



Navigation communautaire de l'Est ontarien

A photograph showing two women outdoors in front of a brick wall. Both women are wearing white face masks and gloves. The woman on the left is pointing upwards with her right hand. The woman on the right is holding a white plastic trash bag. The scene is lit with a blueish tint.

# 2020-2021

## RAPPORT ANNUEL

PRESTATAIRE LOCAL DU SERVICE 211





## MOT DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

### MOT DU DIRECTEUR GÉNÉRAL

Pour commencer, je voudrais dire que, pour nous tous, une seule pandémie dans notre vie suffit.

L'année 2020-2021 était une année chamboulée qui nous a demandé à tous de creuser et de trouver ce je-ne-sais-quoi pour continuer à aller de l'avant en aidant les personnes les plus vulnérables de nos communautés. Je tiens tout d'abord à exprimer mes remerciements à notre Conseil d'administration pour son soutien pendant la pandémie et ma profonde gratitude au personnel de la Navigation communautaire de l'Est ontarien qui a été tout simplement incroyable en ces temps difficiles.

Au cours de cette pandémie, j'ai eu la chance de m'associer à des organismes de l'Est de l'Ontario qui travaillaient à relever les nombreux défis que présentait la COVID-19. Parmi ces partenariats, je citerai deux exemples : l'opportunité de siéger à la table du Groupe de travail sur les besoins humains de la Ville d'Ottawa et au Conseil régional d'intervention d'urgence à Cornwall, SDG et Akwesasne. Il y en avait un certain nombre mais ces deux-là se sont particulièrement distingués, car dans les deux cas, de merveilleuses choses se sont produites. Les gens ont collaboré à un niveau surprenant, et le seul but était de trouver des solutions sans se préoccuper de quel organisme avait effectué quelle tâche – il s'agissait seulement de faire les choses, en évitant les répétitions et en aidant les gens. Dans l'Est de l'Ontario, nous pouvons être très fiers de la façon dont les gouvernements – le fédéral, provincial et municipal – les organismes de services sociaux et les organismes bénévoles ont accompli des choses formidables grâce à cette merveilleuse collaboration.

Je remercie Centraide de l'Est de l'Ontario, Centraide de Kingston, Frontenac, Lennox et Addington, Centraide de Leeds et Grenville, Centraide de Stormont, Dundas et Glengarry ainsi que Centraide de Hastings et Prince Edward pour leur soutien continu.

J'espère sincèrement que cette merveilleuse collaboration se poursuivra, ainsi que les efforts de tous, pour la réalisation de notre objectif le plus important qui est d'aider les personnes dans le besoin.

En conclusion, permettez-moi de dire un très grand merci à tous ceux qui sont intervenus au cours de cette terrible épidémie.

John Hoyles  
Directeur général,  
NCEO



C'est avec fierté que je vous présente mon premier rapport en tant que président du Conseil d'administration pour l'année 2020-2021. Alors que l'année fiscale a commencé le 1<sup>er</sup> avril 2020, nous étions déjà en pleine pandémie de COVID-19. Dès le 1<sup>er</sup> avril, tous nos employés, de rares exceptions près, travaillaient à domicile, traitant de nombreux appels reçus du public, en particulier liés à la COVID-19. Il va sans dire que 2020-2021 a été unique pour nous tous. Je suis très fier de dire que notre agence a mis les bouchées doubles pour relever le défi de la pandémie. Au début de la COVID-19, les contacts ont augmenté de 50%, et au moment où je présente ce rapport, ils ont augmenté de 30% par rapport à l'année précédente.

Je tiens à remercier la Ville d'Ottawa, le ministère des Services à l'enfance et des Services sociaux et communautaires de l'Ontario et Centraide Canada, à travers le financement du gouvernement du Canada, d'avoir fourni l'appui pour qu'on puisse renforcer notre capacité à gérer rapidement non seulement le nombre accru des contacts, mais également les nombreux changements apportés à l'information sur les services offerts à nos appelants.

L'un des objectifs de notre plan stratégique est d'élargir et de développer des partenariats communautaires. À la suite de la pandémie, nous avons établi un partenariat avec de nombreux organismes pour trouver des solutions uniques aux défis auxquels nos communautés sont confrontées pendant la COVID-19, en particulier pour les plus vulnérables. Notre directeur général, John Hoyles, a donné quelques exemples dans son rapport.

