous aidera à décider si un discours plus long ou un « argumentaire éclair » convient le mieux.
* Voulez-vous informer votre auditoire, le persuader, ou les deux?
* Évitez le jargon que votre auditoire ne connaît pas nécessairement. Si vous devez utiliser du jargon, définissez les termes.
* Respectez le temps qui vous a été accordé.
* Ne donnez pas trop de détails qui affaiblissent votre message principal.
* Les anecdotes personnelles peuvent aider à capter l’attention d’un auditoire, mais il faut savoir les doser en fonction de l’auditoire.

#### Des propos qui persuadent

* **Connaissez votre demande.** Que voulez-vous que votre auditoire fasse?
* **Qu’a-t-on à y gagner?** Montrez à votre auditoire les avantages de votre idée.
* **Qu’arrivera-t-il par la suite?** Montrez à votre auditoire ce que seront les conséquences.
* **Comment le fera-t-on?** Montrez à votre auditoire comment on peut travailler avec vous.
* Quelles sont les ressources accessibles et comment les membres de l’auditoire peuvent-ils y accéder?.

**S’entretenir avec des politiciens et du personnel gouvernemental**

* L’horaire des politiciens peut changer rapidement et souvent ils peuvent ne disposer que de peu de temps.

**Chercher des mesures d’adaptation**

* Formulez vos demandes de manière à ce que votre auditoire puisse comprendre ce qui est requis.
* Soyez clair et concis même dans des situations très intenses où vous faites un plaidoyer pour vous-même ou d’autres.
* Soyez concis et persuasif avec des alliés ou des donateurs potentiels.

### Logistique

* Connaissez la configuration des lieux de votre présentation. Si vous êtes aveugle, il vous sera utile de connaître l’aménagement et si vous devez emprunter des marches.
* Y aura-t-il une séance de Q-R à la fin? Avez-vous un plan pour gérer ce processus si vous êtes aveugle?
* Avez-vous un plan de gestion des diapositives ou d’autre matériel de présentation?
* Exercez-vous seul et avec d’autres pour augmenter votre confiance et assurez-vous que la durée de votre présentation respecte le temps alloué.
* « Que faire si? » Il est difficile d’anticiper tout ce qui pourrait arriver, mais restez calme et connaissez votre matière de manière à pouvoir faire face à n’importe quelle situation.

### Aide-mémoire

* Il est bien utile de connaître votre introduction, les points principaux et la conclusion de votre présentation, mais mémoriser la présentation par cœur peut faire en sorte que votre prestation manque de naturel.
* Utilisez des moyens mnémotechniques. Un acronyme peut vous aider à vous rappeler les points principaux sans les lire.
* Utilisez un format avec lequel vous êtes à l’aise pour vos notes. Assurez-vous avant la présentation que tout l’équipement dont vous avez besoin est chargé et fonctionne bien.

### Ressources externes (en anglais)

* [Orai Communication Coaching App](https://www.orai.com/) : une appli qui identifie les mots-chevilles, un débit de paroles trop rapide ou trop lent, et d’autres facteurs pour aider à améliorer votre prestation (pour de meilleurs résultats avec VoiceOver servez-vous d’écouteurs)
* [Chicago Lighthouse: Tips for Public Speaking as a Person with Vision Loss](https://chicagolighthouse.org/sandys-view/tips-for-public-speaking/)

# Rédaction de lettres

## Guide – Initiation aux lettres de défense des droits

### L’objectif d’une lettre de défense des droits

Rédiger une lettre peut être un excellent moyen de défendre des droits relatifs à un enjeu ayant un impact disproportionné sur les personnes qui sont aveugles ou ont une vision partielle. Que l’enjeu faisant l’objet de votre travail de défense ait un impact sur une seule personne ou sur une communauté entière, les mêmes étapes de base de l’autodéfense s’appliquent. Pour un examen plus approfondi des étapes de l’autodéfense, voir « Défense des droits et des intérêts 101 ».

L’objectif de toute initiative de défense des droits, y compris la rédaction de lettres, est d’éliminer des obstacles auxquels sont confrontés des groupes marginalisés. L’élimination d’obstacles favorise l’équité et permet aux personnes de s’engager pleinement dans leur communauté et d’accéder à des biens et services sans complications inutiles.

L’objectif d’une lettre de défense des droits est de présenter l’enjeu et d’inviter le destinataire à collaborer avec vous pour trouver une solution. Il est toujours préférable de supposer que le destinataire de votre lettre souhaite trouver une solution au problème, mais ne sait pas comment s’y prendre. Cela vous aidera à vous assurer que vous abordez le processus de rédaction de la lettre sur un ton respectueux et avec la volonté de travailler ensemble à la recherche d’une solution.

### Une lettre de défense des droits efficace décortiquée

Une lettre de défense des droits efficace peut être décortiquée en plusieurs sections distinctes :

1. La salutation
2. L’introduction
3. L’enjeu
4. La solution
5. La conclusion

#### 1. La salutation

La salutation de votre lettre est le message d’ouverture. Souvent, la salutation associe un mot de salutation au nom et/ou au titre de la personne. Par exemple, « Cher James » ou « À l’attention du conseiller Leung ».

La salutation est la première chose que lira votre destinataire. Elle donne donc le ton de ce qui suit et indique à votre lecteur que vous agissez avec professionnalisme et que vous avez fait vos devoirs. C’est pourquoi il est important de bien réfléchir à votre salutation.

Si vous écrivez une lettre à une personne élue, tâchez de toujours utiliser une formule de salutation formelle. Le Canada a adopté un protocole officiel pour s’adresser à différents fonctionnaires et dignitaires. Vous trouverez différentes formules épistolaires sur le site de Patrimoine canadien, à l’adresse <https://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/services/directives-protocolaires-evenements-speciaux/formules-epistolaires.html>

Il est important de noter que la salutation utilisée pour une personne différera souvent de son titre officiel. Par exemple, on s’adresse au lieutenant-gouverneur en l’appelant Son Honneur. Consultez les formules épistolaires pour plus d’information.

Si le destinataire de votre lettre n’est pas une personne élue, vous n’avez pas à utiliser ces titres officiels, mais vous devriez tout de même vous adresser à un représentant de haut niveau par son titre. Par exemple, « À l’attention de James Leung, président et chef de la direction ».

**Un mot concernant les pronoms genrés**

Des pronoms sont des mots que nous utilisons à la place d’un nom propre désignant une personne.

Vous avez peut-être remarqué que les gens partagent leurs pronoms dans leurs présentations, signatures électroniques et porte-nom. Nous partageons des pronoms pour éviter de supposer les pronoms de quelqu’un sur la base de facteurs comme l’apparence physique. En partageant nos propres pronoms, nous encourageons les autres à faire de même. Utiliser les bons pronoms d’une personne est un moyen important d’affirmer qui elle est et envoie un message fondamental, en l’occurrence « Je suis une personne alliée ». L’alliance inclusive (*allyship* en anglais) permet de construire des espaces plus accueillants pour tout le monde.

Certains pronoms courants sont elle, il et iel. Certaines personnes préfèrent ne pas utiliser de pronoms du tout.

**Voici quelques exemples de l’utilisation de pronoms :**

* Mon amie Sunita utilise le pronom elle. Elle arrivera en retard à la réunion. Je vais garder un siège pour elle, et je prendrai la chaise à la gauche d’elle.
* Mon amie Sunita utilise le pronom iel. Iel arrivera en retard à la réunion. Je vais garder un siège pour iel, et je prendrai la chaise à la gauche d’iel.
* Mon amie Sunita n’utilise aucun pronom. Sunita arrivera en retard à la réunion. Je vais garder un siège pour Sunita, et je vais prendre la chaise à la gauche de Sunita.

Ce n’est pas tout le monde qui se sentira à l’aise de partager ses pronoms. Certaines personnes peuvent choisir de ne pas partager leurs pronoms pour diverses raisons, notamment :

* Elles s’interrogent;
* Elles n’utilisent pas de pronoms;
* Elles ne se sentent pas à l’aise pour en partager au moment présent;
* Elles ne se sentent pas à l’aise pour partager cet espace;
* Elles craignent d’être victimes d’intimidation ou de harcèlement après avoir partagé leurs pronoms.

Lorsque vous adressez une lettre à une personne et ne connaissez pas avec certitude les pronoms qu’elle utilise, il est préférable d’éviter les pronoms genrés ou d’utiliser un langage neutre pour éviter de mégenrer la personne. Vous pouvez vous adresser à la personne en utilisant son nom, son titre ou une combinaison de son nom et de son titre au lieu d’utiliser des titres sexués comme monsieur ou madame. Si vous adressez une lettre à un groupe, vous pouvez opter pour un langage neutre comme « Membres du comité » ou « Conseillers » au lieu d’un langage spécifique par rapport au genre comme « Mesdames et Messieurs ».

**Une salutation décortiquée**

* Un mot de salutation qui précède le nom du destinataire;
* Le nom du destinataire;
* Le titre du destinataire, s’il y a lieu; La salutation peut venir avant ou après le nom du destinataire, selon le titre de la personne.

**Exemples:**

* Cher James Leung
* Cher James Leung, président et chef de la direction
* À l’attention du conseiller Leung
* Chers membres du comité

#### 2. L’introduction

La ou les premières lignes de votre lettre doivent expliquer qui vous êtes et pourquoi vous écrivez cette lettre. C’est le pont entre votre salutation et le corps de votre lettre. L’introduction donne à votre lecteur un aperçu de vous et de l’enjeu.

Si vous êtes un citoyen privé ou un défenseur individuel et que vous écrivez la lettre en votre nom personnel, vous devez indiquer votre nom et préciser qui vous êtes par rapport au destinataire. Par exemple, vous voudrez peut-être partager que vous êtes un citoyen aveugle ou malvoyant d’une communauté donnée, un électeur aveugle ou malvoyant d’une circonscription donnée ou encore un client aveugle ou malvoyant d’une entreprise donnée.

Si vous écrivez la lettre au nom d’une autre personne ou d’un groupe de personnes, cela doit également être précisé dès l’introduction. Vous devez indiquer votre nom, expliquer au nom de qui vous écrivez et préciser qui est la personne ou le groupe de personnes par rapport au destinataire. Par exemple, vous voudrez peut-être expliquer que vous écrivez au nom d’un citoyen aveugle ou malvoyant d’une communauté donnée, d’un groupe d’électeurs aveugles ou malvoyants d’une circonscription donnée ou encore d’un groupe de clients aveugles ou malvoyants d’une entreprise donnée.

Ensuite, vous voudrez donner un aperçu de l’enjeu sur lequel vous écrivez. Votre explication de l’enjeu doit être claire et concise. Vous aurez tout l’espace nécessaire pour développer l’enjeu dans la section suivante de la lettre. Dans l’introduction, votre objectif est d’énoncer l’enjeu en aussi peu de mots ou de phrases que possible tout en communiquant le cœur de l’enjeu.

**Un mot à propos de la colère**

Il est important d’éviter d’exprimer de la colère dans votre introduction ou dans toute autre partie de votre lettre. Bien que la colère soit une réaction naturelle de toute personne faisant face à des obstacles, votre lettre doit dégager un ton professionnel et respectueux qui ouvrira la porte à une résolution collaborative des problèmes. Gardez à l’esprit que vos efforts de défense des droits peuvent avoir une réelle incidence sur la vie de vos voisins, de vos amis et des membres de votre communauté. Il est donc important que vous fassiez tout votre possible pour obtenir un résultat positif.

**Une introduction décortiquée**

* Indiquez votre nom;
* Indiquez votre rôle, le cas échéant;
* Expliquez au nom de qui vous plaidez, si c’est le cas;
* Expliquez qui vous êtes par rapport au destinataire ou qui est la personne ou le groupe dont vous défendez les droits par rapport au destinataire;
* Fournissez un aperçu de l’enjeu;
* Évitez d’exprimer de la colère.

**Exemples:**

* Mon nom est Ravi Patel, je suis aveugle et je réside à Milton. Je vous écris pour partager avec vous mes préoccupations concernant les obstacles à l’accessibilité que constituent les terrasses aménagées sur les trottoirs du centre-ville.
* Je m’appelle Melissa Jenkins et je suis une bénévole d’INCA chargée de la défense des droits. Je vous écris au nom d’un groupe de résidents aveugles et malvoyants de Milton. Nous aimerions partager avec vous nos préoccupations concernant les obstacles à l’accessibilité que constituent les terrasses aménagées sur les trottoirs du centre-ville.

#### 3. L’enjeu

Dans la partie suivante de votre lettre, vous donnerez plus de détails sur l’enjeu que vous avez présenté dans l’introduction. Dans cette partie de la lettre, votre objectif principal est d’expliquer l’enjeu de manière à ce qu’il soit facile à comprendre. Pour éliminer des obstacles, ceux qui ont le pouvoir de provoquer des changements doivent être en mesure de comprendre l’enjeu et l’incidence de cet enjeu sur leurs électeurs, leurs mandants, leurs clients, etc.

Si l’enjeu peut sembler simple à expliquer, gardez en tête que la personne ou l’organisation à laquelle vous écrivez en entend peut-être parler pour la première fois. Lorsque vous présentez l’enjeu, il est essentiel que vous choisissiez des mots que votre public comprendra.

**Prenons un exemple.**

Énoncé 1 : Je suis aveugle et il m’est impossible de m’orienter dans votre magasin, car les marquages au sol sont inaccessibles.

Énoncé 2 : Je suis aveugle et j’utilise une canne blanche pour m’orienter dans mes déplacements. Je sais que tous les clients de votre magasin sont censés suivre les flèches sur le sol, mais je ne suis pas en mesure de les voir les flèches, ni de les sentir avec ma canne lorsque je la fais glisser sur le sol. Par conséquent, je ne suis pas en mesure de faire mes achats de manière indépendante dans votre magasin.

Si l’énoncé 1 peut être facilement compris par ceux d’entre nous qui font partie de la communauté d’INCA, il est possible que ceux qui n’en font pas partie ne soient pas familiarisés avec ce qui est accessible ou inaccessible pour les personnes aveugles ou ayant une vision partielle. Le terme « inaccessible » est du jargon. Bien que ce jargon ait une signification pour ceux d’entre nous qui font partie de la communauté d’INCA, il est possible que les membres du public aient besoin d’une explication beaucoup plus claire d’un obstacle.

#### 4. La solution

#### 

Lorsqu’on s’engage dans une défense, peu importe le type, il est important de se préparer avec des solutions potentielles. Parler de problèmes sans envisager de solutions, c’est se plaindre. Bien que vous n’ayez pas besoin d’avoir toutes les réponses, montrer votre volonté de collaborer et de résoudre des problèmes ensemble créera un climat de coopération et rendra les autres plus ouverts à travailler avec vous maintenant et à l’avenir.

**Prenons un exemple.**

Énoncé 1 : Votre menu n’est pas accessible aux aveugles, car il n’existe qu’en version imprimée.

Énoncé 2 : Votre menu n’est pas accessible aux aveugles, car il n’existe qu’en version imprimée. L’offrir dans d’autres formats, tels qu’en gros caractères et en braille, en plus de proposer une option numérique, en ferait un menu plus accessible à tout le monde.

Si la première phrase des énoncés 1 et 2 est vraie, la présentation de solutions dans l’énoncé 2 ouvre la voie à la résolution du problème.

Il est important de proposer des solutions à la fois précises et réalistes. Une solution précise est une solution qui est clairement expliquée. Une solution réaliste est une solution qui peut être réalisée sur le plan pratique. Bien que l’objectif des membres de la communauté d’INCA soit d’éliminer des obstacles pour les personnes aveugles ou ayant une vision partielle, aucun changement ne peut se faire du jour au lendemain. Ce sont de petites victoires qui mènent à de grands progrès.

**Prenons un exemple.**

Énoncé 1 : Vous devez rendre votre compagnie de taxis plus accessible aux personnes aveugles ou ayant une vision partielle.

Énoncé 2 : Vous pourriez rendre votre compagnie de taxis plus accessible et inclusive pour les personnes aveugles ou ayant une vision partielle en offrant à vos chauffeurs une formation sur les droits légaux des maîtres de chiens-guides.

Bien que les deux énoncés soient axés sur la même solution – rendre la compagnie de taxis plus accessible aux personnes aveugles ou ayant une vision partielle –, l’énoncé 1 manque de précision. Il indique au destinataire qu’un changement est nécessaire, mais il n’explique pas clairement comment ce changement peut être réalisé.

**Prenons un autre exemple.**

Énoncé 1 : Vous pourriez rendre votre compagnie de taxis plus accessible et inclusive pour les personnes aveugles ou ayant une vision partielle en n’embauchant désormais que des gens qui aiment les chiens.

Énoncé 2 : Vous pourriez rendre votre compagnie de taxis plus accessible et inclusive pour les personnes aveugles ou ayant une vision partielle en offrant à vos chauffeurs une formation sur les droits légaux des maîtres de chiens-guides.

Encore une fois, si les deux énoncés visent le même objectif, le premier n’est pas réaliste. Il ne s’agit pas d’une solution que le bénéficiaire serait en mesure de mettre en œuvre.

Certains défenseurs préconisent de proposer trois solutions possibles, la première étant la solution idéale et les deux autres étant soit moins idéales, soit peu pratiques. Le nombre de solutions que vous proposerez dépendra des spécificités de l’enjeu que vous défendez.

**Prenons un exemple.**

Solution 1 : Demander qu’un membre du personnel communique avec vous par téléphone pour vous aider à effectuer un achat sur le site Web du magasin

Solution 2 : Demander à l’entreprise d’envoyer un courriel à tous les clients, offrant une réduction sur le prochain achat à ceux qui sont incapables de faire leurs achats sur le site Web en raison d’obstacles à l’accessibilité

Solution 3 : Demander à l’entreprise de procéder à une refonte complète de son site Web afin de le rendre accessible à toute la clientèle

Bien que toutes les solutions ci-dessus soient raisonnables, la première serait probablement la plus intéressante pour l’entreprise. Elle est précise, réaliste et peu coûteuse. Les solutions 2 et 3 sont également précises et réalistes, mais leur mise en œuvre coûterait beaucoup plus cher à l’entreprise et prendrait beaucoup plus de temps. Dans cet exemple, vous pouvez voir comment le fait de proposer plusieurs solutions permet au destinataire d’en choisir une et de résoudre l’enjeu, du moins à court terme.

**La solution décortiquée**

* Faites preuve de préparation
* Faites preuve de précision
* Faites preuve de réalisme
* Envisagez plusieurs solutions, selon l’enjeu

Exemple:

Afin d’atténuer les risques que représentent les tableaux-annonces pour la sécurité des piétons, en particulier les piétons aveugles ou ayant une vision partielle, la ville devrait établir des règlements qui n’autorisent les tableaux-annonces et autres pièces de mobilier urbain que dans les endroits où les piétons peuvent circuler librement. Si cela n’est pas possible, la ville devrait interdire l’utilisation des tableaux-annonces sur les trottoirs.

#### 5. La conclusion

Vous avez trouvé la formule de salutation appropriée, rédigé une introduction concise, présenté l’enjeu et proposé des solutions. Même si vous avez l’impression que vous avez fait tout votre travail, vous ne devez pas négliger la conclusion de votre lettre. C’est ici où vous conclurez le tout en réitérant l’importance de l’enjeu, en établissant un lien entre l’enjeu et la communauté au sens large, en détaillant tout élément de suivi et en apposant votre signature.

Il n’est pas nécessaire de présenter un résumé exhaustif de tout ce que vous avez déjà écrit dans votre lettre. Cependant, vous devriez profiter de cette occasion pour réaffirmer l’importance de l’enjeu afin que le message reste dans l’esprit de votre destinataire une fois sa lecture terminée. Si vous ne l’avez pas déjà fait dans votre lettre, vous pouvez utiliser cet espace pour souligner l’incidence de l’enjeu sur la communauté au sens large. Par exemple, si vous avez expliqué comment l’accès à des ressources imprimées seulement constitue un obstacle pour vous et pour d’autres personnes aveugles ou ayant une vision partielle, vous pouvez également préciser qu’il s’agit d’un obstacle pour les personnes incapables de lire des documents imprimés. Si vous avez expliqué comment les bordures abaissées créent des obstacles pour vous et d’autres personnes aveugles ou ayant une vision partielle, vous pouvez également préciser qu’elles constituent des obstacles pour les personnes en fauteuil roulant et les parents utilisant des poussettes.

Dans votre conclusion, vous devriez souligner les mesures à prendre dont le destinataire devrait être informé. Il peut s’agir de la date et de l’heure de toute réunion à venir pour discuter de l’enjeu ou encore d’une date ou d’une période de suivi que vous vous engagez à respecter.

