

Devenez partenaire  
de la campagne provinciale 21-22  
visant à promouvoir  
les métiers en Travaux Publics

# Faites carrière en Travaux Publics !

Une initiative de l'Association des travaux publics d'Amérique (ATPA)



[atpa.ca](http://atpa.ca)

## Mai 2021

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 actuellement 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 et  
Directeur du service des travaux publics  
Ville de Drummondville

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

## 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 Drummondville

**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 la place de président de campagne avec 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
- 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  
514 618-8363



# Grille de partenariat – Promotion des métiers en travaux publics

## Partenaire principal

10 000 \$

- Président de campagne
  - Mot du président de campagne lors des étapes de lancement, suivi, clôture
  - Possibilité d'allocution lorsque pertinent
  - Regard sur les décisions liées à la campagne
- Visibilité prédominante du logo du partenaire principal sur les outils de communication et de promotion
- Sièges au comité de la campagne
- Visibilité du partenaire lors des activités corporatives de l'ATPA : assemblée générale annuelle, colloque, rapport annuel

## Partenaires corporatifs

5 000 \$

- Sièges au comité de la campagne
- 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
- Visibilité des partenaires lors des activités corporatives de l'ATPA : assemblée générale annuelle, colloque annuel, rapport annuel

## Parrains de campagne

1 500 \$

- Logos des parrains dans l'ensemble des outils de promotion et de communication liés à la campagne pour une période de deux ans
- Mention des parrains lors des activités corporatives de l'ATPA : assemblée générale annuelle, colloque annuel, rapport annuel

## Ambassadeur de campagne

- Visibilité des villes participantes sur la page Web dédiée à cette initiative
- Ambassadeur de la campagne auprès des institutions scolaires de leurs villes
  - Transmission des outils de promotion liée à la promotion des métiers et du domaine des travaux publics
  - Prises de rendez-vous auprès des écoles afin de présenter les métiers en travaux publics
  - Rencontre et présentation en présentiel ou en virtuel des métiers dans les institutions scolaires
  - Collecte des informations personnelles des étudiants intéressés par les métiers en travaux publics et transmission de ces données à l'ATPA afin de bâtir la communauté étudiante
- Toute autre initiative supportant cette démarche : visite dans les ateliers, projets, chantiers, etc.

## Partenaire de diffusion

- Visibilité des partenaires de diffusion sur la page Web dédiée à cette initiative

Confirmez votre niveau d'intérêt