



TRAVAUX PUBLICS AU QUÉBEC

Pour un domaine sécuritaire, durable et reconnu.

Dans les derniers mois, l'Association des travaux publics d'Amérique (ATPA) a tenu et a participé à différents comités qui lui ont permis d'identifier de sérieux enjeux concernant l'attraction du secteur des travaux publics et la reconnaissance des travailleurs y œuvrant.

Dans ce cadre, l'ATPA lancera dans l'année une campagne provinciale visant à faire connaître les différents métiers des travaux publics auprès des étudiants de niveau secondaire (4 et 5) et collégial en plus d'intéresser les étudiants universitaires à la gestion publique du secteur.

À titre d'organisme à but non lucratif qui se finance totalement par ses activités et ses cotisations de membres, l'ATPA 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.

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

Cordialement,

François Bélanger, MBA
Président de l'ATPA
Directeur de l'entretien des infrastructures
Ville de Lévis

Steeve Séguin
Président du comité promotion de métiers
Directeur adjoint du service des travaux publics
Ville de Saguenay

Grille de partenariat - Promotion des métiers en travaux publics

	PARTENAIRE PRINCIPAL	PARTENAIRES CORPORATIFS	PARRAINS DE CAMPAGNE
	10 000 \$	5 000 \$	1 500 \$
Regard sur la campagne aux principales étapes.	+	-	-
Visibilité prédominante sur les outils de communication et de promotion.	+	-	-
Siège au comité de la campagne si désiré.	+	+	-
Visibilité du partenaire lors des activités corporatives de l'ATPA : 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 l'ATPA (site Web, infolettre, brochure)	+++	++	+

Mission

Former, informer, valoriser et servir les professionnels du secteur des travaux publics au Québec, afin de mieux servir en retour les intérêts des citoyens des villes et municipalités québécoises.

Vision

Être la référence en matière de travaux publics au Québec en faisant connaître les professionnels qui y œuvrent dans un contexte de client-citoyen.

Administrateurs

Bien que relevant de la structure de l'*American Public Works Association*, l'ATPA est autonome et indépendante dans sa gestion, son administration et ses actions.

Son conseil d'administration est composé des membres suivants :

FRANÇOIS BÉLANGER, PRÉSIDENT
Ville de Lévis

HADI HAKIM, PRÉSIDENT ÉLU

**PATRICK GARIEPY, PRÉSIDENT SORTANT
DÉLÉGUÉ APWA**
Ville de Saint-Sauveur

LUC FUGÈRE, TRÉSORIER PAR INTÉRIM
Ville de Blainville

ROCH ARBOUR, SECRÉTAIRE
Ville de Sainte-Thérèse

RYLAN WADSWORTH, DÉLÉGUÉ CPWA
Ville de Montréal Ouest

GARY LOSIER, DIRECTION RÉGION 1 APWA

DANIELLE COMEAU, Ville de Magog

ÉRIC FERLAND, Ville de l'Ancienne-Lorette

FRÉDÉRIC GAUTHIER, Ville de Beaconsfield

MARIE-JOELLE GOSSELIN, Ville de Québec

MICHEL LACHAPELLE, Ville de Victoriaville

GUILLAUME LAMOTHE, Ville de Longueuil

MARTIN LETARTE, Municipalité de Saint-Faustin-Lac-Carré

ROGER-PIER MERCIER, Ville de Sherbrooke

FRANÇOIS MÉTHOT-BORDUAS, Ville de Granby

STEEVE SÉGUIN, Ville de Saguenay

À propos de la campagne *Faites carrière en travaux publics*

L'ATPA invite les villes et les municipalités du Québec à promouvoir les métiers des travaux publics auprès de la relève. Puisque ce domaine est constitué de professionnels de tous les niveaux, les institutions secondaires, collégiales et universitaires seront ciblées.

Les villes seront invitées à solliciter les institutions scolaires de leur secteur afin de promouvoir les métiers en travaux publics.

L'ATPA coordonnera la campagne et fournira le matériel de promotion et de communication associé à la campagne en plus de récolter les données nécessaires à la création d'une communauté étudiante intéressée au secteur et aux métiers.

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

- Branding de la campagne, incluant la conception graphique et le positionnement
- Création d'outils supportant la promotion et les efforts de visibilité
- Stratégie et placement publicitaire
- Microsite Web dédié à la campagne
- Vidéos
- Coordination et gestion de projet

L'enveloppe budgétaire requise est évaluée à plus ou moins 70 000 \$ et sera officialisée par les appuis financiers que l'ATPA obtiendra.



Visibilité

Dans l'éventualité où une organisation souhaiterait agir à titre de partenaire principal, cette dernière se verrait octroyer une visibilité prédominante sur les outils de communication et de promotion associés.

Les partenaires bénéficieront de la visibilité suivante :

- Siège au comité de la campagne promotion des métiers si désiré (principal et corporatif).
- Logos des partenaires dans l'ensemble des outils de promotion et de communication liés à la campagne pour une période de deux ans.
- Visibilité des partenaires lors des activités corporatives de l'ATPA : assemblée générale annuelle, colloque annuel, rapport annuel.

CIBLES

Les efforts de communications et de promotion seront déployés auprès des clientèles cibles suivantes :

- L'ensemble des villes et des municipalités du Québec.
- Les institutions scolaires de niveaux secondaire, collégial et universitaire.
- Les étudiants de ces institutions.

CONTACT

Kathia Brien
Affaires corporatives
info@atpa.ca
438 831-4820