Enfin, vous voudrez signer et inclure vos coordonnées afin que le destinataire puisse communiquer avec vous, au besoin. Votre signature doit être concise et respectueuse, tout comme le reste de votre lettre.

Si vous écrivez au nom d’une autre personne ou d’un groupe de personnes, il est essentiel que vous partagiez la lettre avec cette personne ou ce groupe pour vous assurer qu’elle reflète fidèlement son expérience avant de l’envoyer. Assurez-vous que la personne ou le groupe est à l’aise avec ce que vous avez écrit. S’il y a un malaise, apportez les modifications nécessaires jusqu’à ce que la lettre reflète l’expérience de la personne ou du groupe à sa satisfaction.

**Un mot à propos de la valeur de la défense de droits**

Alors que les obstacles auxquels sont confrontées des personnes aveugles ou ayant une vision partielle peuvent souvent sembler insurmontables, il est important de se rappeler que la défense de droits peut provoquer des changements et en provoque effectivement. Pensez aux annonces du prochain arrêt, à l’accès à des guichets bancaires accessibles dans la plupart des institutions financières et à la présence de signalisation piétonnière accessible à un nombre croissant d’intersections. Il suffit parfois d’une seule personne pour vraiment faire une différence.

**La conclusion décortiquée**

* Réaffirmez l’importance de l’enjeu;
* Expliquez l’incidence de la question sur la communauté au sens large;
* Résumez les mesures à prendre;
* Signez;
* Si vous défendez les droits d’une autre personne ou d’un groupe, sollicitez des commentaires avant d’envoyer la lettre.

**Exemple:**

En résumé, nous demandons qu’un arrêt d’autobus supplémentaire soit installé sur le côté ouest de la rue jusqu’à ce qu’un avertisseur sonore pour piétons puisse être installé à l’intersection la plus proche. Un arrêt d’autobus supplémentaire atténuera les risques pour non seulement les personnes aveugles ou ayant une vision partielle, mais aussi tous les usagers des transports en commun de la région, y compris les jeunes qui fréquentent l’école secondaire à proximité et les parents qui quittent la garderie adjacente avec leurs jeunes enfants.

J’aimerais avoir l’occasion d’en discuter plus longuement avec vous. Je communiquerai avec votre bureau dans deux semaines pour prendre rendez-vous.

Sincères salutations,

Francisco Martinez

**Transmission d’un enjeu de défense des droits à un échelon supérieur dans la hiérarchie**

Vous aurez remarqué que nous n’avons pas encore fait mention de droits, de lois ou de plaintes officielles. La raison en est simple : si une solution peut être trouvée sans qu’une plainte officielle soit nécessaire, tout le monde en sort gagnant. Dans une situation idéale, l’obstacle sera éliminé, toute personne touchée par cet obstacle bénéficiera d’une sécurité, d’un accès ou d’une indépendance accru(e) et la personne auprès de laquelle vous avez plaidé aura une meilleure compréhension des besoins de clients ou d’électeurs aveugles ou ayant une vision partielle.

Il est important de noter que, dans certaines circonstances, vos efforts de défense des droits peuvent être renforcés par l’ajout d’un renvoi ou d’un lien menant vers un document ou un texte législatif pertinent. Par exemple, si vous plaidez auprès d’une municipalité au sujet d’obstacles à l’accessibilité pour les piétons, l’établissement d'un lien avec le plan d’accessibilité de la municipalité ou une initiative visant à assurer la sécurité des piétons pourrait mettre en évidence les objectifs de la municipalité et créer un objectif mutuellement profitable.

Cependant, ce ne sont pas tous les efforts de défense de droits qui mèneront à une résolution rapide et franche. Si vos efforts de défense de droits n’ont pas abouti à une solution, vous devrez peut-être saisir des échelons supérieurs dans la hiérarchie de l’enjeu.

Pour en savoir plus sur comment être un défenseur de droits efficace, y compris les étapes de l’autodéfense, voir « Défense des droits et des intérêts 101 ». Pour plus d’information sur les différents ordres de gouvernement ainsi que sur la législation en matière de handicaps qui peut être pertinente pour votre enjeu de défense des droits, voir « Gouvernement et législation 101 ».

Si vous avez besoin d’aide supplémentaire concernant un enjeu de défense des droits, vous pouvez communiquer avec [advocacy@cnib.ca](mailto:advocacy@cnib.ca).

Si vous avez besoin d’aide supplémentaire concernant un enjeu de défense des droits lié aux chiens-guides, vous pouvez communiquer avec [guidedogs@cnib.ca](mailto:guidedogs@cnib.ca).

## Modèle de lettre de défense des droits

### Modèle vierge

Nom du bénéficiaire

Nom de l’entreprise, de la municipalité ou du bureau, le cas échéant

Adresse

Ville, province, code postal

Date

Salutation

Introduction

[2 ou 3 phrases qui expliquent qui vous êtes et pourquoi vous écrivez cette lettre]

L’enjeu

[1 ou 2 paragraphes fournissant une explication claire et concise de l’enjeu, y compris dates, heures, lieux et personnes pertinents]

La ou les solutions

[1 ou 2 paragraphes présentant une solution précise et réaliste à l’enjeu]

Conclusion

[2 ou 3 phrases qui résument l’enjeu, le relient à la communauté au sens large et résument les actions à entreprendre]

Signature

Coordonnées

### Modèles de lettres de défense des droits

**Modèle 1 : Terrasses d’été sur les trottoirs**

Le 3 août

Mairesse Roseline Charles

Bureau de la mairesse

Ville de Milton

123, rue Principale

Milton, ON  L9T 5W5

Madame la Mairesse Charles,

Mon nom est Ravi Patel. Je suis aveugle et je réside à Milton. Je vous écris pour partager avec vous mes préoccupations concernant les obstacles à l’accessibilité que constituent les terrasses aménagées sur les trottoirs du centre-ville pendant l’été.

Je me déplace régulièrement au centre-ville pour mon travail et mes activités bénévoles. J’utilise une canne blanche pour me déplacer et je le fais de manière autonome, mais les terrasses d’été aménagées sur les trottoirs du centre-ville m’empêchent de me rendre en toute sécurité au travail et à ma mosquée locale. Je rencontre souvent ces terrasses sur des trottoirs dont l’espace est très limité pour permettre aux piétons de se croiser sans devoir quitter le trottoir. Ils aboutissent donc dans la rue... Tous les piétons, en particulier ceux qui sont aveugles ou ont une vision partielle, risquent ainsi de se blesser.

Au cours des quatre derniers mois, je me suis entretenu en personne et au téléphone avec Joanna Garcia, coordinatrice de l’accessibilité pour la Ville de Milton. J’ai rencontré Joanna dans son bureau le 3 mars pour lui faire part de mes préoccupations concernant les terrasses d’été. Joanna m’a assuré qu’elle aborderait la question avec le personnel compétent de la ville. J’ai relancé Joanna par téléphone le 5 juin pour lui réitérer mes inquiétudes quant à ma sécurité, et elle m’a alors informé qu’elle avait parlé avec le personnel compétent de la ville, mais qu’elle n’était pas en mesure de me fournir plus d’information. Malgré mes conversations avec Joanna, je continue à me buter contre des terrasses sur les trottoirs du centre-ville alors que j’essaie de me rendre au travail et à la mosquée.

Ce que je demande à votre bureau, c’est d’ordonner au personnel de la ville d’enquêter sur les obstacles à l’accessibilité posés par les terrasses d’été sur les trottoirs et d’établir des règlements appropriés qui limiteraient ces terrasses aux endroits où une voie de contournement claire pourrait y être aménagée.

En tant que municipalité visant à améliorer l’accès aux modes de transport actif, la Ville de Milton doit donner suite aux engagements pris dans le cadre des récentes initiatives en matière de sécurité des piétons (voir les liens ci-dessous) et donner la priorité à la sécurité des piétons afin que tous les citoyens puissent naviguer en toute confiance, autonomie et sécurité. Bien que les terrasses d’été puissent améliorer la qualité de vie de chacun d’entre nous, leur présence ne doit pas pour autant entraver l’accessibilité pour les piétons. Les terrasses d’été posent des problèmes non seulement aux personnes aveugles ou ayant une vision partielle, mais aussi aux personnes qui se déplacent en fauteuil roulant et aux parents qui utilisent des poussettes. Les trottoirs du centre-ville sont déjà suffisamment encombrés par des arbres, des poteaux électriques et des tableaux-annonces. Les piétons ne doivent pas être obligés de composer avec des obstacles supplémentaires.

J’aimerais avoir l’occasion d’en discuter plus longuement avec vous. Je vais appeler votre bureau la semaine prochaine pour fixer un rendez-vous avec vous.

J’ai hâte de travailler avec vous pour trouver une solution.

Sincères salutations,

Ravi Patel

**Modèle 2 : Marquages au sol et poteaux**

Le 3 août

Hardeep Singh

Directeur de succursale

Banque Scotia

123, rue Principale

Milton, ON  L9T 5W6

Attention : Hardeep Singh, directeur de succursale

Je m’appelle Francisco Martinez, et je détiens un compte dans votre succursale depuis 18 ans. En tant que client aveugle, je vous écris pour vous faire part de mes inquiétudes concernant les marquages au sol et les poteaux qui ont été récemment mis en place dans votre succursale.

Je suis aveugle et j’utilise une canne blanche pour m’orienter dans mes déplacements. Je sais que tous les clients de votre magasin sont censés suivre les flèches sur le sol, mais je ne suis pas en mesure de voir les flèches ni de les sentir avec ma canne lorsque je la fais glisser sur le sol. De plus, les poteaux utilisés pour diriger les clients vers les guichets ne sont pas détectables par canne. Par conséquent, je ne suis plus en mesure d’effectuer mes opérations bancaires de manière autonome dans votre succursale et je dois compter sur mon mari ou ma fille pour m’accompagner et m’aider à naviguer en toute sécurité dans la succursale.

Je vous demande de bien vouloir examiner les recommandations formulées par INCA dans *Éliminons les barrières architecturales* (lien ci-dessous) et de veiller à ce que tous les marquages au sol et les poteaux de la succursale soient détectables par canne. Je sais que ces dispositifs ont été mis en place pour gérer la circulation et assurer la sécurité de tous, mais ils doivent être accessibles à tous les clients, y compris les personnes aveugles ou ayant une vision partielle.

Je vais appeler votre bureau la semaine prochaine pour faire un suivi directement auprès de vous. En attendant, si vous avez des questions, n’hésitez pas à me téléphoner au numéro de téléphone ci-dessous ou à m’écrire à l’adresse électronique ci-dessous.

Sincères salutations,

Francisco Martinez

**Modèle 3 : Accès aux installations**

Le 5 janvier

James Leung, président du comité consultatif sur l’accessibilité de Milton

Ville de Milton

123, rue Principale

Milton, ON  L9T 5W5

Attention : James Leung

Je m’appelle Melissa Jenkins et je suis une bénévole d’INCA chargée de la défense des droits. Je vous écris au nom d’un groupe de résidents aveugles et malvoyants de Milton. Nous tenons à vous faire part de nos préoccupations concernant l’accessibilité de l’entrée du centre sportif qui se trouve sur l’avenue Maple.

L’entrée principale du centre sportif, située sur l’avenue Maple, n’est pas reliée au trottoir principal. Bien que la distance entre le trottoir principal et l’entrée principale du bâtiment soit courte, l’espace est occupé par un jardin et ne représente pas une option sécuritaire pour une personne qui se déplace à l’aide d’une canne blanche ou d’un chien-guide. Cela signifie que les personnes aveugles ou malvoyantes doivent contourner le bâtiment et traverser une aire de stationnement très fréquentée pour accéder à l’entrée principale, ce qui met leur sécurité en danger.

J’ai fait part de mes préoccupations à Anna, la responsable de la réception, le 3 septembre, après qu’un membre de notre groupe ait failli être heurté par une voiture dans le stationnement alors qu’il essayait de se rendre à l’entrée principale. On m’a assuré que mes préoccupations seraient transmises et que quelqu’un ferait un suivi avec moi. Je n’ai eu droit à aucun appel ni courriel en guise de suivi.

Le 23 novembre, alors que j’essayais de traverser le stationnement avec mon chien-guide, j’ai été arrêté par un automobiliste qui m’a informée qu’une personne quittant une place de stationnement avait failli reculer sur moi et mon chien-guide. L'automobiliste m’a aidé à me rendre jusqu’à l’entrée principale, mais l’incident m’a ébranlée. Le lendemain, j’ai écrit une lettre au nom d’un groupe d’usagers aveugles et malvoyants qui fréquentent le centre sportif et je l’ai envoyée à l’adresse électronique des demandes générales du centre. J’attends toujours une réponse. Vous trouverez la lettre en question jointe à ce courriel.

Afin de réduire les risques de blessures pour les usagers du centre sportif, l’accessibilité de l’entrée principale devrait être améliorée pour tous. Cela pourrait être réalisé, par exemple, en aménageant un trottoir pour relier le trottoir principal à l’entrée principale du bâtiment.

Nous comprenons que de nombreux clients du centre sportif sont des automobilistes qui accèdent à l’entrée principale par l’aire de stationnement, mais nous demandons instamment au comité consultatif sur l’accessibilité de tenir compte des besoins des clients qui ne sont pas automobilistes ou qui accèdent à l’entrée principale par le trottoir. L’absence de voie directe entre le trottoir principal et les portes d’entrée a un impact sur non seulement les clients aveugles ou malvoyants, mais aussi les personnes en fauteuil roulant, les parents avec des poussettes et les personnes qui accèdent au centre sportif depuis l’arrêt d’autobus le plus près sur l’avenue Maple ou à pied.

Nous demandons que cette question soit portée à l’attention du comité et que nous ayons l’occasion de faire une présentation officielle lors d’une prochaine réunion du comité.

Je communiquerai avec vous la semaine prochaine pour connaître la date à laquelle le comité pourra inscrire cette question à son ordre du jour.

Si vous avez des questions, n’hésitez pas à communiquer avec moi. Mes coordonnées figurent ci-dessous.

Sincères salutations,

Melissa Jenkins

## Balado sur les lettres de défense des droits (audio)

[Enregistrement du balado sur la défense des droits](https://cnib.sharepoint.com/:u:/r/sites/cnibtoday/EmployeeCentral/CNIBProg/Advocacy/Professional%20Development%20Resources/Podcast%20-%20Advocacy%20Letters%20101%20-%20Aug%202021%20.mp3?csf=1&web=1&e=fjWsoZ)

## Balado sur les lettres de défense des droits (traduction de la transcription)

**Narrateur :**

Il s’agit d’un balado de la Fondation INCA.

**Kat Hamilton :**

Bonjour tout le monde et bienvenue à cet épisode du balado sur la défense des droits. Aujourd’hui, nous allons parler de comment rédiger une lettre de défense des droits vraiment convaincante. Je m’appelle Kat Hamilton et je suis responsable des relations gouvernementales pour l’est de l’Ontario. Je me joins à vous aujourd’hui d’Ottawa. Je suis également accompagnée de Sarah Besseau, qui est notre coordonnatrice de la défense des droits et de la sensibilisation communautaire pour l’ouest de l’Ontario. Elle se joint à nous également d’Ottawa. Bonjour Sarah.

**Sarah Besseau :**

Bonjour.

**Kat Hamilton :**

Eh bien, Sarah, je suis très heureuse de vous parler sur ce sujet aujourd’hui ... parce que je crois fermement que la rédaction d’une lettre de défense des droits convaincante peut s’avérer un outil à la fois très efficace et sous-estimé pour soulever une question de défense des droits auprès d’un décisionnaire ou d’un tiers. Dans ce balado, nous allons passer en revue chaque partie de la lettre de défense des droits afin d’apprendre aux gens comment la rendre vraiment convaincante et, espérons-le, atteindre l’objectif final en matière de défense des droits. Ça vous convient, Sarah? Je commence?

**Sarah Besseau :**

Excellent.

**Kat Hamilton :**

Très bien. Le premier aspect dont nous voulons discuter avant d’entrer dans le vif du sujet, c’est certainement l’objectif d’une lettre de défense des droits. Donc, une lettre de défense des droits est parfois un outil très sous-estimé, mais au fond, c’est vraiment l’occasion de présenter l’enjeu et d’inviter le destinataire à collaborer avec vous pour trouver une solution. Et il est toujours préférable, lorsque vous préparez votre lettre, de supposer que votre destinataire souhaite trouver une solution, mais qu’il ne sait peut-être pas encore comment s’y prendre. C’est ce qui vous aidera à vous assurer que vous entamez le processus de rédaction de la lettre sur un ton respectueux et avec une volonté de travailler ensemble à trouver une solution.

**Kat Hamilton :**

Et c’est drôle que nous parlions de lettres de défense des droits, car je pense que nous utilisons de plus en plus le courrier électronique au lieu d’un stylo et de papier pour écrire une lettre physique. De plus, en me préparant en vue de ce balado, je me disais que, outre la question de l’accessibilité, il pouvait arriver qu’un destinataire soit plus traditionnel ou que son organisation soit préconise les lettres physiques... ou qu’il y ait, dans de rares circonstances, une raison juridique d’envoyer une copie papier. Mais oui, j’ai pensé que, lorsque j’ai commencé à défendre des droits il y a de cela environ 10 ans maintenant, nous étions alors dans une étrange phase hybride de courriels et de lettres sur papier. On envoyait les deux, juste au cas où, pour s’assurer le message parvenait à son destinataire.

Donc, bien que nous ayons qualifié cette lettre de lettre de défense des droits, je pense qu’il est important de savoir que, de nos jours, beaucoup de choses peuvent être traitées efficacement par écrit en procédant par courriel. Si une lettre ne vous convient pas pour une raison d’accessibilité ou pour la personne à qui vous l’envoyez, ce n’est pas grave. Je pense qu’on peut dire sans se tromper qu’un courriel est une excellente option dans la plupart des situations.

J’ai l’impression d’avoir déjà beaucoup parlé, Sarah, et vous n’avez pas encore eu l’occasion de nous en dire beaucoup. Je suppose que nous avons passé en revue les fondements et le but d’une lettre. Je pense qu’il est très important de passer en revue les fondements de la rédaction d’une lettre de défense des droits. Je pense donc que ma question pour vous, Sarah, est la suivante. Comment commenceriez-vous une lettre de défense des droits?

**Sarah Besseau :**

Excellent. Je suppose que, au tout début d’une lettre de défense des droits, avant même d’entrer dans le vif du sujet, vous saluez la personne à qui la lettre est destinée, n’est-ce pas? Donc vous voulez dire, cher qui que ce soit, « Cher James » ou « À l’attention du conseiller Leung », n’est-ce pas? Donc le nom et le titre de la personne ainsi qu’un autre mot pour accompagner le tout. C’est la première chose que lira la personne à qui vous envoyez la lettre, et c’est vraiment ce qui dicte le ton et la suite de la lettre.

C’est ce qui permet au lecteur de savoir que vous avez fait vos devoirs, non? Il est donc important de vous assurer que vous utilisez le bon titre ou, si vous écrivez à une personne élue, que vous mettez le bon titre et le nom de cette personne ou que vous avez utilisé le bon titre. Si vous manquez de temps ou n’avez pas fait vos recherches et que vous avez utilisé juste Monsieur ou Madame, et qu’il s’agit d’une personne élue, au lieu d’utiliser son titre, cela pourrait démontrer que vous manquez de temps ou que vous n’avez pas fait votre recherche. Il est donc très important pour vous de prendre votre temps et de faire vos devoirs.

Si vous écrivez à une personne élue, il est vraiment important de garder à l’esprit d’utiliser son titre officiel, et voici un bon conseil. Le Canada tient un site Web où vous pouvez consulter une liste de tous les fonctionnaires et des titres officiels que vous pouvez utiliser. C’est ainsi que vous pouvez vous adresser à ces fonctionnaires de différentes manières. Il s’agit donc d’une très bonne ressource à consulter si vous devez rédiger une telle lettre. Ainsi, si vous n’écrivez pas à une personne élue, il est généralement bon de trouver un représentant de haut niveau ayant un titre officiel à qui adresser la lettre.