Mes collègues membres du Conseil ont travaillé fort pendant la COVID-19 pour être disponibles et pour travailler au niveau stratégique afin de soutenir notre équipe.

C'est vraiment incroyable de voir comment notre personnel s'est surpassé pendant la pandémie. Pour faire face à la hausse du volume de travail, notre personnel a travaillé des heures supplémentaires, il est passé de temps partiel à temps plein, et il s'est soutenu mutuellement pendant la pandémie en restant en contact, y compris en tenant des réunions virtuelles très optimistes sur une base hebdomadaire.

Je tiens tout particulièrement à remercier notre gestionnaire de service, Daniel Danford Dussault, qui supervise le travail de nos navigateurs et navigatrices communautaires, et Julie Lavergne, notre gestionnaire des données, qui a travaillé si dur avec son équipe pour faire face à tous les changements d'information survenus pendant cette période difficile. Ces deux personnes très dévouées nous ont permis de relever ces défis grâce à leur touche personnelle et à leur engagement total envers la Navigation communautaire de l'Est ontarien et le 211.

En terminant, permettez-moi de dire que si le 211 et la Navigation communautaire de l'Est ontarien n'existaient pas avant la COVID-19, il aurait fallu les inventer pour aider à relever les nombreux défis auxquels nous sommes tous confrontés durant cette terrible pandémie. Merci à tous pour le soutien de notre agence.

Peter Jupp  
Président du Conseil  
d'administration,  
NCEO





## COVID-19

La Navigation communautaire de l'Est ontarien, en tant que prestataire de services 211, et le 211 à travers la province, ont été découverts par beaucoup de personnes comme l'organisme qui a la capacité de mettre les gens en relation avec l'aide dont ils ont besoin, surtout en période de pandémie. Les statistiques provinciales ci-dessous soulignent l'augmentation du nombre de personnes qui communiquent, soit en appelant le 211, en utilisant le clavardage, courriel ou texto, ou bien en utilisant notre base de données, pour se mettre en contact avec l'aide dont elles ont besoin.



## RAPPORT SOMMAIRE DU 211 ONTARIO SERVICES Mars 2020 - Mars 2021



### Volume de contacts\* 2021/2020/2019

Mars 2021: 33,520  
Mars 2020: 26,534  
Mars 2019: 22, 271



**51%**  
2021 vs 2019



### Trafic Web 2021/2020/2019

Mars 2021: 75,823 sessions du site Web  
Mars 2020: 67,801 sessions du site Web  
Mars 2019: 26,738 sessions du site Web



