

FIÈREMENTTP

Janvier 2024

Objet : Engagement financier pour supporter la campagne FièrementTP 2024

Madame, Monsieur,

TPQuébec a lancé en 2021 l'initiative FièrementTP qui vise à valoriser et à promouvoir le domaine et les métiers des travaux publics au Québec. Depuis, deux signatures de marque ont guidé les communications et les activités de promotion, à savoir ***Pas de cape, mais tellement super héros*** et ***Le plus grand et aéré bureau en ville***. Ces années furent consacrées à la création de l'image de marque, du site Web, de campagnes sur les médias sociaux, de visites dans les écoles et d'affichage publicitaire. De plus, les travailleurs actuels furent également ciblés pour supporter et alimenter leur fierté d'appartenir au domaine des travaux publics et à titre d'ambassadeurs principalement auprès des jeunes. En 2024, TPQuébec engagera un discours auprès d'une *nouvelle* main-d'œuvre ne faisant pas (ou peu) partie des travailleurs actuels en travaux publics : les femmes, les personnes en réorientation de carrière et les personnes issues de l'immigration. La portée sera plus grande et nécessite un effort financier en conséquence.

À titre d'organisme à but non lucratif qui se finance totalement par ses activités et ses cotisations de membres, TPQuébec souhaite s'associer à des partenaires corporatifs en accord avec sa mission et ses valeurs et qui tendent à collaborer au maintien et au rayonnement d'un secteur essentiel au bon fonctionnement des collectivités d'ici. Ainsi, nous vous invitons à consulter les informations ci-jointes concernant la démarche de promotion visée et les détails du financement recherché en 2024.

Les résultats de 2023 ont été présentés au rapport annuel et plus de détails peuvent vous être fournis sur demande.

Nous espérons vivement compter sur votre appui dans cet important effort de promotion.

Cordialement,



Kathia Brien
Directrice générale – Association des travaux publics du Québec

Résumé du plan d'action FièrementTP 2024

Porte-parole

L'artiste Sara Dufour qui a porté en 2021-2023 la voix des travailleurs en travaux publics à travers des capsules vidéo sera utilisée en 2024 à titre de porte-parole de la Semaine nationale des travaux publics. À ce titre, elle fera la tournée des grands centres au Québec invitant les médias et le grand public à découvrir les services d'entretien et de travaux publics à travers des portes ouvertes. Le grand public intéressé aux métiers et domaines des TP sera invité pour l'occasion à vivre l'expérience d'un employé d'un jour. Sara Dufour sera utilisée en amont de la campagne et lors de la Semaine nationale des travaux publics. Un accent sera mis sur les jeunes diplômés, femmes, les personnes issues de l'immigration et celles en réorientation de carrière.

Partenariat

Nous poursuivrons les relations de partenariat avec les collèges et les universités identifiées et nous conviendrons de partenariat et de liens d'affaires auprès des divers organismes en lien avec les publics cibles. À savoir, de la visibilité auprès d'organisations liées à la réorientation de carrière, à l'intégration à l'emploi auprès des personnes immigrantes, et aux organisations de femmes à profil métier, etc. Ainsi que de l'affichage dans les transports en commun des grands centres. Nous encouragerons encore cette année, les villes et organisations publiques à afficher les outils de promotion FièrementTP sur leurs médias, lieux publics et aller à la rencontre des jeunes de secondaires.

Événement

Nous inviterons les clientèles cibles à participer aux activités phares de TPQuébec comme immersion au domaine. Nous assurerons une présence de TPQuébec dans des événements dans l'objectif de mettre en valeur les carrières et les cheminements.

Finalement, nous allons créer une vidéo d'introduction du domaine que pourront utiliser les organisations lors des rencontres avec des candidats, à l'intégration des employés, lors des présentations dans les écoles, etc.

Portrait en TP

Nous allons créer du contenu pour les médias sociaux mettant en valeur différents portraits de profils en travaux publics. Rédaction et mise en page de 12 portraits à mettre de l'avant sur les médias sociaux.

	7 500 \$	5 000 \$	1 700 \$
Organisations participantes à la journée emploi d'un jour incluant l'accueil de Sara Dufour à titre de porte-parole de la tournée lors de la Semaine nationale des travaux publics	+		
Accès personnalisé (libre accès de publication) et illimité aux affichages de postes du fièrementtp.ca	+	+	+
Ajout des postes de gestion et de professionnel au tpquebec.ca	+	+	
Visibilité du partenaire lors des activités corporatives de TPQuébec : assemblée générale annuelle, colloque, rapport annuel	+	+	
Visibilité accordée selon la catégorie du partenariat			
Logos des partenaires dans l'ensemble des outils de promotion et de communication liés à la campagne pour une période de deux ans ainsi que sur les outils corporatifs de TPQuébec (site Web, infolettre, brochure)	+	+	+
Intégration de l'organisation et du contact pouvant accueillir les candidatures spontanées sur le bottin fièrementTP visible sur les outils web et lors des activités de relations publiques	+	+	

Des propositions personnalisées sont possibles sur demande.

Pour confirmer votre partenariat, écrivez à info@tpquebec.ca.

À propos des premières années FièrementTP

Actions faites durant les premières années de la campagne

- Création du site Web FièrementTP
- Réalisation et publications de capsules vidéo avec Sara Dufour (22)
- Campagnes publicitaires payantes sur TikTok (première année) et Instagram
- Campagnes organiques sur Facebook et LinkedIn
- Placement publicitaire dans les transports collectifs

Résultats de la première année de la campagne FièrementTP

La campagne FièrementTP a connu un grand succès, entre autres sur les médias sociaux, au courant de la dernière année. Voici quelques résultats concernant nos différentes plateformes

TikTok (la première année)

Capsules Sara Dufour : jusqu'à 20 000 visionnements sur les capsules vidéo

Instagram :

Capsules Sara Dufour : un total de 14 000 vues

Facebook :

Capsules Sara Dufour : un total de près de 22 000 vues

Semaine nationale des travaux publics : un total de 26 448 vues

Site Web de FièrementTP :

- Consultation mensuelle moyenne de 4 000 utilisateurs
- Le site web est visité davantage en période de campagne publicitaire

Dans le domaine et auprès des travailleurs, les gens se sont affiliés à la campagne FièrementTP. Lors des publications aucune mention négative des travaux publics n'a été notée. De façon qualitative, les organisations publiques ont noté une fierté liée à cette campagne et un effet positif sur le sentiment d'appartenance au domaine et aux métiers.

À propos de la campagne 2024

Un plan de communication a été élaboré afin de répondre aux objectifs de la campagne pour la prochaine année.

Les efforts de communication seront déterminés en fonction du budget disponible, établi à partir des appuis financiers que TPQuébec obtiendra.

- Tournée de la porte-parole Sara Dufour lors de la Semaine nationale des travaux publics, relations médias et placement publicitaire grand public
- Affichages publicitaires ciblés pour les clientèles étudiantes et personnes issues de la diversité
- Présence dans les foires d'emplois incluant les collèges et les universités
- Stratégie de médias sociaux axée sur des portraits de travailleurs
- Création de matériel de présentation générique pouvant être utilisé par toutes les organisations du domaine
- Création d'une communauté étudiante et de gens issus de la diversité

L'enveloppe budgétaire requise est évaluée à plus ou moins 171 000 \$ et sera officialisée par les appuis financiers que TPQuébec obtiendra. Une présentation détaillée du plan peut être effectuée sur demande.

CONTACT

Kathia Brien
Directrice générale
info@tpquebec.ca
438 831-4820