Maintenant, avant de vous céder la parole, Kat, je veux juste aborder un autre point concernant les salutations, celui des pronoms. Et je suis sûre que beaucoup de gens savent ce que je veux dire par pronoms, mais utiliser des pronoms dans ce contexte peut être un peu délicat. En bref, un pronom est un mot que nous utilisons à la place d’un nom propre désignant une personne. Les gens en partagent parfois lorsqu’ils se présentent et nous en voyons souvent dans des signatures de courriel. Nous partageons des pronoms pour éviter de présumer des pronoms qu’une personne utilise sur la base de facteurs comme son apparence. Et cela encourage d’autres personnes à les utiliser également. Et c’est une partie très importante d’être un·e allié·e, ce qui est génial.

Certains pronoms courants sont elle, il et ils, mais certaines personnes préfèrent ne pas en utiliser du tout. Si je soulève cette question, c’est pour la raison suivante. Lorsque vous adressez une lettre à quelqu’un, mais ne connaissez pas avec certitude le ou les pronoms que cette personne utilise, il est préférable d’éviter utiliser des pronoms propres au genre ou d’utiliser un langage neutre pour éviter le mégenrage. Il y a presque toujours un langage non sexiste que vous pouvez utiliser, et cela contribue à créer un espace accueillant dans votre lettre.

Donc, cela étant dit, cette toute petite section de votre lettre, qui ne compte généralement que quelques mots, peut sembler être beaucoup d’information, mais c’est vraiment important. Donc Kat, après la salutation, c’est probablement l’aspect que je trouve le plus difficile. Je ne sais jamais comment commencer une lettre, un courriel, un essai. Comment faire pour commencer une lettre de défense des droits alors que vous venez de l’adresser?

**Kat Hamilton :**

Oui, vous avez raison, Sarah. C’est une partie de toute lettre qui est difficile à rédiger. Je pense vraiment que chaque partie d’une lettre a ses propres complexités. Et, pendant que vous parliez, je pensais que même, comme vous l’avez dit, dans ces quelques mots de salutation, il est si difficile de trouver un équilibre et d’établir comment s’adresser à quelqu’un de manière respectueuse et adéquate. J’aime beaucoup que vous ayez mis en évidence cette ressource du gouvernement du Canada, car je l’ai utilisée à plusieurs reprises dans mes propres lettres.

Mais oui, pour revenir à votre question sur l’introduction, je pense qu’il est vraiment tentant, surtout si l’enjeu en question vous a vraiment bouleversé ou vous a affecté émotionnellement d’une manière ou d’une autre et que vous voulez vous vider le cœur, de ne pas vous lancer dans tout. Je pense que ça donne vraiment le ton de la lettre, et il y a des formules vraiment géniales que vous pouvez utiliser à cette fin.

Tout d’abord, c’est très simple. Commencez par votre nom, votre lien avec l’enjeu, surtout si vous écrivez en votre nom ou au nom d’autrui, et aussi les renseignements pertinents qui vous lient à l’enjeu en question, par exemple, que vous avez une certaine incapacité, si c’est pertinent à l’enjeu, ou que vous habitez une certaine communauté, particulièrement si vous écrivez à un·e politicien·ne qui s’intéresse aux personnes qui vivent dans sa circonscription. Ou peut-être que vous êtes client·e, client·e de longue date, peut-être, d’une entreprise donnée, ou, quel que soit le lien, vous devez vraiment montrer qui vous êtes et préciser, peut-être, pourquoi vous écrivez.

Une fois que vous avez fait cela, dans le paragraphe suivant, je pense que vous voudrez donner un aperçu de l’enjeu dont il est question dans votre lettre. L’explication de cet enjeu doit donc être claire et concise, et vous aurez tout l’espace nécessaire pour développer l’enjeu dans le reste de la lettre. Je pense donc qu’il faut vraiment énoncer la question en aussi peu de mots ou de phrases que possible, tout en communiquant le cœur de l’enjeu. Donc par exemple, mon nom est Kat Hamilton. J’habite Ottawa ou une circonscription donnée, et je suis également une cliente de longue date de Shoppers Drug Mart, où je fais mes courses depuis de nombreuses années. C’est une information qui peut être pertinente si vous écrivez à Shoppers Drug Mart. Et vous voulez identifier l’emplacement de cette entreprise particulière et le fait que vous y faites des achats depuis longtemps. Et c’est ce qui vous amènera ensuite à aborder l’enjeu. C’est donc très simple, juste un court paragraphe.

Mais j’aimerais revenir, peut-être, à quelque chose que nous avons déjà abordé, et c’est un mot concernant la colère, car c’est vraiment l’introduction de votre lettre qui dicte le ton. Ainsi, en matière de défense des droits, la colère peut être une excellente motivation pour vous inciter à vous installer devant votre ordinateur pour rédiger une lettre et à soulever l’enjeu, mais elle peut aussi être très destructrice si vous laissez transparaître votre colère. Et cela pourrait également donner l’impression que vous hésitez à venir à la table des négociations pour trouver une solution.

C’est une affirmation que je fais sur la base de ma propre expérience. Si vous avez l’impression, lorsque vous vous asseyez pour rédiger la lettre, que vous n’êtes pas capable émotionnellement d’atteindre ce point, je vous suggère alors de rédiger une première ébauche de la lettre que vous n’avez pas l’intention d’envoyer. À ce stade-ci, l’objectif est simplement de coucher ce que vous avez à dire sur papier. Ou encore, vous pouvez appeler un ami, quelqu’un qui est calme et qui ne vous énervera pas davantage à qui vous pourrez vous vider le cœur.

Et une fois que vous aurez évacué toute ou une partie de votre colère, je vous suggère de vous asseoir pour rédiger la lettre. Même moi, qui ai beaucoup d’expérience en la matière, j’ai déjà demandé à des amis ou à des membres de ma famille de relire une lettre avant de l’envoyer. Parfois, si vous êtes ému·e ou contrarié·e par quelque chose, ce qui vous semble raisonnable peut sembler déraisonnable ou agressif par écrit, même si ce n’est pas votre intention. Si vous vous sentez à risque, le fait de demander à quelqu’un d’autre de lire votre lettre est une excellente stratégie.

Ce ne sont là que quelques considérations pour rendre l’introduction claire et concise et expliquer le lien avec l’enjeu. Mais, Sarah, je suis vraiment intéressée parce que la section suivante est beaucoup plus ouverte et porte sur la façon de structurer la raison d’être de la lettre. Comment donc s’y prend-on? Existe-t-il une certaine formulation ou des conseils que les gens peuvent utiliser pour exposer le réel enjeu?

**Sarah Besseau :**

Oui, vous avez raison. C’est la partie de la lettre où vous vous concentrez sur l’enjeu et c’est une partie beaucoup plus ouverte. Et je pense que vous suivez le même genre de... Vous avez abordé la note sur la colère. Vous en tenez compte, je pense, non seulement dans l’introduction, mais aussi dans le reste de la lettre, n’est-ce pas? Et je sais que ma pratique est toujours d’écrire la lettre, d’attendre 24 heures, d’y revenir et d’ajuster plus tard.

**Kat Hamilton :**

Oui, c’est une bonne pratique.

**Sarah Besseau :**

N’est-ce pas? Oui. Mais je pense que lorsqu’on aborde l’enjeu, c’est évidemment l’équivalent de la viande dans votre sandwich, et c’est une grande partie de cette lettre de défense des droits. Et je pense que, en y regardant de plus près, c’est un point qu’on aborde. Alors que vous abordez l’enjeu dans votre introduction, c’est ici où vous l’approfondissez.

Et je pense que c’est ici où ça peut devenir un peu chaotique parce que le tout peut être alimenté par les émotions. Cependant, l’objectif de cette section est d’expliquer l’enjeu de manière à ce qu’il soit facile à comprendre. Il est donc important de vous rappeler que, si vous écrivez une lettre de défense des droits, il est probable que vous en sachiez beaucoup sur la situation, mais que la personne qui lit la lettre n’en sache probablement pas beaucoup, voire rien, sur la situation. Il est donc important de vous rappeler qu’il faut utiliser un langage simple et choisir des mots faciles à comprendre pour cibler un public qui entend probablement parler de l’enjeu pour la première fois.

Voici un exemple. Donc si vous êtes... Voyons voir. Un exemple pourrait être que je suis dans un magasin. Je suis légalement aveugle. J’étais dans votre magasin. Il m’a été impossible de m’orienter, car vos marquages au sol ne m’étaient pas accessibles. Il s’agit donc d’une situation difficile, mais une autre façon de l’aborder pourrait être la suivante : je suis aveugle et j’utilise une canne blanche pour m’orienter. Bien que je sache que tous les clients de votre magasin sont censés suivre les flèches sur le sol, je ne suis pas en mesure de voir les flèches ou de les sentir avec ma canne lorsque je la fais glisser sur le sol. Par conséquent, je ne suis pas en mesure de faire mes achats de manière indépendante dans votre magasin. Donc, parmi ces deux options, la plus longue, la deuxième, utilise beaucoup plus de langage et beaucoup plus... Elle utilise un langage plus facile à comprendre pour que le lecteur de la lettre puisse être en mesure de comprendre la situation.

Ainsi, lorsque vous présentez l’enjeu, il est important d’inclure les dates, les heures et les noms qui y sont pertinents. Ainsi, si vous avez vécu plusieurs problèmes lors d’un même événement ou dans un même commerce, vous devez les inclure dans votre lettre, car vous souhaitez y décrire l’ensemble de la situation et de l’enjeu. Il est important de s’en tenir à de l’information de haut niveau pour éviter les spéculations ou les accusations.

Il s’agit donc de beaucoup d’information, et je pense qu’il est important de parfois prendre du recul et de l’aborder à partir d’un peu plus tard, car je pense qu’elle peut être alimentée par l’émotion, comme toutes les autres parties de cette lettre. Mais je pense aussi que c’est important. Je voudrais aborder, je pense, l’importance de la persévérance de ces lettres de défense des droits. Lorsque vous l’écrivez, il s’agit manifestement de quelque chose de très important pour vous, et je sais qu’il peut être très frustrant d’attendre après une réponse.

Parfois, le destinataire de votre lettre n’a pas la capacité ou l’intérêt de vous aider relativement à votre enjeu et, pour cette raison, la persévérance prend toute son importance. Ce n’est pas une seule lettre qui provoquera la plupart des changements, mais je pense que chaque lettre compte. Chaque lettre compte et a certainement plus d’influence qu’aucune lettre du tout. La persévérance est donc très importante. Aussi, vous devez parfois convaincre les gens que votre enjeu va profiter à d’autres personnes pour qu’ils acceptent de vous apporter leur aide. Maintenant que j’en ai fini avec cette partie, je me demande quelle est la phrase. Il est préférable d’évoquer des problèmes si vous avez aussi des solutions. C’est vrai, Kat?

**Kat Hamilton :**

Oui, certainement. Et juste pour, je suppose, ajouter quelque chose à ce que vous disiez sur le fait de garder l’information à un niveau très élevé, je suis tout à fait d’accord avec ça et je pense que, la plupart du temps, c’est ce que les gens doivent faire. Toutefois, je pense que si les gens s’asseyent pour écrire leur lettre et qu’il s’agit d’une situation vraiment longue et compliquée qui s’est déroulée sur plusieurs années... Dites que c’est un enjeu très complexe. Je pense qu’il ya quelques stratégies que les gens peuvent adopter, soit écrire exactement comme vous l’avez dit, fournir de l’information de haut niveau, et peut-être même joindre du contenu en annexe. Je l’ai vu faire, en particulier dans des situations de service à la clientèle où quelqu’un... Ils ont appelé le gestionnaire ce jour-là, et le gestionnaire a dit ceci. Et puis ils ont appelé quelqu’un d’autre, et puis ils ont appelé le siège social. Et la situation commence à devenir très compliquée.

Vous ne voulez pas que cette personne ouvre votre courriel, le fasse défiler et voie qu’il est très long, ce qui la dissuaderait immédiatement de le lire. Je pense donc qu’il faut le mettre en pièce jointe ou simplement expliquer dans la lettre qu’il s’agit d’une situation très compliquée et que vous aimeriez vraiment discuter de cela par téléphone ou en personne pour résoudre la situation. Mais oui, cela semble si simple, n’est-ce pas, d’écrire une lettre, mais maintenant que nous y pensons, ça relève vraiment de l’art à bien des égards.

Mais oui, comme vous l’avez mentionné, la solution est probablement une des parties les plus importantes de la lettre, car, sinon, si vous écrivez juste à quelqu’un pour jouer les problèmes sans même indiquer une quelconque volonté de trouver une solution ou de faire avancer la situation, alors vraiment, ça reste simplement une plainte. Et même si cela peut s’avérer vraiment cathartique, ça n’apportera aucun changement tangible et positif une fois que le destinataire l’aura lu. Il va juste lire votre plainte et se dire que c’est dommage, et peut-être, s’il est doué en service à la clientèle, vous renvoyer une lettre remplie des platitudes vides de sens.

Cela dit, il n’est pas nécessaire d’avoir toutes les réponses ou une solution toute faite. En fait, une solution peut consister simplement à proposer à la personne de se réunir et de discuter ensemble de certaines solutions. Qu’est-ce qui fonctionnerait pour vous? Qu’est-ce qui fonctionnerait pour moi? En effet, cela montre toujours que vous souhaitez trouver une solution. Cependant, à ce stade, vous ne connaissez peut-être pas toutes les options possibles, ni même la manière dont le problème peut être résolu. Mais cela démontre tout de même votre volonté de travailler en collaboration.

Et, pour en revenir à la trousse pour la défense des droits développée par INCA autour des lettres de défense des droits, il y a un très bon exemple que je voulais simplement partager parce que nous avons cité quelques phrases axées sur les solutions qui proviennent de cette trousse. Dans la trousse, il y a donc trois solutions à un problème, je crois, d’inaccessibilité du site Web d’une entreprise. La première solution consiste donc à demander qu’un membre du personnel communique avec vous par téléphone pour vous aider à effectuer un achat sur le site Web du magasin. La deuxième solution consiste à demander à l’entreprise d’envoyer un courriel à tous les clients offrant une réduction sur le prochain achat à ceux qui sont incapables de faire leurs achats sur le site Web en raison d’obstacles à l’accessibilité. Je veux dire, OK, ça sonne bien, mais il n’y a aucune garantie que le problème soit résolu à long terme. Alors, la troisième solution consiste à demander à l’entreprise de procéder à une refonte complète de son site Web afin de le rendre accessible à toute la clientèle.

Ainsi, dans ces exemples, alors que toutes les solutions ci-dessus sont... Je dirais que certaines d’entre elles sont plus raisonnables que d’autres, mais qu’elles sont toutes relativement raisonnables. La première solution, qui consiste à communiquer avec un membre du personnel, est probablement la plus intéressante pour l’entreprise, car elle est précise, ce qui est très important, réaliste et beaucoup moins coûteuse que, par exemple, offrir des réductions à toute la clientèle ou procéder à une refonte complète du site Web. Les deuxième ou troisième solutions sont également précises et réalistes, mais elles seraient plus coûteuses et nécessiteraient plus de temps.

Donc, dans ces exemples, vous pouvez vraiment voir comment le fait de proposer plusieurs solutions peut aider le destinataire à faire un choix en vue d’une résolution du problème. Si vous souhaitez proposer plusieurs solutions, vous pouvez montrer que vous pouvez faire preuve de souplesse. En fait, je pense que, en ce qui concerne la troisième solution, si c’était moi qui écrivais la lettre, je ne demanderais probablement pas une refonte complète d’un site Web pour le rendre accessible. Je suggérerais plutôt peut-être quelques services d’accessibilité Web que vous connaissez ou, s’il s’agit d’une simple question de balisage ou de codage très précis touchant la programmation dorsale du site Web, je proposerais peut-être d’écrire ou de parler à un des techniciens Web pour voir, si vous lui fournissez de la rétroaction détaillée, s’il peut effectuer les changements requis assez facilement.

Et je pense que la dernière chose que je veux dire à propos des solutions est que l’humilité joue gros dans une défense efficace de droits. Et je pense que, en tant que fervents défenseurs des droits, nous sommes parfois tentés de penser qu’il faut exiger absolument tout ce qu’on veut et que cela vient d’une position de force. Mais je pense qu’il est réaliste de penser que, en adoptant une approche du type « tout ou rien », on court le risque de repartir bredouille.

De plus, une défense avancée et nuancée est vraiment axée sur le point de vue de l’autre personne également. Quels peuvent être ses besoins et ses désirs, quelles peuvent être ses restrictions, qu’il s’agisse de politique budgétaire, etc.? Puis, il faut vraiment penser à proposer des solutions qui permettront d’en arriver à un compromis entre vos besoins et les siens. C’est vraiment le secret d’une excellente solution. Je pense que c’est tout ce que je voulais dire à ce stade-ci en ce qui concerne la solution. Sarah, nous avons couvert beaucoup de contenu jusqu’à présent. Nous avons couvert les salutations, l’introduction, le problème, la solution. Et puis, une fois qu’on est passé par tout ce processus, quelle est la meilleure façon... ou quels conseils donneriez-vous aux gens pour terminer la lettre efficacement et la conclure sur une note percutante?

**Sarah Besseau :**

Bien, comme vous l’avez dit, nous sommes passés par la salutation, la rédaction d’une bonne introduction, la présentation de l’enjeu en termes faciles à comprendre, une proposition de solutions, mais il reste encore du travail à faire. C’est dans la conclusion qu’on revient une dernière fois sur l’importance de l’enjeu. Donc, la conclusion est l’endroit très propice où faire le lien avec la communauté au sens large et détailler les points de suivi avant de clore le tout. C’est également l’endroit tout désigné pour décrire les actions à entreprendre dans votre conclusion. Il peut s’agir des dates et heures de réunions à venir où le destinataire de votre lettre pourra soulever l’enjeu que vous avez abordé, comme une réunion de comité, ou peut-être d’un calendrier de suivi.

Je pense aussi que cela démontre l’importance que vous accordez à cet enjeu, le fait que vous avez pris le temps de vous renseigner sur les dates de ces réunions ou que vous avez précisé que vous alliez faire un suivi dans deux semaines. De plus, cela démontre à quel point c’est important pour vous et pour votre communauté. Puis, dans votre signature, n’oubliez pas d’inclure des coordonnées pertinentes et à jour. Ainsi, votre destinataire sera en mesure de communiquer avec vous s’il souhaite le faire. C’est très important.

Mais je pense que ça met un peu fin à la lettre. Maintenant qu’elle est envoyée, vous êtes en attente. Mais qu’arrive-t-il si votre lettre reste sans réponse ou si l’enjeu n’est pas abordé? Ou qu’arrive-t-il si l’enjeu est traité, mais pas de la manière dont vous auriez souhaité qu’il le soit?

**Kat Hamilton :**

C’est vrai, et je pense que ça rejoint ce que vous disiez plus tôt sur la persévérance, qui est la clé. Et j’ai l’impression que nous pourrions consacrer un balado entier juste aux stratégies pour faire efficacement augmenter la priorité d’un enjeu. À mon avis, en réalité, nous disons toujours que la défense de droits n’est pas quelque chose de linéaire. Il existe plusieurs chemins différents que tout cela peut prendre, et il est très rare que ça mène au dépôt d’une plainte. La personne répond et dit, oui, nous allons corriger la situation, puis c’est corrigé. C’est donc une question très importante que vous soulevez ici.

L’approche est donc différente pour chaque personne, mais je dirais que, en général, ma règle d’or est d’envoyer la lettre. Cela dépend de l’urgence ou de la personne à qui vous l’adressez, ça dépend vraiment de ça. Laissez passer quelques semaines. Puis, si vous n’avez aucune nouvelle, envoyez un ou deux rappels à une ou deux semaines d’intervalle. Par la suite, si vous n’avez toujours aucune nouvelle, vous avez tout à fait le droit de chercher à confier la situation à quelqu’un de plus haut dans la hiérarchie. Il peut s’agir d’une personne qui supervise cette personne ou ce service, ou peut-être même d’un autre service de traitement des plaintes, selon l’organisation. Et encore une fois, ce processus pourrait vraiment être accéléré, en fonction de l’urgence et de la nature de l’enjeu.

Et mon conseil serait également d’épuiser absolument tous les recours qu’offre le processus interne de cette organisation avant d’entreprendre une quelconque action externe. Et ce que j’entends par là, c’est que les gens disent « Je vais sortir l’histoire dans les médias ou je vais écrire à mon député » si ce n’est pas le gouvernement avec lequel vous traitez à l’origine. Alors, essayez vraiment d’épuiser tous les recours internes. Vous ne voulez vraiment pas vous faire reprocher d’être déraisonnable en faisant monter les priorités trop rapidement, et c’est donc tout un art à maîtriser. C’est aussi, je pense, la nature humaine. Il est parfois très facile de se vexer ou d’interpréter une situation quand on est laissé sans réponse. Mais il est toujours important de garder à l’esprit que, pour autant que vous le sachiez, il se peut que votre destinataire ait reçu beaucoup de correspondance ou que quelqu’un soit en train d’examiner activement l’affaire pour vous. Cette personne a peut-être simplement besoin d’un peu plus de temps – chose qu’il vous est évidemment impossible de savoir. Vous ne voulez donc pas gâcher vos chances en faisant une supposition ou en vous vexant, puis en envenimant la situation trop rapidement.