**184%**  
2021 vs 2019



### Durée du contact - par téléphone 2020/2021

Mars 2021: 6 min, 8 s  
Mars 2020: 4 min, 98 s



**1min**



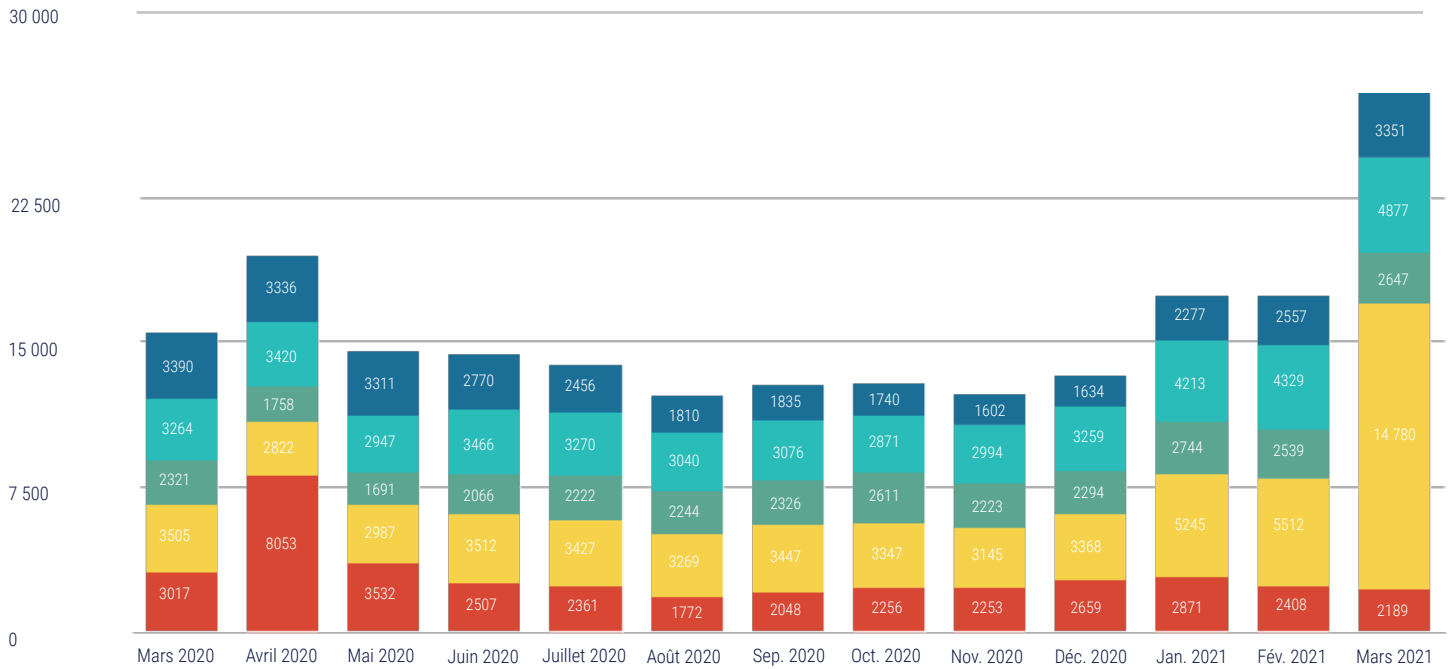
### Connexions en ligne à un service\*\*

Mars 2021: 7,947 †

\* Le volume de contacts comprend les appels, les e-mails, le clavardage et les textos  
\*\* Cela reflète les utilisateurs qui ont cliqué sur le numéro de téléphone, le courriel ou le site Web d'un organisme par l'entremise du site Web 211 Ontario et cette mesure n'étaient pas suivie avant mai 2020.  
† Ces chiffres n'ont pas été saisis en mars dernier

