

Plan ontarien d'action pour les jeunes noirs

Initiative pour les campagnes de prévention de la violence Rétroaction sur les demandes de 2017

Le présent document contient les commentaires fournis par le comité interministériel de sélection sur l'Initiative pour les campagnes de prévention de la violence du Plan ontarien d'action pour les jeunes noirs à l'automne 2017.

Le comité interministériel de sélection était composé de membres de la fonction publique de l'Ontario qui ont des compétences spécialisées en communications, en travail communautaire et en justice pour la jeunesse et qui se déclarent membres de la communauté noire.

Remarque : Les demandes présentées en français ont été examinées par les membres francophones du comité.

Les commentaires ont été résumés pour aider les organismes à présenter de meilleures demandes lors de futures initiatives.

1. Commentaires généraux

1.1 Lisez la trousse de demande attentivement

Pour chaque programme du Plan ontarien d'action pour les jeunes noirs, une trousse distincte de demande est fournie, que l'on peut trouver sur le site Web :

Ontario.ca/Plandactionpourlesjeunesnoirs. La trousse de demande était nécessaire pour présenter correctement une demande. La trousse contenait de l'information telle que les objectifs et les résultats visés de la campagne, les critères d'évaluation et les échéanciers.

1.2 Utilisez le modèle de demande

Un modèle de demande est fourni à la fin de chaque trousse de demande. Une pondération était attribuée à chaque section du modèle de demande, et les critères d'évaluation énoncés dans la demande étaient reliés à chaque section. L'utilisation du modèle de demande permet de veiller à ce que tous les éléments de la demande soient abordés dans vos réponses.

1.3 Répondez clairement aux questions de la demande

Les membres du comité de sélection ne peuvent évaluer que ce qui a été inscrit dans la demande, et les lettres de référence. Il se peut qu'ils ne connaissent pas le travail réalisé par votre organisme. C'est pourquoi il est important que les demandeurs répondent clairement à toutes les questions.

2. Section Un : Aperçu de l'organisme

2.1 Indiquez les partenaires de la campagne et leur rôle

Dans la section Aperçu de l'organisme, les demandeurs doivent indiquer l'organisme responsable de la campagne et ses partenaires.

- Dans les **demandes à score élevé**, les partenaires de la campagne sont clairement indiqués, ainsi que le rôle qu'ils joueront dans la mise en œuvre de la campagne. Plus particulièrement, dans les demandes à score élevé où plus d'une communauté était visée, les partenaires dans les communautés en question étaient indiqués. Par exemple, un organisme établi à Toronto voulant présenter des éléments de la campagne à Ottawa

avait des partenaires communautaires à Ottawa. Les demandes à score élevé reposaient aussi sur des partenariats intersectoriels (p. ex. partenaires de l'industrie, écoles ou conseils scolaires, universités, etc.).

- Dans les **demandes à score faible**, aucun partenariat n'était mentionné ou, lorsque des partenariats étaient mentionnés, il s'agissait de partenaires avec lesquels l'organisme avaient travaillé dans le passé sur des initiatives sans rapport.

2.2 Mettez l'accent sur le leadership des Noirs

Dans l'Aperçu de l'organisme, les demandeurs devaient indiquer leurs liens avec la communauté.

- Dans les **demandes à score élevé**, il était clairement indiqué que l'organisme responsable était dirigé par des Noirs ou centré sur les Noirs (p. ex. la table de leadership compte des membres de la communauté noire, l'organisme a pour mandat de servir les Ontariennes et Ontariens de race noire, etc.).
- Dans les **demandes à score faible**, il n'était pas indiqué que l'organisme responsable ou ses partenaires étaient dirigés par des Noirs ou centrés sur les Noirs. Les demandes à score faible indiquaient peut-être qu'il y avait des bénéficiaires noirs, mais l'identité noire n'était pas au cœur des activités de l'organisme, des partenaires et des collaborateurs.

3. Section Deux : Expérience organisationnelle

3.1 Indiquez clairement une expérience qui a un rapport avec l'Initiative

Les demandeurs devaient préciser leur expérience de la réalisation de campagnes de sensibilisation ou d'initiatives de prévention de la violence. Cette question aide les membres du comité de sélection à évaluer la capacité du demandeur de réaliser la campagne qu'il propose.