Donc oui, il y a vraiment toute une stratégie à mettre en place si quelqu’un ne vous répond pas ou si c’est une réponse générique qu’on vous sert. Le cas échéant, si on vous sert une réponse générique ou balaie votre enjeu du revers de la main, ou si on ne vous sert qu’une réaffirmation de la position initiale sans vouloir reconnaître une quelconque solution, je pense alors qu’il y a même une stratégie distincte dont nous pourrions parler, parce que ce n’est alors pas une réponse à laquelle vous avez eu droit. Autrement dit, vous obtenez une réponse, mais n’arrivez pas nécessairement à une conclusion.

Comme je l’ai dit, je pourrais en parler dans un tout autre balado et nous le ferons peut-être éventuellement si cela suscite de l’intérêt. Mais, pour l’instant, je pense que nous allons en rester là, et j’espère que tout le monde a trouvé ce balado utile pour apprendre comment rédiger une lettre de défense des droits efficace. Comme nous l’avons mentionné, si vous souhaitez obtenir d’autres ressources, vous pouvez également consulter la section sur la défense des droits sur le site Web d’INCA aujourd’hui, et nous publierons sous peu notre trousse d’initiation aux lettres de défense des droits qui vous guidera tout au long du processus dont nous avons parlé et vous fournira également des modèles très utiles que vous pourrez utiliser et modifier en fonction de vos besoins. Vous éviterez ainsi de partir de zéro. Sur ce, je pense que nous allons conclure, mais avez-vous quelques derniers mots de sagesse à partager, Sarah, avec les gens qui envisagent de rédiger une lettre de défense des droits?

**Sarah Besseau :**

Je pense simplement que la persévérance, c’est très important. Je pense que c’est la persévérance et l’émotion que vous mettez dans vos lettres. À mon avis, c’est ce qui fait toute la différence dans une lettre de défense des droits. Voilà ce que j’avais à ajouter.

**Kat Hamilton :**

C’est bon. Et je suis tout à fait d’accord avec ça. Sur cela, nous allons conclure notre balado aujourd’hui. Je suis Kat Hamilton. J’ai été accompagnée de Sarah Besseau, et nous espérons avoir de vos nouvelles prochainement. Merci tout le monde.

**Narrateur :**

Pour écouter d’autres balados de la Fondation INCA, rendez-vous à cnib.ca/podcasts.

# Relations gouvernementales

## Guide – Relations gouvernementales 101

Bienvenue à Relations gouvernementales 101. Une compréhension de base des différents ordres de gouvernement et des lois relatives aux personnes handicapées peut nous aider à devenir de meilleurs défenseurs des personnes aveugles ou ayant une vision partielle.

Dans ce document, vous en apprendrez plus sur les sujets suivants :

* Aperçu du gouvernement canadien
* Le gouvernement fédéral
* Les gouvernements provinciaux
* Les administrations municipales
* La rencontre de représentants élus

### Aperçu du gouvernement canadien

Lorsque vous devez défendre des droits, il peut être difficile de savoir qui est la personne élue compétente et comment vous pouvez communiquer avec cette personne. Il est important d’avoir une compréhension de base du fonctionnement du gouvernement afin de pouvoir identifier les personnes susceptibles d’apporter un changement et de pouvoir les joindre.

On dénombre trois ordres de gouvernement au Canada :

1. Fédéral
2. Provincial
3. Municipal

Certaines questions relèvent de plus d’une compétence, et il est donc important de vous demander si les droits que vous défendez concernent les habitants de votre municipalité, de votre province ou du pays dans son ensemble.

Prenons l’exemple des transports. Un incident avec une compagnie aérienne nationale toucherait les personnes aveugles ou ayant une vision partielle d’un océan à l’autre, alors qu’un problème touchant votre système de transport public local toucherait les personnes qui vivent dans votre municipalité. Vous ne voudriez pas communiquer avec le gouvernement fédéral pour faire valoir les obstacles à l’accessibilité pour les usagers du transport en commun à Moncton.

### Le gouvernement fédéral

#### La Chambre des communes

La Chambre des communes est composée de représentants élus appelés députés. Chaque député est membre d’un parti politique. Lorsqu’une élection générale a lieu, le parti ayant réussi à faire élire le plus grand nombre de députés forme habituellement le gouvernement.

Les députés sont élus par les citoyens qui vivent dans leur circonscription. Une circonscription compte environ 100 000 habitants, et le Canada est divisé en 338 circonscriptions électorales. C’est pourquoi les régions à forte densité de population, comme Toronto, ont plusieurs députés dans une très petite zone géographique, tandis que les régions à faible densité de population, comme le Nunavut, peuvent avoir un seul député pour une très grande zone géographique.

Le travail des députés consiste à représenter le point de vue de leur électorat. Les députés présentent, débattent et adoptent des projets de loi qui deviendront des lois.

Certains députés du parti au pouvoir occupent un poste de ministre. Un ministre est le chef officiel d’un ministère donné du gouvernement, tel que les finances, l’emploi ou l’accessibilité. Le ministre fixe les priorités et dirige les politiques de son ministère.

Certains députés du parti au pouvoir deviennent secrétaires parlementaires. Un secrétaire parlementaire sert d’agent de liaison, aidant un ministre à entrer en communication avec d’autres députés. Lorsqu’un ministre est absent de la Chambre des communes, le secrétaire parlementaire peut être appelé à répondre au nom de son ministre pendant la période des questions.

Certains députés des partis d’opposition deviennent des ministres de cabinets fantômes ou des porte-parole. Un ministre de cabinet fantôme ou un porte-parole de l’opposition est chargé de présenter la politique de son parti sur un sujet donné et d’essayer de faire avancer ces priorités au nom du parti.

#### Le Sénat

Le Sénat est composé de représentants nommés qu’on appelle des sénateurs. C’est le gouverneur général qui nomme les sénateurs sur la recommandation du premier ministre. Chaque sénateur représente une région géographique donnée.

Tout comme les députés, les sénateurs présentent, débattent et adoptent des projets de loi qui deviendront des lois. Avant qu’un projet de loi ne devienne loi, il doit d’abord être adopté par la Chambre des communes et le Sénat.

#### Champs de compétence fédérale

En vertu de la *Loi constitutionnelle de 1867,* le gouvernement fédéral a compétence sur les questions d’intérêt national, tandis que les provinces ont compétence sur les questions d’intérêt régional.

Voici quelques champs de compétence du gouvernement fédéral :

* Banques
* Justice et droit pénal
* Travail
* Travaux publics et services gouvernementaux
* Services postaux

Pour en savoir plus sur les champs de compétence fédérale, veuillez consulter notre guide intitulé [How to... navigate the Canadian government system.](https://www.cnib.ca/sites/default/files/2023-01/How%20to%E2%80%A6navigate%20the%20Canadian%20government%20system_EN.docx)

#### Conseils pour communiquer avec le gouvernement fédéral

Pour trouver les coordonnées de votre député, visitez elections.ca ou parl.gc.ca et faites une recherche en utilisant votre code postal. Gardez en tête que, s’il ne s’agit pas d’une question d’ordre national, communiquer avec un député fédéral ne vous aidera pas à résoudre le problème.

Pour envoyer une lettre en franchise à votre député, adressez-la à son bureau de la Chambre des communes comme suit :

Nom du député

Chambre des communes

Ottawa (Ontario)

K1A 0A6

Pour obtenir les coordonnées des fonctionnaires ou d’un représentant élu du gouvernement du Canada, consultez l’annuaire des fonctionnaires fédéraux offert par les [Services d’annuaires gouvernementaux électroniques (SAGE)](https://geds-sage.gc.ca/fr/SAGE?pgid=002).

### Le gouvernement provincial

Comme le gouvernement fédéral, les gouvernements provinciaux sont composés de représentants élus par les concitoyens de leur circonscription afin de siéger à l’Assemblée législative provinciale.

D’un océan à l’autre, ces représentants portent des titres différents qui peuvent comprendre les suivants :

* Député provincial (DP)
* Membre de l’Assemblée législative (MAL)
* Député à la Chambre d’assemblée (DCA)
* Membre de l’Assemblée nationale (MAN)

À l’instar des députés fédéraux, les députés provinciaux présentent, débattent et adoptent des projets de loi et ils représentent les points de vue de leur électorat à l’échelle provinciale.

Tout comme le gouvernement fédéral, les gouvernements provinciaux ont des ministres et les partis d’opposition, des ministres fantômes ou des porte-parole.

Contrairement au gouvernement fédéral, les gouvernements provinciaux n’ont pas de sénat.

#### Champs de compétence provinciale

Voici quelques champs de compétence des gouvernements provinciaux :

* Éducation
* Soins de santé (y compris les hôpitaux)
* Services sociaux

Pour en savoir plus sur les champs de compétence des provinces et pour savoir qui est votre député, veuillez consulter notre guide intitulé « How to... navigate the Canadian government system ».

### Administrations municipales

À l’instar des gouvernements fédéral et provinciaux, les administrations municipales sont composées de représentants élus. Ces fonctionnaires sont appelés conseillers. Selon la taille de la municipalité, ils peuvent servir l’ensemble de la municipalité ou une circonscription ou un quartier donné de la municipalité. Un conseiller municipal représente les électeurs de son district, vote des règlements, élabore des politiques et fournit des programmes et des services.

#### Champs de compétence des municipalités

Voici quelques domaines de compétence des administrations municipales :

* Application des règlements
* Accessibilité communautaire
* Parcs et sentiers
* Services policiers

On dénombre plus de 3 000 municipalités au Canada. Pour obtenir les coordonnées de votre représentant, veuillez consulter le site Web de votre municipalité.

Pour en savoir plus sur les champs de compétence municipaux, veuillez consulter notre guide intitulé [How to... navigate the Canadian government system](https://www.cnib.ca/sites/default/files/2023-01/How%20to%E2%80%A6navigate%20the%20Canadian%20government%20system_EN.docx).

### Rencontre de représentants élus

Lorsque vous rencontrez un représentant élu pour lui parler d’un enjeu qui vous tient à cœur, il est important de garder en tête qu’il peut s’agir de la première fois qu’il est saisi de l’enjeu et des solutions que vous proposez. Cela peut sembler titanesque comme défi, mais vous pouvez prendre certaines mesures pour vous assurer que votre réunion se déroule bien.

**Écoutez des représentants élus vous expliquer (vidéo en anglais) comment les électeurs peuvent s’engager efficacement auprès d’eux sur des enjeux :** [**Champions for Change – vidéo de questions posées à des décisionnaires**](https://youtu.be/4uPMkG9EQHI)**.**

#### Quatre étapes à suivre pour mener une réunion efficace

Il y a quatre étapes à suivre pour mener une réunion efficace avec un représentant élu :

1. Identifier la personne compétente
2. Communiquer avec la personne compétente
3. Vous préparer en vue de la réunion
4. Assister à la réunion

**Étape 1 : Identifier la personne compétente**

Il est important que votre message s’adresse à la personne qui a le pouvoir d’apporter un changement.

Si les intérêts que vous défendez concernent le gouvernement fédéral, vous pouvez identifier la bonne personne en consultant le site Web du Parlement du Canada et en effectuant une recherche par code postal : www.parl.gc.ca. Vous pouvez également consulter le site Web d’Élections Canada et effectuer une recherche par code postal : www.elections.ca.

Si les intérêts que vous défendez concernent un gouvernement provincial ou une administration municipale, vous pouvez consulter le site Web de l’assemblée législative de votre province ou celui de l'administration municipale.

**Étape 2 : Communiquer avec la personne compétente**

Après avoir identifié la personne compétente avec qui communiquer, entamez la communication avec cette personne pour organiser une réunion. Les représentants élus ont des employés qui répondent aux appels et aux courriels. Traitez ces personnes de la même manière que vous traiteriez le représentant élu. Présentez-vous et faites un résumé de la cause que vous souhaitez aborder.

Si les délais de votre campagne sont serrés, n’attendez pas la dernière minute pour communiquer avec la personne compétente. Les représentants élus ont des emplois du temps très chargés et ne pourront pas accepter un rendez-vous de dernière minute.

Gardez à l’esprit que les représentants élus reçoivent un grand nombre de courriels. Il est donc préférable de leur téléphoner. Si vous ne recevez pas de réponse à l’intérieur d’une semaine, vous pouvez faire parvenir un courriel respectueux en guise de suivi.

Si votre représentant élu ne peut pas vous rencontrer, vous pouvez organiser une première réunion avec un membre de son personnel et fixer une réunion de suivi avec le représentant élu à une date ultérieure.

**Étape 3 : Vous préparer en vue de la réunion**

Assurez-vous de bien comprendre l’enjeu que vous souhaitez aborder et préparez quelques messages clés que vous aimeriez partager pendant la réunion. Les représentants élus peuvent avoir de nombreuses réunions chaque jour, et il importe donc de bien vous préparer pour être en mesure de transmettre vos messages clés de manière claire et concise.

Ne partagez pas tout votre vécu. Choisissez plutôt une partie de votre expérience que vous souhaitez partager afin de mettre en valeur vos messages clés.

**Étape 4 : Assister à la réunion**

Si la réunion se tient dans une assemblée législative provinciale ou au Parlement fédéral, une tenue de ville est de mise. Une réunion dans le bureau de circonscription d’un élu peut être moins formelle. Une tenue d’affaires décontractée devrait suffire.

Vous devez arriver 15 minutes avant l’heure prévue pour la réunion. Les réunions avec des représentants élus commencent souvent en retard, se terminent plus tôt ou sont reportées en raison de conflits de dernière minute dans l’emploi du temps de l’élu. Préparez-vous à cette éventualité et faites preuve de souplesse.

Il peut s’avérer utile d’envisager la réunion en quatre parties distinctes.

* Premièrement, vous devrez vous présenter et expliquer brièvement pourquoi vous plaidez en faveur de l’enjeu que vous défendez.
* Deuxièmement, vous définirez l’enjeu et ses répercussions sur la communauté. Partagez quelques faits pour appuyer votre argument.
* Troisièmement, vous devrez permettre à votre public de répondre. Écoutez attentivement afin de savoir quelle partie de votre message a été la plus percutante. Répondez brièvement à toutes les questions. Si vous ne connaissez pas la réponse à une question, engagez-vous à obtenir l’information après la réunion. Si des membres de votre auditoire ne sont pas d’accord avec vous, ramenez respectueusement la conversation à vos messages clés et utilisez de brefs exemples tirés de votre expérience.
* Quatrièmement, vous conclurez la réunion en remerciant l’auditoire et en parlant des étapes suivantes. Si les prochaines étapes ont été abordées, résumez-les et remerciez l’auditoire de vous avoir donné l’occasion de vous exprimer. Laissez un résumé écrit du problème ainsi que vos coordonnées.

De nombreux représentants élus ont des comptes sur les médias sociaux. Si la réunion s’est bien passée, demandez à l’élu si vous pouvez prendre une photo avec lui pour la publier sur les médias sociaux en guise de remerciement. Les représentants élus, notamment les députés, tiennent à montrer les gens qu’ils rencontrent et le travail qu’ils font au sein de la communauté.

#### Conseils pour mener une réunion efficace

* Assurez-vous d’avoir quelques messages clés en tête avant d’entrer dans la réunion.
* Si vous allez prendre la parole comme membre d’une équipe, organisez-vous avant la réunion. Déterminez ce que chaque personne dira et à quel moment pour que la réunion se déroule bien.
* Utilisez les titres appropriés. Si vous vous adressez à un député nommé James Leung, adressez-vous à lui en tant que député Leung.
* Prononcez les noms correctement.
* Après de brèves présentations, définissez l’enjeu de manière claire et concise. Présentez ensuite des solutions potentielles par ordre de priorité. Vous vous assurerez ainsi que vos messages les plus importants sont entendus au cas où la réunion serait écourtée.
* Partagez votre expérience afin de donner à votre auditoire plus de contexte dans le cadre de votre appel à l’action.
* Évitez les longues anecdotes et explications.
* Si votre auditoire ou vous-même commencez à vous éloigner du sujet, ramenez la conversation sur vos messages clés.
* N’oubliez pas de garder du temps pour les questions.
* Préparez-vous aux questions le mieux possible. Si quelqu’un vous pose une question à laquelle vous n’avez pas de réponse, proposez-lui de lui envoyer l’information plus tard.
* Remerciez votre auditoire de vous avoir écouté
* Laissez une version écrite de vos messages clés ainsi que vos coordonnées.

Pour en savoir plus sur la manière d’organiser des réunions efficaces avec les représentants élus, veuillez consulter notre guide intitulé [How to... meet with an elected official](https://www.cnib.ca/sites/default/files/2023-01/How%20to….meet%20with%20an%20elected%20official_EN.docx).

#### Rédaction d’une lettre de suivi

Une lettre de suivi est plus importante qu’un simple remerciement. Même si vous souhaitiez certainement remercier le fonctionnaire d'avoir pris le temps de vous rencontrer, la lettre de suivi est l’occasion de réitérer vos messages clés et toute action convenue lors de la réunion.

Voici un modèle de lettre pour vous aider à démarrer :

Monsieur OU Madame (insérez le nom et utilisez le bon titre),

Je vous remercie d’avoir pris le temps de me rencontrer le (insérer la date) pour discuter de (sujet de la réunion).

(Incluez 2 ou 3 phrases qui résument les points clés de la discussion.)

(Incluez 2 ou 3 phrases résumant les étapes suivantes convenues au cours de la réunion.)

Vous trouverez en pièces jointes des fiches d’information contenant plus de renseignements sur (sujet) à titre de référence.

Si vous avez des questions ou souhaitez obtenir de plus amples renseignements, n’hésitez pas à communiquer avec moi à (adresse de courriel) ou (numéro de téléphone).

Je vous remercie d’avoir pris le temps de me rencontrer et j’espère avoir bientôt de vos nouvelles.

Je vous prie d’agréer, Monsieur OU Madame (Titre) l’expression de mes sentiments distingués.

(Votre nom)

(Votre adresse, pour rappeler au destinataire que vous êtes un électeur)

#### Avant d’envoyer la lettre

* Avez-vous défini les acronymes utilisés?
* Avez-vous omis des termes techniques au profit d’une explication claire?
* Avez-vous utilisé un ton respectueux et collaboratif?
* Avez-vous vérifié l’orthographe et la grammaire?
* La police et le format sont-ils cohérents?
* Toutes les pièces jointes sont-elles accessibles?
* Toutes les pièces jointes sont-elles incluses?
* Avez-vous conservé une copie pour votre dossier?
* Avez-vous fixé une date pour le suivi de vos propres actions?
* Avez-vous mis en copie les personnes que vous souhaitez inclure?

## Guide – Comment faire une représentation auprès d’une municipalité

Nombre de personnes s’intéressent à utiliser la représentation comme outil de plaidoyer. Cependant, il est courant de penser que l’on n’a pas la confiance ou les connaissances nécessaires pour faire une représentation de manière efficace. Nous allons ici couvrir ce qu’est une représentation, les avantages d’une représentation et le moyen de s’y prendre pour faire une représentation efficace.

Chaque administration municipale compte différents comités composés de conseillers, du maire suppléant et du maire ou encore d’autres représentants élus. Ces comités peuvent parfois aussi inclure des membres du public (dans le cas, par exemple, d’un comité consultatif sur l’accessibilité). Aux fins du présent guide, nous nous concentrerons sur les représentations faites auprès de comités d’élus, bien que les comités consultatifs sur l’accessibilité fonctionnent souvent de manière similaire.

Chaque comité a son propre secteur d’expertise (par exemple, le transport). Environ une fois par mois, le groupe d’élus composant ce comité se réunit pour une réunion. Les points à l’ordre du jour peuvent inclure des questions pertinentes pour le comité, des mises à jour par le personnel de la municipalité concernant des projets liés au secteur d’activité du comité ainsi que l’audition de membres du public. Ils [les membres du comité] auront ensuite des discussions approfondies généralement suivies d’un vote ou d’une liste de recommandations pour le conseil municipal élargi.

Ces points seront ensuite discutés par le conseil municipal lors de sa prochaine réunion, au cours de laquelle le conseil votera en faveur ou en défaveur des recommandations.