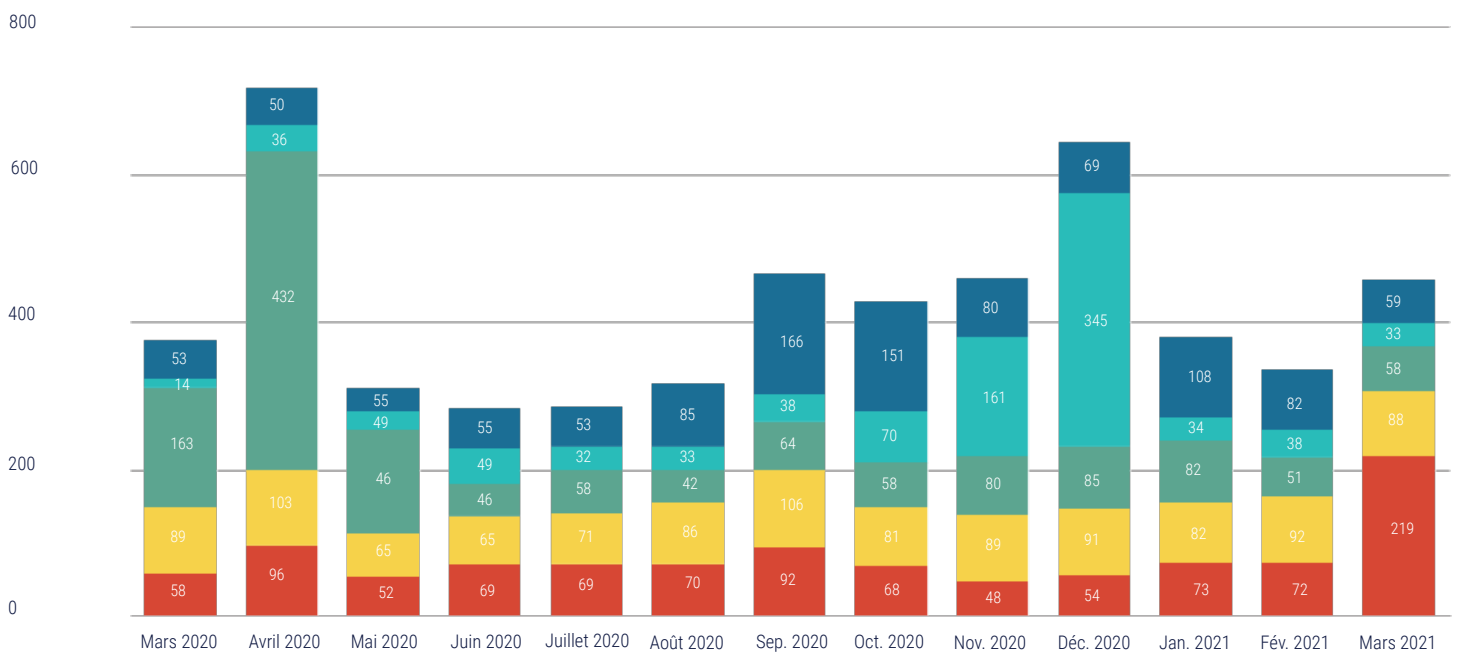
# BESOINS COMBLÉS : MARS 2020-MARS 2021

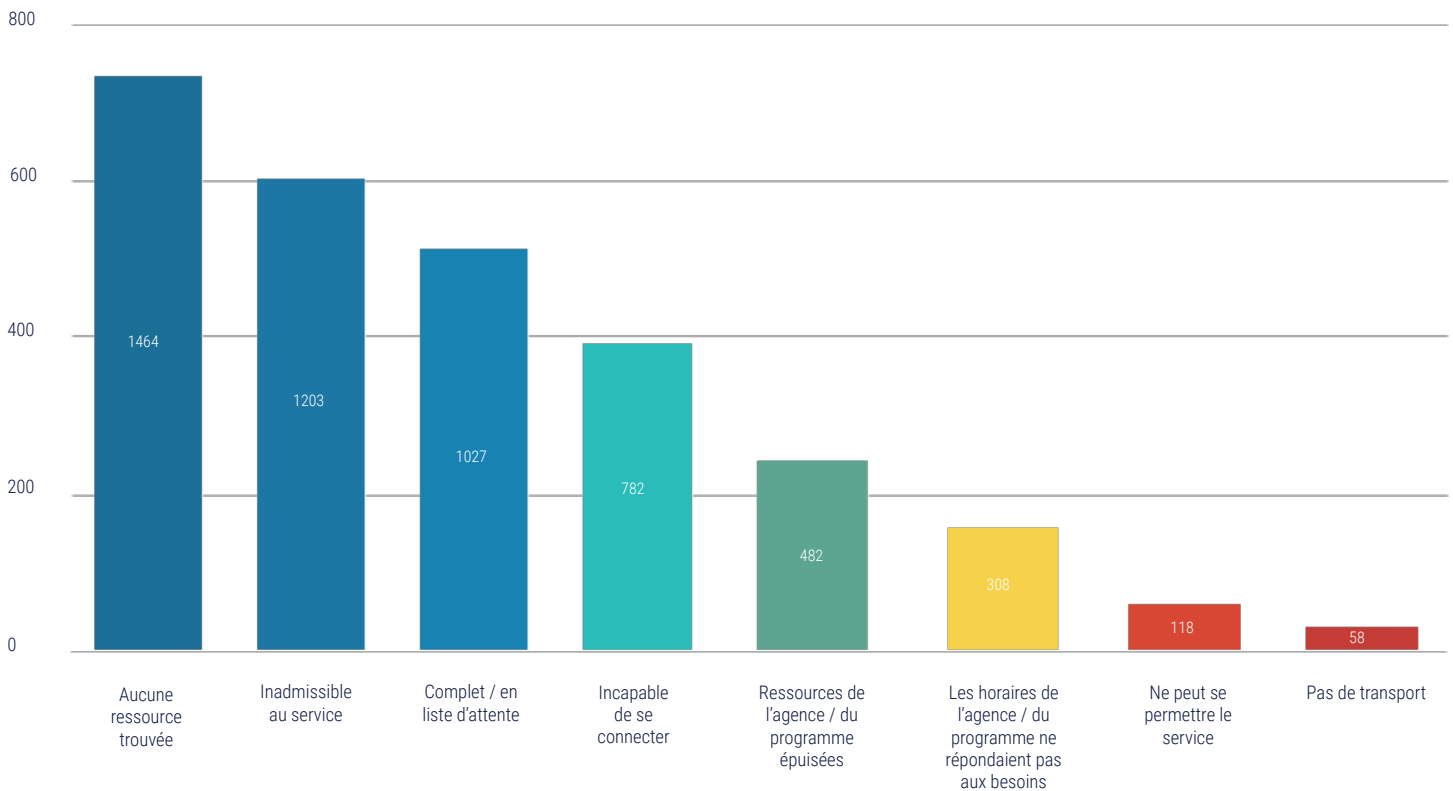
■ Nourriture / repas 
 ■ Santé 
 ■ Logement 
 ■ Services d'information 
 ■ Autres services gouvernementaux / économiques