- Dans les **demandes à score élevé**, le lien entre l'expérience et l'initiative est clairement indiqué. Par exemple, si la campagne proposée repose sur des activités communautaires, les demandeurs qui ont reçu un score élevé avaient traité de leur expérience de l'organisation d'activités communautaires. Les demandeurs avaient aussi clairement traité de leur expérience de travail spécifiquement auprès de la communauté noire.
- Dans les **demandes à score faible**, les demandeurs traitaient de leur expérience de la mise en œuvre de programmes pour les jeunes qui n'avaient toutefois pas rapport avec la prévention de la violence (p. ex. programmes sportifs ou clubs de devoirs). Ils n'indiquaient pas non plus dans leurs demandes leurs expériences du service auprès de la communauté noire.

3.2 N'oubliez pas de traiter de l'expérience des partenaires

Un grand nombre des demandes étaient axées sur l'expérience de l'organisme responsable, mais c'était aussi une occasion de traiter de l'expérience des partenaires.

- Dans les **demandes à score élevé**, l'expérience des partenaires était mise en évidence pour étoffer les demandes. L'Impact collectif repose sur des partenariats qui aident à porter au maximum l'incidence de la campagne.
- Dans les **demandes à score faible**, il n'y avait pas de mention de l'expérience des partenaires.

4. Section Trois : Projet d'initiative

4.1 Assurez-vous de traiter de tous les éléments du projet de campagne

Les demandeurs devaient cerner sept (7) éléments de leurs campagnes (voir ci-dessous). Ils devaient traiter de chacun de ces éléments.

- Dans les **demandes à score élevé**, des points centrés, des tableaux ou des sous-titres étaient utilisés pour veiller à traiter de chaque élément et fournir une description précise de la campagne. Voici les principales parties d'évaluation des demandes à score élevé :
 - **Objectifs de la campagne** : Le lien entre l'objectif de la campagne et les causes profondes de la violence était clairement indiqué dans la demande, et permettrait de réduire les cas de violence touchant les enfants, les jeunes et les familles de race noire.
 - **Approche de la campagne** : L'approche adoptée dans le cadre de la campagne était fortement centrée sur les principes directeurs « Impact collectif et Identité culturelle » (IC²). En particulier, les **jeunes** dirigeaient la conception et la mise en œuvre de la campagne.
 - **Public cible** : Le public cible est clairement indiqué dans la demande, et est relié à l'objectif de la campagne. L'**identité culturelle** est également clairement reconnue et comprise dans la demande. Remarque : Le public cible et le public bénéficiaire ne devaient pas obligatoirement être le même (Section 1.6 de la demande).
 - **Plan de mise en œuvre** : Le plan de mise en œuvre était réalisable et évolutif conformément aux échéanciers. Étant donné que les fonds de la campagne doivent être dépensés d'ici mars 2018, les campagnes à score élevé avaient des périodes de démarrage limitées et des délais de mise en œuvre courts.
 - **Budget** : Le budget était ventilé de façon détaillée et tous les éléments de la campagne y étaient pris en compte. Par exemple, si les demandeurs avaient indiqué qu'ils bâtiraient un site Web, les coûts raisonnables de la conception, de l'hébergement et de la tenue à jour du site Web étaient inclus.
- Dans les **demandes à score faible**, les demandeurs n'avaient pas clairement traité de tous les sept (7) éléments ou avaient raté la cible dans les parties suivantes :
 - **Objectifs de la campagne** : Le résultat ou l'objectif de la campagne n'était pas clair ou n'était pas clairement relié aux résultats dans la demande. Par exemple, dans un certain nombre des demandes, l'accent était mis sur les objectifs tels que la hausse de l'emploi. L'Initiative pour les campagnes de prévention de la violence était axée sur la réduction d'une perception de soi négative, d'une faible estime de soi, d'un sentiment d'impuissance et d'un sentiment d'exclusion de la communauté en général (Section 1.3).
 - **Approche de la campagne** : Les principes directeurs « Impact collectif et Identité culturelle » (IC²) n'étaient pas du tout mentionnés ou ne faisaient pas partie intégrante de la conception et de la mise en œuvre de la campagne.
 - **Public cible** : Le public cible n'était pas clairement défini. Par exemple, un grand nombre des campagnes ciblaient la communauté noire dans son ensemble. L'identité culturelle propre à la communauté, y compris les éléments tels que la nationalité, l'ethnicité, la religion, la classe sociale, la génération, la localité ou l'appartenance à quelconque groupe social qui possède sa propre culture

distincte n'était pas définie ou prise en compte dans la conception de la campagne.

- **Plan de mise en œuvre** : La mise en œuvre exigeait beaucoup de temps de démarrage ou n'était pas évolutif.
- **Budget** : Des éléments de la campagne n'étaient pas pris en compte dans le budget ou l'investissement dans la mise en œuvre du programme n'était pas mis à profit au maximum.