### Qu’est-ce qu’une représentation?

Il existe deux types de représentations : la représentation écrite et la représentation verbale. Il peut s’agir d’une lettre écrite ou d’un courriel à l’attention d’un conseiller ou d’un comité. Il peut aussi s’agir d’un court discours (de 3 à 5 minutes). Vous saurez à l’avance le temps dont vous disposez afin de pouvoir vous préparer en conséquence.

L’ordre du jour d’une réunion de comité prévoit généralement du temps pour la correspondance. Il est important de noter que cela peut varier considérablement entre les différentes municipalités canadiennes. Certaines n’acceptent que la correspondance relative à un point particulier inscrit à l’ordre du jour, tandis que d’autres peuvent accepter de la correspondance portant sur une question qui n’est pas actuellement débattue. En cas de doute, adressez-vous à l’administrateur qui veille au comité et en coordonne les activités.

### Pourquoi mener une délégation?

Elle est rendue publique, ce qui signifie qu’elle sera publiée sur le site Web de la municipalité pour que tout le monde puisse en prendre connaissance.

Il peut s’avérer très efficace lorsque tout le monde se réunit pour prendre la parole et défendre un point donné à l’ordre du jour.

Cela permet de gagner du temps, car vous avez ainsi la possibilité de vous adresser à plusieurs décideurs à la fois.

Lorsqu’un point est déjà inscrit à l’ordre du jour, cela pourrait vouloir dire que la question fera incessamment l’objet d’une décision. En faisant une représentation, vous interviendrez à un moment critique du processus décisionnel afin d’y exercer une réelle influence.

Par ailleurs, il se peut que le point ne figure pas à l’ordre du jour et que vous souleviez une nouvelle question dont les autres n’ont pas connaissance.

### Comment faire une représentation

Comme indiqué précédemment, cela variera d’une municipalité à l’autre, mais ce document peut néanmoins servir de ligne directrice générale. En cas de doute, consultez le site Web de votre municipalité (vous y trouverez de l’information) ou communiquez avec l’administrateur de votre municipalité pour en savoir plus.

#### 1. Communiquer avec le comité

Pour faire une représentation auprès d’un comité, la première étape consiste à déterminer le comité qui supervise la prise de décisions touchant votre enjeu et la personne-ressource directement responsable de ce comité. Un membre du personnel municipal siégera à chaque comité uniquement à des fins administratives (le titre de cette personne peut varier selon la municipalité. Par exemple, secrétaire ou greffier). Sur le site Web de la municipalité, vous trouverez une rubrique comme « Hôtel de ville » ou « Comités » où vous trouverez la liste des comités. Cliquez sur le comité de votre choix et vous trouverez les coordonnées de la personne-ressource avec laquelle communiquer. Sinon, vous pouvez composer votre ligne locale 3-1-1 et expliquer que vous souhaitez communiquer avec le comité responsable d’un secteur particulier. Vous pourrez parfois trouver directement sur le site Web de la municipalité de l’information sur la marche à suivre pour faire une représentation écrite ou verbale.

Une fois que vous avez trouvé les coordonnées du membre du personnel, transmettez à cette personne votre représentation écrite ou demandez-lui de pouvoir intervenir lors de la prochaine réunion à l’ordre du jour. Si votre représentation concerne un point donné de l’ordre du jour, assurez-vous de préciser le point en question. Il est ainsi plus facile pour l’administrateur municipal d’inscrire votre représentation à l’ordre du jour de la réunion ou d’allouer du temps à votre représentation verbale.

#### 2. Faites votre représentation!

Il est important de vous rappeler que votre représentation deviendra publique et sera versée au dossier public. Pour cette raison, l’anonymat n’est normalement pas accepté. Veillez donc à ce que votre nom et vos coordonnées soient bien visibles. Abstenez-vous d’utiliser un langage offensant, car cela ne peut être versé au dossier public. Bien que votre représentation soit identifiée à votre nom, vos coordonnées seront probablement caviardées.

Que vous choisissiez l’écrit ou l’oral, les deux types de représentations présentent des avantages et des inconvénients. Le choix de l’une ou l’autre forme dépend de vos préférences et de vos forces en tant que défenseur. Si vous pensez que vous êtes en mesure de rédiger une excellente lettre et que vous avez besoin de temps pour rassembler vos idées, une représentation écrite est la voie à suivre. Par ailleurs, si vous êtes un orateur efficace et avez une histoire à partager, alors une représentation verbale pourrait être la bonne option pour vous. Ultimement, tout dépend de vous et de ce avec quoi vous vous sentez le plus en confiance.

#### Option A – Représentations écrites

Si vous déposez une représentation écrite, votre travail est fait, à moins que vous n’assuriez un suivi après la réunion du comité. Il est possible que vous veuillez assister en personne à la réunion au cours de laquelle votre représentation est lue ou encore la suivre en ligne pour observer comment se déroule la discussion.

#### Option B – Représentations verbales

Pendant la pandémie de COVID-19, les représentations verbales peuvent être faites de plusieurs manières différentes. De nombreuses municipalités ont adopté un système en ligne ou par téléphone. D’autres municipalités continuent à faire les choses en personne. Si vous avez le choix, faites ce avec quoi vous vous sentez le plus à l’aise Le téléphone ou Internet peuvent être tout aussi efficaces, surtout si vous avez des difficultés de transport ou vivez d’autres obstacles vous empêchant de vous rendre en personne. Si vous optez pour la voie électronique (en ligne), vérifiez quel logiciel est utilisé et s’il est accessible. Vous ne voulez pas arriver le jour J en pensant que tout va bien, mais ne pas pouvoir vous connecter ou utiliser les services en raison de problèmes d’accessibilité. En cas de doute, demandez à l’avance afin de vous sentir en confiance.

Arrivez dès le début de la réunion ou, mieux, 15 minutes avant dans la mesure du possible. Cela vous donnera le temps de rassembler vos idées ou de régler tout problème technique. L’ordre du jour peut être modifié et il est possible qu’on vous demande de prendre la parole plus tôt que prévu. Souvent, si de nombreuses personnes demandent à faire des représentations au cours d’une réunion, le sujet sera le premier débattu à l’ordre du jour afin que chaque personne ait la possibilité d’être entendue. Assistez à la réunion dès le début, même si votre point à l’ordre du jour n’est abordé que plus tard, car vous ne voudrez pas manquer l’occasion de vous faire entendre.

Si vous vous rendez en personne, sachez que la logistique varie d’une municipalité à l’autre. De nombreux endroits exigent une pièce d’identité avec photo, alors n’oubliez pas d’en apporter une pour éviter de vous faire refouler à la porte. Souvent, un porte-nom vous sera remis. Règle générale, vous devrez monter à un podium ou un pupitre muni d’un micro intégré pour prendre la parole. Quand vous entrez dans la pièce, assurez-vous de savoir où vous devrez vous rendre [pour prendre la parole].

N’ayez pas peur de poser des questions d’ordre logistique au personnel de la municipalité dès votre arrivée. Vous pouvez également poser certaines de ces questions lorsque vous faites initialement la demande de prendre la parole. Le cas échéant, faites savoir que vous avez une limitation visuelle et faites connaître vos besoins en matière d’adaptation. Par exemple, il est possible que vous ayez besoin d’un guide voyant ou d’une aide pour monter au podium. Cela vous aidera à vous sentir en confiance sans avoir à vous soucier de la façon dont vous vous y rendrez. Défendez toujours votre cause et n’attendez pas la dernière minute pour le faire.

Apportez des notes avec vous si cela peut vous mettre plus à l’aise. Cela ne vous fera pas paraître moins professionnel(le) ou moins bien préparé(e) pour autant. Que vous ayez des notes ou non, assurez-vous de tout pratiquer à l’avance. C’est ce qui vous donnera un air de grande préparation et de grande confiance.

#### Comment savoir quand un sujet sera inscrit à l’ordre du jour?

Il n’est pas toujours facile de savoir quand un point sera inscrit à l’ordre du jour d’une réunion de comité, mais vous pouvez vous tenir au courant de ce qui se prépare et communiquer avec le membre du personnel qui siège au comité pour voir s’il a des précisions quant à la date à laquelle le point sera discuté. Il est possible que des membres du comité ne sachent même pas quand des points donnés seront à l’ordre du jour jusqu’à peu de temps avant la réunion, car les calendriers et les priorités peuvent changer. Les ordres du jour sont généralement publiés en ligne quelques jours avant la réunion. Dès que vous voyez que le sujet ou l’enjeu sur lequel porte votre représentation figure à l’ordre du jour d’une réunion, n’oubliez pas d’appeler la personne responsable du comité pour lui faire votre demande.

L’ordre du jour n’étant publié que de trois à cinq jours avant la réunion du comité ou du conseil municipal, il vous restera peu de temps pour vous préparer. Si vous savez qu’il y a un sujet à venir dont vous aimeriez parler, assurez-vous de vous préparer, même si ce n’est que dans les grandes lignes.

Malheureusement, les choses peuvent se compliquer. Un ordre du jour peut être publié, et il y aura des rapports du personnel de la municipalité contenant de l’information sur le sujet auquel vous pouvez vouloir répondre sur le moment. La clé est d’avoir confiance en ce que vous avez à dire. Préparez les grandes lignes de votre représentation si votre sujet est inscrit à l’ordre du jour. Cela pose moins de problèmes si votre sujet n’est pas déjà à l’ordre du jour.

#### Conseils pour préparer votre représentation

Gardez en tête que vous ne disposerez que de trois à cinq minutes pour faire votre représentation. Normalement, vous recevrez un avertissement, puis la parole vous sera coupée si vous dépassez le temps imparti. Préparez-vous à ce qu’il y ait beaucoup de personnes qui fassent des représentations ou présentent d’autres points à l’ordre du jour de la réunion. Il se peut qu’on vous dise que vous avez cinq minutes, mais qu’on réduise ce temps en cours de réunion. Cela arrive souvent, alors n’en faites pas une affaire personnelle. Vous avez peut-être pour cinq minutes de notes, mais préparez un plaidoyer plus court que vous aurez le temps de présenter.

Présentez-vous et prenez le temps d’expliquer qui vous êtes et pourquoi vous êtes là. Ensuite, expliquez le lien entre l’enjeu et vous. Assurez-vous d’arriver rapidement au point principal en expliquant l’enjeu et en formulant vos recommandations. Des conseillers poseront souvent la question suivante : « Que voulez-vous que je fasse et comment puis-je faire ce que vous demandez? » Par exemple, si les conseillers tiennent un vote, incitez-les à voter d’une certaine manière ou à prendre une action donnée. Tout dépend de la nature exacte de l’enjeu. Veillez toujours à formuler une demande claire et précise dans votre représentation. Si vous ne le faites pas, les conseillers ne sauront pas quelle information vous venez de fournir.

#### Après la représentation

Une fois votre représentation faite, les conseillers ont normalement la possibilité de poser des questions sur ce que vous venez de dire. Il se peut toutefois qu’ils n’aient aucune question à poser; si c’est le cas, ne vous en faites pas. Comme vous êtes membres de la même communauté, il est très peu probable qu’ils vous bombardent de questions. Cependant, vous risquez de vous faire poser des questions de type « avocat du diable ». Par exemple : « Je n’ai que X $ prévus au budget, alors que feriez-vous à ma place? » Vous pourriez aussi vous faire poser d’autres questions sur des situations injustes. Si vous vous trouvez dans une telle situation, renforcez votre message. Vous pourriez répondre par ceci : « Ce n’est pas à moi de vous dicter comment dépenser votre budget, mais je suis ici pour vous dire que, quelle que soit la façon dont vous décidez de le faire, vous devez tenir compte de l’accessibilité. » Il est important de vous rappeler qu’il n'y a pas de mal à ne pas avoir la réponse; il n’y a pas de mal à répondre quelque chose du genre « Je n’en ai pas la certitude, mais si vous vous engagez avec moi, je peux vous revenir avec la réponse. » Ensuite, il suffit de faire un suivi après la réunion auprès du bureau de l’administrateur si de l’information supplémentaire doit lui être transmise.

Une fois le point terminé, vous pouvez rester jusqu’à la fin de la réunion étant donné qu’elle est ouverte au public. Si vous choisissez de partir avant la fin de la réunion, assurez-vous que le point est bel et bien terminé. Vous devrez donc attendre que tout le monde ait pu faire ses représentations, que les conseillers aient discuté de la question et qu’ils aient voté et formulé leurs recommandations. Le résultat partagé sera certainement très intéressant à entendre puisque tout le monde s’est présenté pour partager ses réflexions à ce sujet!

Si vous partez avant la fin ou si vous souhaitez revoir quoi que ce soit, tout devrait être mis en ligne par la suite, y compris le procès-verbal et l’enregistrement. Vous pouvez également composer le 3-1-1 si vous n’avez pas accès à Internet, mais souhaitez tout de même obtenir l’information. Les municipalités sont tenues de publier ou de fournir tous ces éléments, qui seront donc à votre disposition. À l’issue de la réunion, les résultats du vote ou les recommandations des conseillers feront l’objet de discussions à la réunion générale du conseil municipal, où les décisions finales seront prises.

#### Réflexions finales

N’oubliez jamais que ce que vous dites est enregistré. Les réunions sont souvent enregistrées sur vidéo, et la présence des médias est possible s’il s’agit d’une question controversée. Il est donc possible que des représentants des médias communiquent avec vous après vos représentations si celles-ci ont suscité leur intérêt. Préparez ce que vous allez dire en vous entretenant avec votre responsable local de la défense des droits si vous vous exprimez à titre personnel ou au nom d’INCA.

Ce n’est généralement pas le cas, mais il est possible dans une plus petite municipalité que vous ayez l’autorisation de faire vos représentations pendant une réunion générale du conseil. Cependant, vous devriez cibler la réunion du comité pour y faire vos recommandations, car c’est en comité que se tiendront les discussions les plus approfondies. Tout ce que vous partagez avec le comité sera transmis à la réunion générale du conseil municipal.

Nous avons couvert tout ce que vous devez savoir pour faire des représentations et expliqué pourquoi elles sont importantes. Faire des représentations est un moyen très efficace de faire entendre votre voix dans votre communauté. Votre confiance est la clé. En cas de doute, à n’importe quel stade du processus, y compris au moment de préparer vos représentations, communiquez avec votre responsable local de la défense des droits. INCA compte un large éventail de messages clés que nous pouvons partager avec vous.

Faire des représentations, ce n’est pas aussi effrayant que vous ne le pensez! Bon succès!

# Relations publiques

## Comment ... approcher les médias

La couverture médiatique est un excellent moyen de faire connaître au public un enjeu que vous défendez. Alors que le courrier électronique et Internet permettent d’atteindre des milliers, voire des millions de personnes, une couverture médiatique aux échelles locale et nationale permet d’attirer l’attention sur un enjeu et lui confère crédibilité et perspective. Parfois, la pression qui résulte d’une exposition publique est tout ce qu’il faut pour inciter les décisionnaires à trouver une solution à un problème. Les représentants élus lisent les nouvelles eux aussi!

#### Crédibilité et perspective

Une couverture médiatique est particulièrement précieuse dans le cadre d’une campagne de sensibilisation. Lorsqu’un journaliste couvre un sujet, on s’attend qu’il pousse sa recherche sur l’enjeu, qu’il s’entretienne avec des personnes des deux camps et qu’il vérifie les faits. Le journaliste ajoute une perspective à l’enjeu parce qu’il tente d’établir un équilibre. Et une partie de son travail est d’interroger différents porte-parole pour valider ce que vous leur avez dit. Vous devez anticiper les personnes auxquelles le journaliste pourrait s’adresser et ce que ces personnes pourraient lui dire. C’est pourquoi il est si important de travailler avec des intervenants quand on défend un enjeu.

### Communiquer avec les médias

Des journalistes peuvent s’intéresser à un sujet pour les raisons suivantes, par exemple :

* Un membre du public leur en parle
* Ils en entendent parler (par les médias sociaux ou ailleurs) et veulent en savoir plus
* INCA s’adresse aux médias

À l’instar de toute autre relation, il faut du temps pour développer la confiance. Les journalistes sont reconnaissants lorsque les gens les rappellent rapidement, car ils doivent souvent composer avec des délais très courts, et leur fournissent des renseignements précis et fiables. Préparez vos messages clés avant de communiquer avec les journalistes. Les journalistes sont des gens très occupés. Ne le prenez pas personnellement si vous ne recevez pas de réponse de leur part.

Dans les petites communautés, il peut être assez facile de faire connaissance avec les personnes qui couvrent l’actualité locale. Cependant, dans de plus grandes villes, il peut être difficile de connaître l’ensemble des journalistes, producteurs et salles de rédaction. Toutefois, certains journalistes ont un « domaine de prédilection », par exemple des enjeux concernant le conseil municipal ou les personnes en situation de handicap. Même si vous n’avez jamais rencontré de journalistes, vous pouvez en apprendre un peu plus sur eux en faisant des recherches sur leur travail et en suivant leurs reportages.

### Communiquer avec les médias – liste de contrôle

* Pourquoi les médias s’intéresseront-ils au sujet ou à l’enjeu? S’agit-il vraiment d’un sujet susceptible d’intéresser son public? Pourquoi?
* Le moment est-il opportun? Par exemple, pourquoi me dites-vous cela maintenant? Cela ne veut pas dire que le sujet ou l’enjeu lui-même doit être nouveau, car l’apport de nouveaux renseignements peut également rendre un sujet pertinent ou opportun.
* Le sujet ou l’enjeu interpelle-t-il directement quelqu’un d’autre que vous? Avez-vous communiqué avec ces personnes pour obtenir leur autorisation de communiquer avec les médias?
* Quel est l’élément clé dont vous souhaitez que les médias fassent état et pouvez-vous résumer cet élément en une phrase? Quelle est la solution au problème que vous souhaitez que les médias proposent?

### S’entretenir avec les médias

* Indiquez clairement si vous faites vos représentations en votre nom personnel ou au nom de votre organisation. Ne représentez jamais INCA sans en parler à votre personne-ressource au sein de l’organisation.
* Si votre entretien est filmé, demandez au journaliste où vous devez diriger votre regard. Habituellement, vous vous adresserez directement à la personne avec laquelle vous vous entretenez. Il est rare de voir un porte-parole regarder directement la caméra (mis à part lors d’un téléthon ou d’un entretien scénarisé). Si vous participez à une discussion avec plusieurs personnes, essayez de répondre à la personne à laquelle vous vous adressez.
* Le langage corporel est important. Tentez de dégager de la confiance et du professionnalisme.
* Dans le cas d’une entrevue radiophonique, utilisez votre voix pour exprimer votre enthousiasme et gardez le sourire pour que cela se reflète dans votre voix (sauf s’il s’agit d’un sujet difficile, car ce sont alors vos émotions naturelles qui vous guideront).
* Les règles de politesse s’appliquent en tout temps. Ne vous mettez jamais ouvertement en colère et ne faites jamais preuve de grossièreté.
* Ayez une attitude proactive en lançant respectueusement vos messages clés après les présentations en affirmant « Merci d’avoir pris le temps de me rencontrer. Je voudrais vous parler de... »
* Il s’agit de votre entrevue, alors assurez-vous que votre message passe, même si vous devez poliment interjeter quelque chose comme « Je voudrais finir de répondre à votre question précédente » ou « J’aimerais corriger les erreurs factuelles de l’intervieweur ».
* Ne donnez jamais de renseignements inexacts. Au moindre doute, affirmez simplement « Malheureusement, je n’ai pas la réponse à cela. Je me ferai un plaisir de vérifier et de vous revenir à ce sujet. »
* Ne dites jamais « Pas de commentaire ». Maintenez une attitude ouverte et positive. Si vous attendez l’avis d’autres personnes ou si vous avez besoin de temps pour étudier la question, dites-le.
* Ne répétez pas un commentaire négatif. Essayez plutôt de répondre de manière positive. « En fait, saviez-vous que... » ou « En fait, notre organisation... » ou « La vraie question est... »
* Évitez les réponses « oui » et « non » et assurez-vous d’y ajouter une partie de votre message clé. « Oui, et d’ailleurs... »
* Lorsque vous avez l’occasion de formuler des commentaires supplémentaires (généralement en réponse à la dernière question de l’intervieweur), reformulez votre message principal ou résumez vos messages clés.