# BESOINS NON COMBLÉS : MARS 2020-MARS 2021

■ Santé 
 ■ Logement 
 ■ Soutien du revenu/ aide financière 
 ■ Services individuels/familiaux 
 ■ Santé mentale/toxicomanie





## ANALYSE

Si vous regardez les besoins au cours de l'année, l'accès à la nourriture a enregistré un pic en avril lorsque tout le monde s'ajustait aux mesures de confinement, puis est resté stable à un niveau qui était constamment beaucoup plus élevé que l'année précédente avant la pandémie.

Les appels concernant la santé ont commencé à augmenter en janvier 2021 avec un pic important en mars, principalement des personnes à la recherche d'informations pour l'inscription aux vaccins.

Le soutien financier constituait en grande partie les besoins non comblés au cours des premiers mois de la pandémie, mais il a fini par se stabiliser.

Les besoins non comblés en matière de soutien en santé mentale et de toxicomanie sont restés quelque peu constants au cours des six premiers mois de l'année, puis ont augmenté à l'automne.

La majorité des besoins non comblés en matière de services individuels / familiaux reflète la demande de paniers en période de vacances et des programmes dans ce sens.

Lorsque nous examinons les raisons des besoins non comblés, la majorité reflète les domaines où une ressource n'existait pas pour répondre aux besoins de la personne, mais un grand nombre de ressources étaient à pleine capacité ou avaient une liste d'attente.



## COVID-19 (SUITE)

Il va sans dire que la santé mentale a été un enjeu important pour tout le monde, avec les confinements et tout le stress liés à l'idée très effrayante de la COVID-19 elle-même. Cela a été particulièrement triste pour ceux qui ont perdu des êtres chers à cause de la COVID-19. Nous avons reçu beaucoup plus d'appels de gens qui recherchent de l'aide liée à la santé mentale, que ce soit lié à l'isolement, le deuil, l'insécurité financière ou alimentaire, ou simplement à l'épuisement mental. De nombreuses nouvelles ressources ont été présentées pour aider à relever les défis en matière de santé mentale.



## COVID-19 (SUITE)

Pour la Navigation communautaire de l'Est ontarien, l'une des principales préoccupations était de maintenir la santé mentale de notre personnel qui aide les membres de la communauté. S'ils n'allaient pas bien, alors nous serions vraiment en difficulté pour aider les autres. Nous remercions tout particulièrement le 211 Ontario Services qui a travaillé à l'élaboration d'un système personnalisé de soutien en santé mentale pour tous les employés du 211 à l'échelle de la province, y compris pour la disponibilité de services de counseling individuel pour tout membre du personnel. Cela a été extrêmement utile, sans oublier l'approche très unique qui a permis aux gestionnaires d'obtenir des conseils, non seulement pour eux-mêmes, mais aussi pour soutenir le personnel faisant face à beaucoup de stress.

La COVID-19 a très clairement montré qu'il est très important d'avoir un numéro provincial que les gens peuvent appeler pour obtenir de l'information et de l'aiguillage. La Navigation communautaire de l'Est ontarien a été en mesure d'accroître rapidement et efficacement ses services pour aider ceux qui étaient dans le besoin.