### S’entretenir avec les médias – liste de contrôle

* Si votre entrevue se déroule en personne, arrivez 15 minutes à l’avance et informez-en le journaliste ou le personnel à l’accueil. Essayez de faire preuve de souplesse, car il est possible que la rencontre soit devancée, se termine plus tôt ou soit carrément déplacée. Il est important d’être en avance et de faire preuve de souplesse et de courtoisie. N’oubliez pas que les journalistes vous aident à diffuser votre important message auprès du public.
* Apportez du matériel, comme des fiches d’information et d’autres documents de référence, pour aider le public à comprendre. Apportez les coordonnées de toute autre personne disposée à parler aux médias (après avoir pris le soin de lui demander son accord!).
* Il arrivera souvent qu’on vous transmette des directives sur la façon de vous habiller pour une entrevue, par exemple, d’éviter les tenues de couleur verte (car les médias utilisent des écrans de projection de couleur verte). Il est préférable d’éviter les motifs imprimés trop complexes et les bijoux trop voyants, car vous risquez ainsi de détourner l’attention de votre message.

### D’autres idées pour prendre contact avec les médias

* Rédigez une lettre au rédacteur en chef. Votre lettre devrait être en réponse à un article pertinent récemment publié. Votre lettre doit compter entre 200 et 300 mots.
* Rédigez un texte d’opinion, c’est-à-dire un éditorial rédigé par un expert ou un membre de la communauté sur un sujet donné.
* Rédigez une lettre proactive destinée à un journal pour en informer le lectorat d’un changement proposé (à la loi nationale ou provinciale, à l’environnement bâti local) qui pourrait avoir une incidence sur des personnes aveugles ou ayant une vision partielle.
* Participez à une tribune téléphonique à la radio si le sujet dont on parle est un sujet qui vous passionne.
* Mettez-vous à la disposition des médias en tant que source au cas où ils auraient besoin d’un commentaire d’une personne ayant une limitation visuelle pour leur couverture.

## Comment... utiliser les médias sociaux pour défendre des droits

Les médias sociaux peuvent représenter d’excellents outils pour étendre la portée de votre campagne en ligne (en montrant combien de personnes s’intéressent à votre enjeu) et pour mobiliser les gens autour de la cause que vous défendez. Nombre d’entreprises, de décisionnaires, de municipalités, de politiciens, d’organes de presse, de journalistes et d’organisations exploitent des comptes de médias sociaux. Vous pouvez amplifier la portée de votre message en partageant votre campagne sur les médias sociaux et en « tagguant » les publics appropriés.

Voici quelques conseils qui vous aideront à faire campagne efficacement.

### Choisissez votre plateforme

* Twitter est une plateforme très sensible au temps. Le contenu peut être diffusé par gazouillis au fur et à mesure et permet une interaction en temps réel. Les utilisateurs de Twitter sont habitués à voir beaucoup de contenu. Bien qu’une limite de nombre de caractères s’applique aux gazouillis, vous pouvez néanmoins publier plusieurs gazouillis de suite pour former un genre de fil de discussion.
* Facebook est une plateforme mieux adaptée aux contenus plus longs et est généralement plus restrictive en ce qui concerne les paramètres de confidentialité de ses utilisateurs.
* Instagram est une plateforme de média social qui permet le partage de photos et de vidéos.
* LinkedIn est un réseau social qui met l’accent sur le réseautage professionnel et le développement de carrière. Sur LinkedIn, vous pouvez afficher votre CV, chercher un emploi ou améliorer votre réputation professionnelle en publiant des mises à jour et en interagissant avec d’autres utilisateurs de la plateforme.
* TikTok est une application d’hébergement de vidéos sur laquelle les utilisateurs créent de courtes vidéos à partir de filtres, de sons et d’activités à la mode. Les vidéos sont souvent accompagnées de musique en arrière-plan. De nombreuses tendances virales sont nées sur TikTok, notamment les mèmes, les chansons synchronisées sur les lèvres et les vidéos humoristiques.

### Choisissez judicieusement vos plateformes

Lorsque vous envisagez une plateforme de médias sociaux en particulier, réfléchissez à ce que vous espérez en retirer.

* Quel est votre public cible (grand public, journalistes, municipalités, politiciens, etc.)?
* Vos comptes de médias sociaux sont-ils privés ou publics? Dans le cas d’un compte privé, vos discussions se limiteront aux personnes qui vous suivent.
* Souhaitez-vous publier une vidéo ou une photo ou votre contenu est-il essentiellement composé de mots? Quelle est la longueur de votre contenu? Est-il accessible?
* Souhaitez-vous rassembler un groupe de personnes et disposer d’une plateforme plus interactive pour organiser ou plutôt discuter en privé avec d’autres personnes?

### Transmettez un message clair et concis

Le secret sur les médias sociaux, c’est la brièveté! Les médias sociaux évoluent rapidement et notre capacité d’attention est réduite par rapport à ce qu’elle était. Personne ne lira un long message décousu sans objectifs et points clairs. Allez droit au but, faites preuve de concision et lancez un appel à l’action clair.

### Construisez votre base d’adeptes

Comme dans toute bonne relation, les médias sociaux incitent à un dialogue à double sens entre vous et ceux qui vous suivent, ce qui vous permet de vous engager dans des conversations, de proposer des idées et de jouer un rôle de leader d’opinion. Pour construire votre base d’adeptes, commencez par suivre ou ajouter d’autres personnes et groupes en ligne qui s’intéressent aux mêmes enjeux que vous ou à des enjeux similaires. Ainsi, non seulement vous serez au courant des plus récentes nouvelles sur ces enjeux, mais aussi les gens commenceront à vous suivre en retour et appuieront votre campagne à leur tour. En plus de publier votre propre contenu, republiez le contenu d’autres personnes lorsque ce contenu a un lien avec ce que vous défendez, et ce, afin de montrer votre soutien et peut-être même de gagner de nouveaux adeptes par la même occasion.

### Utilisez des mots-clics

Les mots-clics offrent un moyen de regrouper des messages qui portent sur un sujet similaire. Ils permettent aux internautes de rechercher facilement du contenu sur un sujet donné. Règle générale, on utilise des mots-clics sur Twitter, Instagram, TikTok et LinkedIn. Bien que vous puissiez en utiliser sur Facebook, vous en verrez plus couramment sur les autres plateformes mentionnées ci-dessus.

Pour rendre vos mots-clics accessibles, mettez une majuscule à la première lettre de chaque mot (parfois appelée la « casse mixte ») non accentué à la fin de votre message. #Braille #Litteratie #Vancouver

Pour diriger davantage d’internautes vers vos pages, il est beaucoup plus efficace d’utiliser des mots-clics existants que les gens recherchent déjà plutôt que d’en créer des nouveaux que les gens ne connaissent pas. Un exemple est l’utilisation du mot-clic utilisé pour désigner l’accessibilité universelle #a11y pour remplacer le mot « accessibilité » dans une phrase. Si votre travail de défense de droits est lié à un mot-clic en particulier, comme #MoisSensibilisationCanneBlanche, utilisez-le au bon moment pour aider le thème à s’imposer et accroître votre visibilité en ligne.

### Optimisez la visibilité

Si vous souhaitez attirer l’attention d’un autre utilisateur, tel qu’un décisionnaire ou un organisme, vous pouvez alors le « tagguer » dans vos messages. Si vous avez une rencontre positive avec un décisionnaire ou un organisme, il est tout à fait acceptable de lui demander si vous pouvez prendre une photo avec lui pour la publier sur les médias sociaux. N’oubliez pas de lui demander le nom de son compte officiel afin que vous puissiez le « tagguer » et qu’il puisse rediffuser le message à ses adeptes.

### Soyez sympathique et crédible

Il est naturel, dans tout cycle d’une campagne de sensibilisation, de vivre des frustrations et de rencontrer des obstacles à la réussite. Cependant, tout comme c’est le cas en personne, personne ne voudra s’associer en ligne à une personne qui est incohérente, en colère ou offensante. Même si vous croisez le chemin d’une personne négative ou hostile à votre campagne, essayez de la rallier à votre cause en vous en tenant aux faits et en les étayant, le cas échéant, par des liens vers des preuves externes.

Si vous donnez l’impression d’intimider ou de « troller » quelqu’un en ligne, vous vous aliénerez des partisans potentiels et vous perdrez toute crédibilité, et ce, même si vous menez une campagne valable. Dans la mesure du possible, essayez de passer au mode de message privé dès si la situation s’envenime. Une dispute sur la place publique n’apporte rien de bon à personne.

### La qualité doit avoir préséance sur la quantité

Personne n’aime être inondé de messages et personne ne voudra continuer de suivre quelqu’un qui commence à le faire. Réfléchissez bien aux étapes à venir (par exemple, une réunion importante ou une loi qui passe à la lecture suivante au parlement), montez votre calendrier en fonction de ces étapes et n’augmentez la fréquence des messages que vous publiez en ligne que pendant cette période. Si vous avez besoin d’aide supplémentaire, des outils gratuits de planification des médias sociaux vous permettent de programmer automatiquement la publication de vos messages pour qu’ils soient les plus percutants possibles.

## Comment... bâtir de solides partenariats dans une optique de défense de droits

**Pourquoi travailler avec d’autres?**

Personne ne vit sur une île isolée des autres. Établir des liens, trouver des alliés et bâtir des soutiens sont autant d’éléments qui font partie d’une défense des droits. Bien qu’il soit possible de résoudre certains problèmes au cas par cas, nombre de questions liées à la défense des droits s’inscrivent souvent dans le cadre d’un problème systémique plus large.

Si vous vivez un problème particulier, il est fort probable que quelqu’un d’autre ait vécu le même problème. Vos efforts de sensibilisation peuvent entraîner des changements positifs pour d’autres personnes ayant une limitation visuelle. Même si le problème est propre à une personne ayant une limitation visuelle, d’autres groupes peuvent vouloir offrir leur soutien en raison de leur intérêt pour des enjeux touchant des personnes en situation de handicap ou encore par souci d’équité et d’égalité.

Travailler avec d’autres personnes offre de nombreux avantages, notamment celui de pouvoir apprendre de leur expérience, de pouvoir accroître le soutien à votre enjeu et de pouvoir compter sur un groupe de personnes avec qui vous pourrez partager les efforts. L’union fait la force et l’élan des autres peut aider à maintenir une campagne en vie lorsque tout semble être perdu.

**Qui pourraient être mes partenaires?**

La réponse à cette question dépend en très bonne mesure de la nature de l’enjeu. Voici des alliés potentiels à prendre en considération :

* Des groupes de consommateurs (s’il s’agit d’un enjeu qui touche les consommateurs, comme les transports, l’accès aux espaces publics ou l’accès aux médias)
* Des groupes locaux pour personnes ayant une limitation visuelle, y compris les groupes de loisirs ou de soutien par les pairs
* Bénévoles en engagement communautaire d’INCA partout au Canada (à l’échelle locale ou nationale)
* Vos représentants élus
* Le comité sur l’accessibilité de votre municipalité
* Des professionnels de la santé comme des optométristes et des ophtalmologistes (s’il est question de santé oculaire)
* Des membres de la communauté des personnes en situation de handicap au sens large (par exemple, l’accessibilité de l’information peut concerner les personnes malentendantes, les personnes dyslexiques, les personnes souffrant de troubles d’apprentissage, etc.)
* Un journaliste ou une personne-ressource dans les médias (si vous pensez avoir un sujet « exclusif » qui intéressera réellement son lectorat)

**Rappel :** Si vous défendez les intérêts d’une autre personne ayant une limitation visuelle, c’est à cette personne de décider si elle souhaite faire participer d’autres personnes.

**Par où commencer?**

Vous ne saurez jamais si quelqu’un est capable ou désireux de vous aider si vous ne le lui demandez pas. Faites en sorte que votre demande de soutien soit simple et ne comporte que quelques phrases décrivant l’enjeu et expliquant comment vous pensez que le groupe pourrait être en mesure de vous aider ou pourquoi il y serait intéressé. Essayez de faire preuve de la plus grande précision possible quant à ce que vous aimeriez que la personne fasse (par exemple, signer une pétition ou participer à un événement). Si quelqu’un vous répond qu’il n’est pas en mesure de vous aider, n’hésitez pas à lui demander s’il peut vous suggérer d’autres groupes qui pourraient vous aider. S’il y a de l’intérêt, vous pouvez alors lui envoyer de l’information plus détaillée sur l’enjeu.

**Rappels :** Les relations sont à double sens et doivent être entretenues. Gardez à l’esprit que vos alliés pourraient éventuellement avoir besoin de votre soutien sur leurs propres enjeux à défendre. Aussi, vous ne savez jamais quand vous pourriez avoir besoin de faire à nouveau appel à eux pour un enjeu commun. Toute relation que vous établissez doit être entretenue par la suite.

**Premiers éléments à prendre en compte :**

* La personne ayant une limitation visuelle (si ce n’est pas vous) souhaite-t-elle faire participer d’autres personnes à l’enjeu? Si oui, qui?
* Qui d’autre pourrait vivre le même problème? D’autres membres de la communauté d’INCA qui sont aveugles ou ont une vision partielle? Les défenseurs d’INCA qui sont aveugles ou ont une vision partielle dans d’autres régions du pays? Par exemple, l’accès aux guichets automatiques bancaires pose problème partout. L’installation d’une signalisation piétonnière accessible est importante pour les personnes qui utilisent le passage à niveau. Est-il judicieux d’essayer de trouver d’autres personnes qui vivent le même problème et qui pourraient participer à la recherche d’une solution?
* Existe-t-il d’autres organismes locaux susceptibles de s’intéresser à cette situation ou d’apporter son aide? Par exemple, si une personne aveugle ou ayant une vision partielle vit des problèmes avec le propriétaire d’un logement à loyer modique, un groupe représentant les locataires à bas revenus pourrait être intéressé et apporter son aide. Un groupe de défense des droits des enfants ayant des besoins particuliers dans le système scolaire peut également être utile si un élève ayant une perte de vision n’a pas droit à du soutien adéquat en classe.
* Cet enjeu est-il lié à un problème d’intérêt national? Par exemple, l’obtention d’un crédit d’impôt pour l’achat de livres parlés concerne non seulement les personnes aveugles ou ayant une vision partielle, mais aussi les personnes souffrant de troubles d’apprentissage. Des modifications apportées à la loi fédérale relative à l’impôt sur le revenu toucheraient de nombreuses personnes partout au pays. Il est plus efficace de travailler avec d’autres groupes que de travailler seul.
* Quelle est la meilleure façon d’approcher chaque organisation ou chaque personne? Est-ce en personne lors d’une réunion publique, sur les médias sociaux ou encore par communication téléphonique ou électronique directe?
* Pourquoi ces personnes devraient-elles s’intéresser à l’enjeu et en quoi cela les concerne-t-il? Comment puis-je résumer l’enjeu en quelques phrases et expliquer précisément comment ces personnes peuvent m’aider? Connaissent-elles d’autres personnes auxquelles je n’ai pas encore pensé?
* Quel est mon plan pour les tenir informées de l’évolution de la question de la défense de l’enjeu et comment vais-je assurer le suivi afin de maintenir une bonne relation avec ces personnes?

## Comment... composer avec des situations inattendues

Même si vous vous préparez le plus minutieusement possible, vous devrez parfois composer avec des situations inattendues. Vous trouverez ci-dessous quelques exemples de scénarios courants susceptibles de se produire au cours de votre travail de défense et la manière dont vous pouvez y répondre. Acceptez l’inattendu en vous préparant en conséquence.

**Réactions inattendues et comment y réagir à votre tour**

Que vous rencontriez votre député(e) local(e) ou que vous fassiez une présentation devant un grand groupe, il se peut que la réponse que vous recevez diffère de celle à laquelle vous vous attendiez. Par exemple, vous pouvez vous attendre à ce que quelqu’un réagisse positivement à vos efforts de défense de droits, mais recevoir une réponse neutre, ou vous pouvez vous attendre à une réaction négative, mais avoir droit à une réaction positive. Quelle que soit la réaction de votre public, il y a des choses que vous pouvez faire pour maintenir vos efforts de défense des droits sur la bonne piste.

**Réaction : Positive**

* Lorsque vous recevez une réaction positive à vos efforts de défense des droits, montrez votre reconnaissance.
* Confirmez les étapes suivantes. Qui fera quoi? Quand? Comment?
* Proposez d’accorder du crédit pour le soutien que vous recevrez. Par exemple, formulez un commentaire positif sur l’entreprise sur les médias sociaux, écrivez une lettre au rédacteur en chef pour applaudir ses efforts ou parlez à d’autres membres de votre communauté des nouvelles fonctions d’accessibilité qu’elle met en place.

**Réaction : Neutre**

* Lorsque vous recevez une réaction neutre à vos efforts de défense des droits, posez des questions. Demandez à la personne si elle comprend l’ampleur des obstacles et l’impact qu’ils ont sur des personnes aveugles ou ayant une vision partielle.
* Répétez vos messages clés afin de mettre l’accent sur l’enjeu. Vous devrez peut-être vous préparer à exprimer vos messages clés de plusieurs manières différentes, au cas où votre première tentative de les expliquer n’aurait pas l’effet escompté.

**Réaction : Pas favorable**

* Lorsque vous recevez une réponse qui n’est pas favorable à vos efforts de défense de droits, cherchez à savoir pourquoi vous n’avez pas le soutien de la personne.
* Pour souligner la pertinence de l’enjeu pour votre public, soulevez des faits, des comparaisons ou des conséquences économiques ou sociales qui pourraient survenir si le problème n’était pas résolu. Aidez les gens à comprendre pourquoi il est dans l’intérêt de tous de travailler ensemble à la recherche d’une solution.
* Expliquez comment l’enjeu pourrait avoir une incidence directe – positive ou négative – sur eux. Par exemple, s’il n’y a aucun chemin sûr qu’une personne ayant une limitation visuelle peut emprunter, cela peut également être le cas d’un parent qui pousse une poussette. Si une signalisation en gros caractères profite aux personnes ayant une limitation visuelle, elle profitera également à notre population croissante de personnes âgées.
* Essayez de considérer ce qui motive la personne au-delà de ce qu’elle affirme. Par exemple, il est possible qu’un politicien subisse des pressions de la part d’organisations de contribuables pour qu’il ne dépense pas d’argent, alors que vous lui demandez d’investir plus d’argent dans un programme. Si l’information relève du domaine public, vous pouvez l’évoquer pour montrer que vous avez conscience des contraintes qui pèsent sur lui (et l’utiliser ensuite comme transition vers la présentation de vos arguments). Cependant, s’il s’agit d’une hypothèse que vous formulez, il est préférable de la garder à l’esprit lorsque vous structurez vos arguments, sans toutefois en faire directement mention.

**Réaction : Désintérêt ou absence de réponse**

* Si vous ne recevez aucune réponse de la personne ou de l’entreprise dans un délai raisonnable, communiquez avec elle pour vous assurer qu’elle a bien reçu votre message électronique ou téléphonique initial. Faites-lui savoir que vous donnez suite à votre message initial et précisez la date à laquelle vous avez communiqué avec elle la première fois. Si vous communiquez par courriel, vous pouvez lui transmettre votre précédent courriel pour qu’elle puisse s’y référer. Demandez si quelque chose a été fait en réponse à votre demande initiale.
* Demandez à obtenir une réponse avant une certaine date. Présentez-lui un scénario de type « carotte ou bâton ». Une carotte est quelque chose que vous pouvez lui offrir, comme de l’information supplémentaire ou une présentation informative. Un bâton est une conséquence qui peut survenir en cas de refus de s’engager, comme saisir un autre service de la situation ou communiquer avec les médias. Les conséquences doivent toujours être de gravité progressive (par exemple, communiquez avec le chef de service avant de communiquer avec le PDG ou les médias) afin que vous puissiez démontrer que vous avez été raisonnable en prenant les mesures nécessaires si la situation finit par s’envenimer.
* Ne faites pas mention d’une conséquence que vous n’envisagez pas réellement, car cela nuira à votre crédibilité.

**Situations inattendues et comment y réagir à votre tour**

**Situation : Vous ne trouvez pas l’immeuble où vous devez livrer votre présentation ou vous ne trouvez pas la personne qui doit vous accueillir sur place**

* Prévoyez suffisamment de temps pour vous rendre là où vous devez être.
* Prévoyez un plan B au cas où vous ne trouveriez pas le lieu du premier coup. Utiliserez-vous une application de navigation? Demanderez-vous des indications à un passant?
* Avant de mettre la dernière main à vos plans, assurez-vous que vous avez l’adresse exacte du lieu où vous devez vous rendre ainsi que le nom et les coordonnées de la personne que vous rencontrerez. Faites-lui savoir que vous communiquerez avec elle par téléphone ou par SMS si vous avez de la difficulté à trouver le lieu.
* Si votre personne-ressource vous rencontre sur place, donnez-lui une brève description de vous-même afin qu’elle sache à qui s’attendre. Vous pouvez lui dire que vous tiendrez une canne blanche, qu’un chien-guide vous accompagnera ou que vous porterez un pull vert.

**Situation : Le sujet ou les questions diffèrent de ce à quoi vous vous attendiez**

* Adaptez-vous rapidement dans votre tête et modifiez vos messages clés.
* Si vous ne connaissez pas la réponse, faites-lui savoir que vous n’avez pas l’information sous la main, mais que vous vous renseignerez et que vous lui donnerez une réponse.
* Redirigez la conversation vers votre message clé en ayant recours à une brève transition du genre « C’est une question intéressante. J’aimerais réitérer que... » ou « Bien que je ne puisse pas répondre directement à cette question, ce que je peux dire, c’est que... »

**Situation : Une autre personne domine la conversation**

* Ayez une approche proactive. Juste après les présentations, livrez vos messages clés en affirmant quelque chose du genre « Merci d’avoir pris le temps de me rencontrer. J’aimerais vous parler de... »
* Préparez-vous à intervenir. Utilisez des phrases de transition, par exemple « Oui, vous avez raison et... », « Je vois. Bien, j’aimerais dire que... », « Comme je le disais... » ou encore « Puis-je ajouter que... »

**Situation : La conversation ou la réunion prend fin soudainement**

* Prévoyez rapidement un plan de suivi. Avec qui devez-vous communiquer pour prévoir une autre réunion? Quand? Comment? Quelle information serait utile dans l’intérim?

**Situation : Votre technologie ne fonctionne pas ou vous manquez de matériel**

* Apportez des copies de sauvegarde de vos notes dans d’autres formats, tels que le numérique ou le braille.
* Voyez si la personne qui organise la rencontre peut vous aider, par exemple en imprimant vos notes en gros caractères ou en vous aidant à accéder à vos courriels pour en récupérer une copie numérique.
* Vous n’avez pas à apprendre votre présentation par cœur, mais c’est une bonne pratique de lire vos notes avant la réunion, afin de vous sentir à l’aise avec le contenu et de savoir ce que vous voulez dire.
* Faites preuve de souplesse. Ce n’est pas grave si tout n’est pas parfait. Vous pouvez toujours livrer vos messages clés un peu différemment.

**Situation : Vous devez annuler à la dernière minute**

* Prévenez la personne ayant organisé l’événement dès que possible et demandez-lui si elle souhaite reporter l’événement ou si vous pouvez y envoyer quelqu’un pour vous remplacer. Si vous représentez INCA, informez-nous de l’annulation dès que possible afin que nous puissions vous aider à prendre d’autres arrangements.
* Si la personne souhaite que quelqu’un vous remplace, fournissez à la personne qui vous remplacera à l’avance les messages clés et les documents dont elle aura besoin.

**Situation : Quelqu’un est mal informé ou formule une remarque insensible au sujet de votre perte de vision**

* Faites-lui-en part ou corrigez la situation avec le plus de tact possible. Gardez en tête que ce n’est pas tout le monde qui connaît forcément une personne ayant une limitation visuelle et que cette personne ne fait probablement pas exprès pour être insensible. Dites quelque chose du genre « Une personne ayant une limitation visuelle sera très surprise si vous lui saisissez le bras sans le lui avoir demandé au préalable. Je sais que vous essayez de m’aider, mais je vous demanderai votre aide si j’en ai besoin » ou encore « Ce n’est pas un compliment de dire à une personne qu’elle n’a pas l’air d’être aveugle. La cécité se présente sous de très nombreuses formes. »

**Situation : Quelqu’un vous refuse l’accès avec votre chien-guide ou agit comme s’il vous faisait une faveur en autorisant l’accès à votre chien-guide**

* Expliquez-lui rapidement les faits. Dans l’ensemble des provinces et des territoires du Canada, la législation sur les droits de la personne interdit toute discrimination à l’encontre d’une personne qui travaille avec un chien-guide. Les chiens-guides et leurs utilisateurs ont le droit d’accéder à tous les lieux accessibles au public.
* Proposez un suivi avec plus d’information sur les chiens-guides et les droits des utilisateurs de chiens-guides.
* Si la personne persiste à vous refuser l’accès, refusez la rencontre et communiquez avec votre responsable local de la défense des droits pour obtenir de l’aide.

# Campagnes

## Guide – Planification d’une campagne de sensibilisation bénévole

### Introduction

Ce guide est conçu pour aider les défenseurs communautaires (soit vous!) à éliminer des obstacles systémiques qui nuisent de manière disproportionnée aux personnes aveugles ou ayant une vision partielle. Vous en apprendrez plus sur :

* Pour commencer
* Choisir un enjeu
* Définir les rôles
* Établir les objectifs de la campagne
* Articuler les messages clés
* Activités
* Calendrier
* Mobilisation des intervenants
* Évaluation

### Pour commencer

Une campagne de sensibilisation est un effort concerté qui vise à mobiliser les gens pour qu’ils appuient une question, une politique ou une position donnée. Un sujet de plaidoyer peut être porté à votre attention par diverses sources :

* Un ami ou un membre de la famille
* Un collègue
* Un média
* Une annonce gouvernementale
* Une organisation d’intervenants
* La communauté des personnes en situation de handicap au sens large

**Exemple : Campagne d’INCA sur les pompes à insuline accessibles**

La campagne d’INCA sur les pompes à insuline accessibles a été lancée en réponse aux commentaires de Canadiens atteints de diabète et ayant une limitation visuelle, concernant l’inaccessibilité des pompes à insuline. Il n’est pas possible pour des personnes aveugles ou ayant une vision partielle d’utiliser une pompe à insuline de manière sécuritaire et indépendante, car ces personnes doivent interagir avec des éléments visuels affichés sur un écran numérique.

#### Choisir un enjeu

En tant que personne vous portant à la défense de la communauté des personnes ayant une limitation visuelle, vous allez devoir composer avec plusieurs enjeux importants qui ont une incidence sur la vie des personnes aveugles ou ayant une vision partielle. Bien que chaque enjeu soit important, il ne vous sera pas possible de lancer une campagne de sensibilisation pour chaque enjeu qui existe. En outre, une campagne de sensibilisation n’est pas toujours la bonne solution à un problème donné. Avant d’élaborer une campagne, vous devez réfléchir soigneusement à l’enjeu en particulier que vous souhaitez aborder et vous assurer qu’une campagne de sensibilisation représente le meilleur moyen de progresser.

Assurez-vous que l’enjeu :

1. **Est systémique**

Un enjeu est systémique lorsqu’il est créé et entretenu par des institutions et des forces sociales, économiques ou politiques, faisant qu’il a des conséquences pour un certain nombre de personnes. Par exemple, des enjeux systémiques peuvent prendre la forme d’obstacles comportementaux, d’obstacles résultant de politiques et de lois gouvernementales ou encore d’obstacles liés à des pratiques commerciales inaccessibles. Vous devez choisir un enjeu qui concerne l’ensemble de la communauté des personnes ayant une limitation visuelle et pas seulement sur une seule ou quelques personnes.

1. **Est important pour la communauté concernée**

Une campagne de sensibilisation doit être éclairée et menée par des membres de la communauté. Si votre campagne porte sur un enjeu que vous n’avez pas vécu personnellement, vous devez vous engager auprès de membres de la communauté concernée pour vous assurer que l’enjeu que vous abordez est important pour eux.

Par exemple, si votre campagne porte sur la défense des droits des utilisateurs de chiens-guides, mais que vous n’êtes pas vous-même utilisateur de chien-guide, vous avez alors tout intérêt à consulter des utilisateurs de chiens-guides dans votre communauté pour connaître leur point de vue.

1. **Repose sur de la recherche et des faits**

Pendant toute la durée de votre campagne de sensibilisation, vous devrez parler de l’enjeu avec différents intervenants. Assurez-vous de disposer de tous les éléments pertinents sur l’enjeu afin de pouvoir en parler lorsque des questions vous seront posées. Veillez à effectuer votre recherche en consultant des sources crédibles. Voici de potentielles sources d’information :

* Organismes de défense des droits et organismes à but non lucratif (par exemple, ressources d’INCA)
* Publications gouvernementales (par exemple, rapports de recherche de Statistique Canada)
* Articles de recherche universitaire
* Personnes ayant une expérience vécue

1. **S’adresse au public approprié**

Vous ne voudriez pas vous adresser à votre administration municipale concernant une question de compétence provinciale, pas plus que vous ne voudriez communiquer le premier ministre de la province pour lui parler d’un enjeu concernant une entreprise locale. Assurez-vous de communiquer avec la personne ou l’organisation ayant compétence en la matière et qui a donc le pouvoir de vous aider à provoquer du changement.

#### Modèle de plan de campagne – Mise en contexte

Une fois que vous avez choisi un enjeu, vous pouvez commencer à rédiger un plan de campagne. Vous pouvez élaborer un plan de campagne de différentes manières, mais votre plan doit comprendre les éléments décrits dans ce guide.

La première section de votre plan de campagne doit présenter le contexte de la campagne, dont un résumé de l’enjeu traité et tout renseignement pertinent pour les objectifs et les activités de la campagne. Cette information permettra à tout un chacun de comprendre l’enjeu et les objectifs de la campagne, de déceler des occasions clés et d’établir la meilleure direction à prendre.

Il n’est pas nécessaire pour vous de fournir une explication détaillée de l’enjeu de la campagne à ce stade-ci, car cette étape est prévue ultérieurement. La mise en contexte ne doit présenter que de l’information de base dont quelqu’un aurait besoin pour comprendre la raison d’être de votre campagne.

Les types d’information que vous pourriez vouloir fournir dans cette section comprennent les suivants :

* Définitions de termes clés
* Faits et données clés sur l’enjeu abordé par la campagne
* Principaux textes législatifs ayant un lien avec l’enjeu abordé par la campagne
* Dates importantes ou événements à venir
* Mises à jour récentes ou changements importants liés à l’enjeu abordé par la campagne
* Principaux intervenants liés à l’enjeu, tels que d’autres groupes de pression locaux ou des représentants gouvernementaux du territoire concerné
* Campagnes, actions ou activités locales passées ou actuelles liées au thème de la campagne

#### Exemple de contexte (campagne d’INCA sur les pompes à insuline)

* Une pompe à insuline est un instrument médical servant aux personnes atteintes du diabète. Elle leur évite d’avoir à s’injecter de l’insuline à l’aide d’une seringue ou d’un stylo.
* La rétinopathie diabétique est la quatrième cause de perte de vision au Canada et quelque 750 000 personnes vivent avec la rétinopathie diabétique au Canada.
* 2021 a marqué le 100e anniversaire de la découverte de l’insuline par Sir Frederick G. Banting à l’Université de Toronto.
* Novembre est le Mois national de la sensibilisation au diabète, et le 14 novembre est la Journée mondiale du diabète.
* Le gouvernement fédéral a attribué 35 millions de dollars sur cinq ans dans son budget 2021 à la mise en œuvre d’un cadre national sur le diabète au Canada.
* En juin 2021, le projet de loi C-237, qui établit un cadre national sur le diabète, a été adopté.
* En 2020, INCA a mené une campagne de sensibilisation dans le cadre du Mois national de la sensibilisation au diabète, en partageant les histoires de Canadiens ayant une expérience vécue du diabète et de la perte de vision, ainsi que leurs difficultés à gérer leur insuline. Le chef de la direction, John Rafferty, a également proposé un texte d’opinion qui a été repris par la presse écrite.

#### Modèle de plan de campagne – L’enjeu

La mise en contexte de votre plan de campagne résume les points clés et les renseignements nécessaires pour comprendre le contexte et le format de la campagne. La section suivante sert à expliquer plus en détail l’enjeu de la campagne. L’objectif de cette section est d’expliquer brièvement :

* L’enjeu
* L’incidence de l’enjeu
* Les personnes ou les communautés touchées par l’enjeu
* La ou les personnes responsables de la mise en œuvre d’une solution

#### Exemple d’enjeu (campagne d’INCA sur les pompes à insuline)

La campagne d’INCA sur les pompes à insuline accessibles a été lancée en réponse aux plaintes de Canadiens atteints de diabète et ayant une limitation visuelle, concernant l’inaccessibilité des pompes à insuline

Il n’est pas possible pour des personnes aveugles ou ayant une vision partielle d’utiliser une pompe à insuline de manière sécuritaire et indépendante, car ces personnes doivent interagir avec des éléments visuels affichés sur un écran numérique.

Les fabricants de pompes à insuline ont la responsabilité de veiller à ce qu’un segment important de leur marché d’utilisateurs finaux puisse utiliser leurs pompes en toute sécurité. Les fabricants de pompes doivent prendre soin de concevoir des pompes dotées de caractéristiques universelles. Nous n’avons pas besoin d’une pompe particulière adaptée aux personnes aveugles; nous avons besoin de pompes qui sont accessibles à tout le monde.

Les fabricants de pompes à insuline affirment qu’il est problématique de munir des pompes à insuline existantes de dispositifs accessibles ou sonores, car les autorités de réglementation les considéreraient alors comme de nouveaux dispositifs devant être assujettis à une nouvelle procédure d’approbation.

Santé Canada a mis en place des procédures d’approbation de dispositifs médicaux fondées sur l’efficacité et la sécurité, mais il n’existe actuellement aucun critère permettant de garantir que de nouveaux dispositifs médicaux commercialisés sont accessibles à tout le monde.

Il en résulte une apathie dans l’amélioration de l’accessibilité des dispositifs existants.

#### Modèle de plan de campagne – Rôles

Il peut être utile de former une équipe de campagne composée de participants engagés capables de soutenir le développement de votre campagne. Il peut s’agir de membres de votre famille, de vos réseaux sociaux ou d’autres bénévoles passionnés par l’enjeu. Lorsque vous envisagez de recruter des personnes, pensez à celles qui possèdent une expertise ou une expérience vécue qui est pertinente pour le thème de votre campagne et à qui vous pourriez faire appel.

Une fois que vous avez identifié les membres de votre équipe de campagne, convoquez tout ce monde à une réunion de lancement de votre campagne. C’est l’occasion de définir les attentes, de préciser les objectifs et de répartir les tâches.

Les projets sont plus efficaces à mener lorsque toutes les personnes qui y participent ont une idée claire de leurs responsabilités. Votre plan de campagne doit préciser le rôle de chaque personne qui y participe afin que tout se déroule comme prévu et pour éviter les malentendus. Il est utile de créer un tableau ou une liste qui définit le rôle de chaque membre de l’équipe ainsi que ses responsabilités en tant que membre de l’équipe de campagne.

#### Exemples de rôles

|  |  |
| --- | --- |
| **Nom** | **Rôle** |
| Doris Day | Cheffe de projet |
| Jackie Chan | Porte-parole et responsable de la coordination des relations gouvernementales |
| Idris Elba | Coordonnateur des médias sociaux |
| Salma Hayek | Coordonnatrice d’événements |
| Sam Smith | Chercheur et rédacteur |
| Nina Simone | Chercheure et rédactrice |

### Élaboration de la campagne

#### Objectifs et demandes de la campagne

Maintenant que vous avez choisi un enjeu et défini les membres clés de votre équipe, vous devez établir les résultats précis que vous souhaitez obtenir dans le cadre de votre campagne de sensibilisation. Le fait de définir les objectifs de votre campagne vous permettra de rédiger vos messages clés, d’établir un calendrier d’activités et de mobiliser des intervenants.

N’oubliez pas qu’il est important que vous fassiez preuve de précision au moment de définit les objectifs de votre campagne. Si nous sommes tous d’accord pour dire qu’il est important de rendre les quartiers accessibles, « rendre mon quartier accessible » n’est pas un objectif suffisamment précis et ne transmet pas non plus de l’information qui vous permettrait de déterminer si vous avez réussi.

Un objectif plus précis et mesurable pourrait se lire comme suit, par exemple : « Persuader la Ville de Moncton d’affecter des fonds, dans le cadre du prochain budget annuel, à l’installation d’un système de signalisation automatique à toutes les intersections signalisées ». Cela permet d’atteindre l’objectif de rendre le quartier plus accessible tout en fournissant de l’information précise et mesurable sur ce qu’on souhaite réaliser et à quel moment on souhaite le réaliser.

Lorsque vous envisagez vos résultats souhaités, pensez à votre capacité et aux ressources à votre disposition. De petites initiatives de défense des droits peuvent être extrêmement efficaces, mais portez attention aux résultats concrets que vous souhaitez obtenir en menant votre campagne.

Osez faire preuve d’audace et de créativité! De nombreux changements peuvent être apportés au sein d’une communauté, mais ils ne reçoivent pas toujours l’attention nécessaire. Les « petits » enjeux sont souvent ceux qui sont les plus percutants dans la vie quotidienne des gens.

#### Exemples d’objectifs (campagne d’INCA sur les pompes à insuline)

* Santé Canada s’engage à faire de l’accessibilité un des critères d’approbation des pompes à insuline pour le marché canadien et à fournir un calendrier de mise en œuvre.
* S’appuyer sur les succès de la campagne de sensibilisation au diabète menée par INCA en 2020 pour sensibiliser davantage la communauté des personnes diabétiques, les politiciens et les décisionnaires fédéraux ainsi que le public à cette question.

#### Messages clés

Vos messages clés sont les renseignements que vous partagerez avec les décisionnaires et le public afin de les persuader de l’importance de votre enjeu.

Vos messages clés doivent exprimer clairement l’information de base pertinente, l’enjeu et l’appel à l’action. Un appel à l’action est une déclaration qui invite les membres du public à poser un geste qui soutiendra les objectifs de la campagne, comme contribuer à une campagne d’écriture de lettres ou signer une pétition. Cela donne aux gens un point d’entrée clair et direct pour soutenir votre campagne et prendre part à l’enjeu.

#### Exemples de messages clés (campagne d’INCA sur les pompes à insuline)

* 2021 marque le 100e anniversaire de la découverte de l’insuline par Frederick G. Banting à l’Université de Toronto.
* Nous avons parcouru un long chemin depuis cette découverte, les premières pompes à insuline ayant été mises au point dans les années 1970. Malgré les progrès technologiques, les pompes à insuline sont devenues moins accessibles au fil du temps, car leurs fonctions tactiles ont été consolidées ou éliminées au profit d’affichages numériques.
* Qu’elle soit causée par le diabète ou une autre maladie, la perte de la vision peut toucher n’importe qui à n’importe quel moment. Nous exhortons toutes les personnes vivant avec le diabète à nous soutenir, car nous partageons l’objectif commun d’élargir et d’améliorer l’accès aux dispositifs d’injection d’insuline.
* Santé Canada a à sa disposition une procédure établie pour approuver les dispositifs médicaux et s’assurer qu’ils sont sécuritaires, efficaces et de grande qualité. Les critères d’approbation devraient être élargis pour inclure la conception accessible et universelle. Les six millions de Canadiens qui sont en situation de handicap méritent d’avoir un accès égal à des dispositifs médicaux et d’être autonomes en ce qui concerne leur propre santé.

#### Activités

Vous devrez déterminer les activités particulières qui vous permettront d’atteindre les objectifs de votre campagne de sensibilisation. Ces activités varieront considérablement en fonction de la portée et de la nature de votre campagne. Pour plus d’information et des conseils sur une série d’activités de plaidoyer, consultez notre page [Ressources de plaidoyer](https://www.cnib.ca/en/advocacy-resources).

Le suivi des activités particulières que requiert votre campagne est une des étapes les plus importantes pour garder le cap, suivre le progrès réalisé et maintenir une collaboration efficace entre les membres de l’équipe.

Il est important que vous fassiez participer les membres de votre équipe de campagne à l’élaboration de votre stratégie. Chaque membre de votre équipe peut apporter des compétences et une expérience différentes, et le fait qu’ils travaillent ensemble contribuera à renforcer votre plan.

#### Exemple d’activités

1. Communications internes

* Fournir une mise à jour hebdomadaire aux membres de l’équipe de campagne, chaque vendredi
* Tenir une réunion hebdomadaire de mise à jour pour tous les membres de l’équipe, chaque lundi

1. Relations avec la communauté

* Fournir des mises à jour et des messages clés à la communauté des personnes en situation de handicap et aux organismes partenaires, les incitant à partager le contenu sur leurs médias sociaux et à encourager leurs membres à agir
* Informer les conseillers municipaux des districts concernés de la campagne à venir et demander une réunion pour en discuter
* Communiquer avec des membres de la communauté ayant une expérience vécue afin d’obtenir des témoignages

1. Relations avec les médias

* Communiquer avec des journalistes locaux pour qu’ils couvrent la campagne
* Inviter les médias à une action de fin de campagne se tenant à l’hôtel de ville

1. Médias sociaux

* Créer une page Facebook et un compte Twitter pour la campagne
* Partager le lien menant à la pétition sur les médias sociaux et encourager les gens à signer et à partager la pétition
* Publier une lettre ouverte au conseil municipal et appeler les conseillers concernés à l’action

1. Événements spéciaux

* Communiquer avec le service des règlements pour se renseigner sur les autorisations nécessaires pour tenir une action de fin de campagne à l’hôtel de ville
* Solliciter des bénévoles pour participer à l’action de fin de campagne

#### Calendrier

En plus de définir les activités qui vous permettront d’atteindre les objectifs de votre campagne de sensibilisation, vous devrez déterminer le calendrier de leur réalisation. Cela vous permettra de garder le cap et de ne pas vous sentir dépassé par tous les éléments mobiles de la campagne.

Organisez vos activités dans un tableau, en les plaçant dans l’ordre où elles doivent avoir lieu. Partagez le tableau avec votre équipe de campagne pour déterminer si vous avez oublié quelque chose. Une fois que vous avez l’assurance que tout est en ordre, attribuez une date à chaque élément. Il peut être utile de travailler à rebours, en attribuant d’abord une date limite au dernier élément, puis en passant d’une activité à l’autre jusqu’à ce que vous atteigniez la date de début de votre campagne.

Au moment d’élaborer un calendrier, vous devrez porter attention à ce qui se passe autour de vous par rapport à votre enjeu. Prenez note de toute activité politique pertinente, de tout intérêt concurrent ou de tout événement marquant susceptible d’avoir une incidence sur le succès de votre campagne.

#### Exemple de calendrier

|  |  |
| --- | --- |
| **Tâche** | **Date** |
| Informer les conseillers municipaux des districts concernés de la campagne à venir et demander une réunion pour en discuter | 30 janvier |
| Fournir des mises à jour et des messages clés à la communauté des personnes en situation de handicap et aux organismes partenaires | 1er février |
| Partager le lien menant à la pétition sur les médias sociaux et encourager les gens à signer et à partager la pétition | 2 février |
| Communiquer avec les journalistes locaux pour qu’ils couvrent la campagne | 10 février |
| Communiquer avec le service des règlements pour se renseigner sur les autorisations nécessaires pour tenir une action de fin de campagne à l’hôtel de ville | 24 février |

### Mobilisation d’intervenants

Il est essentiel d’identifier les autres organismes, particuliers ou groupes qui défendent l’enjeu de la campagne et de chercher des moyens de travailler avec eux pour assurer un plus grand succès de votre campagne. Cela permet également d’étendre considérablement la portée de votre campagne, car vous pouvez tirer parti de chacun de vos réseaux respectifs.

Il est également important d’envisager des alliés improbables qui pourraient partager des objectifs communs relativement au thème de votre campagne. Lorsque différents groupes ayant des priorités différentes peuvent s’unir sur un enjeu, cela renforce le besoin de changement et peut influencer les décisionnaires. Dans le dossier de la défense des trottinettes électriques, INCA a trouvé des alliés improbables au sein de la communauté des cyclistes, ce qui a apporté force et soutien aux voix des deux communautés.

Il n’y a pas de secret en matière de sensibilisation. Si un membre de votre réseau travaille pour l’organisme avec lequel vous souhaitez entrer en communication ou connaît bien cet organisme, demandez-lui quelle serait la meilleure personne avec laquelle communiquer concernant votre enjeu. Si vous n’avez pas personne qui puisse vous aider à vous mettre en communication, vous devrez commencer par un appel téléphonique ou un courriel de présentation.

Un courriel de présentation doit comprendre les éléments suivants :

* Qui vous êtes et qui vous représentez
* Un aperçu de la campagne
* Un lien vers le site Web de votre campagne, le cas échéant
* Pourquoi vous pensez que votre campagne aura de l’importance pour eux, par exemple en ce qui concerne l’incidence de l’enjeu sur leur communauté
* Ce qu’ils peuvent faire pour aider. Faites preuve de précision. Au lieu de leur demander leur soutien, demandez-leur de signer une lettre ou d’inviter leur communauté à votre événement

Pour plus d’information et des conseils sur la mobilisation d’intervenants, consultez notre [guide sur la manière de créer des partenariats sur des enjeux](https://www.cnib.ca/sites/default/files/2023-01/How%20to%E2%80%A6build%20strong%20advocate%20partnerships_EN.docx).

### Évaluation

Bien qu’il soit difficile de quantifier l’incidence de tout travail de défense, l’évaluation des résultats de votre campagne peut mettre en lumière des éléments importants et des leçons apprises. Une fois la campagne terminée, il est utile de déterminer si les objectifs de la campagne ont été atteints et, le cas échéant, de comparer les résultats avec ceux de campagnes antérieures. Vous aurez ainsi une meilleure compréhension des meilleures pratiques que vous pourrez appliquer et améliorer lors de vos prochaines campagnes.

Les méthodes quantitatives, ou statistiques, sont généralement les mesures d’évaluation les plus faciles à recueillir et à analyser dans le cadre d’une campagne de défense d’un enjeu.

Les indicateurs suivants peuvent vous aider à évaluer le succès de votre campagne :

* Le nombre de personnes ayant envoyé une lettre à leur député
* Le nombre d’impressions sur les médias sociaux
* Le nombre de visiteurs sur le site Web de la campagne
* Le nombre de partenaires externes faisant la promotion de l’action

## Comment créer une stratégie de campagne réussie

La clé du succès de toute campagne est la mise en place d’une stratégie gagnante avant de commencer. Si vous ne le faites pas, vous risquez de manquer des occasions de vous adresser aux bonnes personnes, en temps et lieu opportuns. Ce modèle est conçu pour vous aider à utiliser les principes fondamentaux de toute campagne pour démarrer votre plan. Bon succès!

### Étape 1 – Quel est l’enjeu exactement?

En tant que défenseurs en quête de changement, nous voulons souvent faire tomber toutes les barrières d’un seul coup. Il est toutefois important que vous sachiez exactement ce qui doit changer. Par exemple, « Mon quartier est inaccessible » est un enjeu trop général pour être traité avec succès. Qu’est-ce qui est inaccessible dans votre quartier? S’il y a trop d’exemples parmi lesquels choisir, vous devrez vous limiter à un seul problème : « Mon quartier est inaccessible parce que les propriétaires de magasins locaux placent des panneaux publicitaires dans la rue. »

Assurez-vous d’avoir clairement défini vos objectifs afin de savoir ce que vous visez et de savoir si vous avez réussi. Votre objectif doit être SMART (Spécifique, Mesurable, Atteignable, Réaliste et Temporel).

**À vous de jouer**

Résumez par écrit l’enjeu en une phrase.

Rédigez un objectif SMART pour votre campagne.

### Étape 2 – Quelle est la preuve de l’existence de l’enjeu?

Pour que votre campagne soit couronnée de succès, vous devez établir les faits qui convaincront les gens de vos arguments. Cela peut demander un certain effort, mais vous devez déterminer comment présenter vos arguments de manière simple et efficace. Il est essentiel de disposer d’information ciblée pour votre public et dans un format facile à distribuer et à comprendre. Disposer de faits et de chiffres fiables vous permettra également d’aborder les décisionnaires avec plus d’assurance.

Rassemblez des preuves à l’appui de votre campagne. Il peut s’agir de statistiques actuelles, de photos, d’études de cas, d’exemples de bonnes pratiques, etc. L’information doit être claire, concise et présentée d’une manière facilement compréhensible afin de motiver d’autres à agir.

**À vous de jouer**

Quels sont les types de preuves existants que vous pourriez utiliser?

Quelles preuves devez-vous rassembler directement?

Quelles sont les mesures à prendre pour recueillir ces preuves?

### Étape 3 – Connaissez votre public

Au fur et à mesure que vous rassemblez des preuves, vous devez réfléchir au public cible de la campagne. Le public cible doit être les personnes ou organismes responsables de l’enjeu de la campagne et ayant le pouvoir de provoquer le changement. Par exemple, si vous souhaitez faire modifier un passage à niveau dangereux dans votre ville, cette question est traitée à l’échelle municipale plutôt que fédérale de sorte que votre public principal est local plutôt que national. Vous pouvez également avoir des publics cibles secondaires qui pourraient vous aider à atteindre l’objectif de votre campagne.

**À vous de jouer**

Qui sont les décisionnaires pouvant apporter le changement nécessaire?

Y a-t-il d’autres acteurs clés?

Qui influence les décisionnaires?

### Étape 4 – Établir des relations

L’établissement de relations est une compétence cruciale pour la réussite d’une campagne, car c’est ainsi qu’on réussit à faire travailler de nombreuses personnes vers l’atteinte d’un même but. Il est également plus probable d’attirer l’attention des décisionnaires et des médias si de nombreuses personnes travaillent sur un même enjeu. Un bon point de départ est de réfléchir aux groupes concernés par la question. Par exemple, l’encombrement des rues n’affecte pas seulement les personnes aveugles ou ayant une limitation visuelle, mais aussi les personnes en fauteuil roulant et les parents avec des poussettes. Des associations locales de personnes en situation de handicap peuvent souvent fournir une mine de connaissances et de soutien, au même titre que des organismes plus importants comme INCA. Il est essentiel quiconque participe à la campagne en comprenne les objectifs et les messages. Tendez la main à différents organismes qui peuvent se rassembler autour d’un objectif commun.

**À vous de jouer**

Quels sont les personnes, les groupes et les organismes avec lesquels vous pouvez entrer en communication et qui sont susceptibles d’être concernés par cet enjeu et de vouloir apporter leur aide?

### Étape 5 – Choix du moment

Comme pour tout plan, le choix du moment où vous souhaitez lancer votre campagne est essentiel. Vous devez réfléchir aux événements marquants du calendrier qui sont importants pour votre campagne (comme les dates d’adoption de textes législatifs, les journées de sensibilisation, les réunions locales) et à ce qui doit être fait pour préparer chaque échéance (par exemple, vous ne voulez pas rencontrer un décisionnaire et apprendre qu’il a déjà voté sur l’enjeu la semaine précédente!). En fixant des échéances pour les différentes phases, vous contribuerez à façonner votre campagne et à la maintenir sur la voie du succès.

**À vous de jouer**

Quelles sont les dates importantes à venir pour cette campagne?

### Étape 6 – Suivi du succès

Au début de la campagne, vous avez fixé des objectifs clairs établissant ce que vous souhaitez réaliser. Vous aviez une idée claire de ce à quoi ressemblerait la réussite et comment vous sauriez que vous aviez réussi. Vous pouvez maintenant mesurer l’incidence de la campagne. Célébrez ce que vous avez accompli (ce qui a fonctionné et pourquoi?) et réfléchissez à ce que vous feriez différemment la prochaine fois.

**À vous de jouer**

Passez en revue les objectifs de la campagne. Lesquels avez-vous atteints?

Qu’est-ce qui démontre que vous avez atteint ces objectifs?

Y en a-t-il que vous n’avez pas atteints. Si oui, pourquoi?

Que feriez-vous différemment une prochaine fois?

# Législation sur les droits des personnes handicapées

À INCA, nous croyons que les personnes aveugles ou ayant une vision partielle ont le droit de vivre leur vie comme elles l'entendent. Il existe des lois et des normes qui nous aident à défendre les intérêts de ces personnes lorsqu'elles sont confrontées à des obstacles ou à la discrimination. En ayant une compréhension de base des lois et des normes qui protègent nos droits, vous pourrez mieux les défendre.

Voici les lois et les normes que nous allons explorer ici :

* La Loi canadienne sur les droits de la personne
* La Charte canadienne des droits et libertés
* La Loi canadienne sur l'accessibilité
* La Convention relative aux droits des personnes handicapées

## Loi fédérale

### La Loi canadienne sur les droits de la personne

Lien : <https://laws-lois.justice.gc.ca/eng/acts/h-6/>

La Loi canadienne sur les droits de la personne assure l'égalité des chances à toutes les personnes au Canada qui pourraient être victimes de pratiques discriminatoires fondée sur un ensemble de motifs interdits.

Les motifs interdits par la loi sont les suivants :

* la race
* l'origine nationale ou ethnique
* la couleur
* la religion
* l'âge
* le sexe
* l’orientation sexuelle
* l’identité ou l’expression de genre
* l'état matrimonial
* l’état familial
* les caractéristiques génétiques
* le handicap
* le fait d’avoir été condamné pour une infraction pour laquelle un pardon a été accordé ou pour laquelle une suspension du casier judiciaire a été ordonnée.

La Loi canadienne sur les droits de la personne ne s'applique qu'aux activités régies par le gouvernement fédéral. Il existe des lois anti-discrimination provinciales et territoriales distinctes qui s'appliquent aux activités régies au niveau provincial.

La Commission canadienne des droits de la personne a été créée à la suite de la Loi canadienne sur les droits de la personne. Le rôle de la Commission canadienne des droits de la personne est d'enquêter sur les plaintes de discrimination fondées sur les motifs interdits énumérés ci-dessus.

### La Charte canadienne des droits et libertés

Lien : https://laws-lois.justice.gc.ca/eng/const/page-15.html

La Constitution du Canada est l’ensemble des règles de droit qui déterminent le fonctionnement du Canada. La Constitution est la loi suprême du Canada. Toute autre disposition de droit doit se conformer aux lois énoncées dans la Constitution.

La Charte canadienne des droits et libertés fait partie de la Constitution canadienne. L'article 15 de la Charte décrit les droits à l'égalité comme suit :

**15.** (1) La loi ne fait acception de personne et s'applique également à tous, et tous ont droit à la même protection et au même bénéfice de la loi, indépendamment de toute discrimination, notamment des discriminations fondées sur la race, l'origine nationale ou ethnique, la couleur, la religion, le sexe, l'âge ou les déficiences mentales ou physiques**.**

Cet article de la Charte énonce clairement que chaque personne au Canada doit être traitée avec le même respect, la même dignité et la même considération. Autrement dit, les lois et les programmes gouvernementaux ne doivent pas être discriminatoires.

### La Loi canadienne sur l’accessibilité

Link: <https://laws.justice.gc.ca/eng/acts/A-0.6/index.html>

La Loi canadienne sur l'accessibilité interdit toute discrimination fondée sur le handicap. Elle s'applique à l'échelle nationale et se concentre sur les domaines de compétence fédérale, notamment le secteur public fédéral, les corporations de la Couronne et toutes les organisations sous réglementation fédérale.

L'objet de la Loi canadienne sur l'accessibilité est de faire du Canada un pays exempt d'obstacles d'ici 2040 en identifiant, supprimant et prévenant les obstacles.

Les Normes d'accessibilité Canada ont été créées à la suite de la Loi sur l'accessibilité du Canada. Le rôle des Normes d'accessibilité Canada est d'élaborer des exigences légales en matière d'accessibilité dans les domaines de compétence fédérale.

En vertu de la Loi canadienne sur l'accessibilité, les organisations sous réglementation fédérale doivent élaborer des plans d'accessibilité conformes aux règles énoncées par les Normes d'accessibilité Canada. Lors de l'élaboration des plans d'accessibilité, les organisations doivent consulter les personnes handicapées, créer des processus pour recevoir des commentaires et y répondre, et rendre compte des progrès réalisés dans la mise en œuvre des plans d'accessibilité.

Si une organisation visée par la Loi canadienne sur l'accessibilité est reconnue coupable d'avoir enfreint la loi, des pénalités peuvent être imposées. Celles-ci peuvent varier considérablement, selon la gravité de la contravention et d'autres facteurs.

### Convention relative aux droits des personnes handicapées

Bien que la Convention relative aux droits des personnes handicapées soit un texte de loi international, le Canada a ratifié la Convention en 2010. Cela signifie que le Canada s'est engagé à appliquer les droits énoncés dans la convention et qu'il est lié à la convention en vertu du droit international.

La Convention exige que les États parties (les pays qui ont ratifié la Convention) protègent les droits à l'égalité et à la non-discrimination des personnes handicapées dans divers domaines, notamment la liberté d'expression et d'opinion, le respect du domicile et de la famille, l'éducation, la santé, l'emploi et l'accès aux services. La Convention explique également les types de mesures que les États parties doivent prendre pour garantir l'égalité des droits des personnes handicapées.

Dans le cadre de son engagement à l'égard de la Convention, le Canada doit soumettre tous les quatre ans un rapport aux Nations Unies, décrivant comment le pays a fait progresser les droits des personnes handicapées.

## Législation provinciale relative aux personnes handicapées

### Lois sur les droits de la personne des provinces

Les lois provinciales et territoriales sur les droits de la personne sont semblables à la Loi canadienne sur les droits de la personne et appliquent bon nombre des mêmes principes. Elles protègent les personnes contre la discrimination dans les domaines de compétence provinciale et territoriale, comme les restaurants, les magasins, les écoles, les logements et la plupart des lieux de travail.

Les lois provinciales et territoriales sur les droits de la personne sont les suivantes :

* Alberta Human Rights Act (Loi sur les droits de la personne de l’Alberta)
* British Columbia Human Rights Code (Code sur les droits de la personne de la Colombie-Britannique)
* Manitoba Human Rights Code (Code sur les droits de la personne du Manitoba)
* Loi sur les droits de la personne du Nouveau-Brunswick
* Newfoundland and Labrador Human Rights Act (Loi sur les droits de la personne de Terre-Neuve-et-Labrador)
* Nova Scotia Human Rights Act (Loi sur les droits de la personne de la Nouvelle-Écosse)
* Code des droits de la personne de l’Ontario
* Prince Edward Island Human Rights Act (Loi sur les droits de la personne de l’Ïle-du-Prince-Édouard)
* Chartre des droits et libertés de la personne du Québec
* Saskatchewan Human Rights Code (Code des droits de la personne de Saskatchewan)
* Northwest Territories Human Rights Act (Loi sur les droits de la personne des Territoires du Nord-Ouest)
* Loi des droits de la personne du Nunavut
* Loi sur les droits de la personne du Yukon

### Loi sur l’accessibilité pour les personnes handicapées de l’Ontario (LAPHO)

Lien : <https://www.ontario.ca/laws/statute/05a11>

La LAPHO a été établie le 13 juin 2005. Elle vise à identifier, éliminer et prévenir les obstacles pour les personnes handicapées. Elle s'applique à tous les niveaux de gouvernement, aux organismes à but non lucratif et aux entreprises du secteur privé de l'Ontario qui comptent un ou plusieurs employés à temps plein, à temps partiel, saisonniers ou contractuels.

La LAPHO énonce cinq normes :

1. Norme d’accessibilité pour l'information et les communications
2. Norme d’accessibilité pour l’emploi
3. Norme d’accessibilité pour le transport
4. Norme d’accessibilité pour la conception des espaces publics
5. Norme d’accessibilité pour les services à la clientèle

Deux nouvelles normes de la LAPHO sont actuellement en cours d'élaboration :

1. Norme d’accessibilité pour les soins de santé
2. Norme d’accessibilité pour l’éducation

### Loi sur l’accessibilité pour les Manitobains (AMA)

Lien : <http://web2.gov.mb.ca/laws/statutes/ccsm/a001-7e.php>

L'AMA a été créé en décembre 2013. Elle vise à identifier, éliminer et prévenir de manière proactive les obstacles dans les domaines clés de la vie quotidienne.

L’AMA énonce cinq normes :

1. Norme d’accessibilité pour les services à la clientèle
2. Norme d’accessibilité pour l’emploi
3. Norme d’accessibilité pour l'information et les communications
4. Norme d’accessibilité pour la conception des espaces publics
5. Norme d’accessibilité pour le transport

Le gouvernement du Manitoba s'est engagé à réaliser des progrès importants d'ici 2023.

### Loi sur l’accessibilité de la Nouvelle-Écosse

Lien : <https://www.nslegislature.ca/legc/bills/62nd_3rd/3rd_read/b059.htm>

La Loi sur l’accessibilité de la Nouvelle-Écosse vise à rendre la Nouvelle-Écosse inclusive et sans obstacles d'ici 2030.

Elle comprend six normes d'accessibilité :

1. Biens et services
2. Information et communications
3. Transport
4. Emploi
5. Environnement bâti
6. Éducation

****

**Website / Site Web : cnib.ca / inca.ca**

**Email / Courriel : info@cnib.ca / info@inca.ca**

**Toll Free / Sans frais : 1 800 563-2624**