Des approches novatrices ont été adoptées. On peut citer par exemple la collaboration dans le cadre du Groupe de travail sur les besoins humains de la Ville d'Ottawa, y compris le 211, pour mettre en place le transport vers les centres de vaccinations pour les personnes qui n'avaient aucun moyen de s'y rendre. Nous étions très fiers d'effectuer les inscriptions à ce transport pour ceux qui n'ont pas la capacité de le faire en ligne. Une autre approche unique a été adoptée pour la sécurité alimentaire à Cornwall, SDG et Akwesasne. Encore une fois, nous étions très fiers de faire partie du Conseil régional d'intervention d'urgence à SDG, en particulier en ce qui concerne la sécurité alimentaire, qui était un grave problème. En tant que membre de l'équipe, nous étions en mesure d'inscrire les gens à plusieurs programmes de paniers alimentaires. Deux exemples des solutions incroyablement créatives qui ont été trouvées dans l'Est de l'Ontario pendant la COVID-19.



## MISER SUR NOTRE PLAN STRATÉGIQUE

L'objectif du plan stratégique de la Navigation communautaire de l'Est ontarien est de nous imposer en tant qu'acteur essentiel dans le monde des services sociaux et communautaires en augmentant nos points de contact au cours des cinq prochaines années.

Fait intéressant et bien évidemment, ces points de contact ont augmenté à la suite de la COVID-19. Le premier pilier pour atteindre nos objectifs est de déplacer les niveaux de service en fonction de notre public et de son emplacement. Des progrès considérables ont été réalisés dans ce domaine, certains en raison des besoins durant une pandémie, mais la prise de contact via clavardage a augmenté, les textos ont été lancés et les programmes de sensibilisation ont été plus ciblés afin que plus de gens puissent tirer profit du 211.

Le deuxième pilier est la sensibilisation sur notre travail et l'expansion et le développement de partenariats. S'il y avait du positif à en tirer de cette pandémie, ce qui n'est pas le cas, la réalité est que le 211 et la Navigation communautaire de l'Est ontarien ont amélioré leur visibilité de manière considérable. Ceci nous permettra de nous assurer que de plus en plus de personnes prennent conscience qu'elles peuvent tirer profit du 211 pour obtenir de l'aiguillage aux services ou l'aide dont elles ont besoin. Après une conversation approfondie avec nos navigateurs communautaires, ces personnes pourront aller de l'avant dans leur vie et obtenir des résultats positifs pour elles-mêmes. Il est clair, alors que nous entrons dans la deuxième année de la pandémie, que le nombre de personnes qui communiquent avec le 211 va rester élevé étant donné que les gens font toujours face à de nombreux défis à la suite de cette crise sanitaire, mais aussi parce que plus de gens nous connaissent.

Nos partenariats communautaires ont augmenté à un rythme élevé à la suite de la pandémie et, avec la notoriété du 211, nous avons rejoint un certain nombre de tables et nous travaillons sur la façon d'aider les organismes à transmettre leur message sans qu'ils aient besoin, d'eux-mêmes, de mettre en place des infrastructures compliquées.

Le dernier pilier est celui de bâtir une culture d'excellence organisationnelle. La plupart des organismes à but non lucratif venant en aide à nos concitoyens sont sous-financés et le besoin continue de croître. Nous continuons à chercher des moyens novateurs pour stabiliser le financement et espérons que le travail que nous accomplissons justifie davantage d'investissements à tous les paliers de gouvernement.

Notre équipe a mis les bouchées doubles pour s'assurer que nous continuons à fournir le meilleur service possible dans des conditions difficiles. Notre équipe fait un travail extraordinaire et difficile, elle le fait de manière positive et est très engagée afin de à mettre les gens en relation avec l'aide dont ils ont besoin.

Nous fournissons toujours des services en français pour la province. Notre équipe diversifiée et parfaitement bilingue est absolument engagée à notre énoncé de valeur : nous faisons preuve de compassion, empathie, respect et essayons d'être utiles en tout temps.



## AMÉLIORATION DE LA SENSIBILISATION

Pour réaliser nos objectifs stratégiques, une partie du plan d'action de la Navigation communautaire de l'Est ontarien consistait à accroître la sensibilisation des citoyens de l'est de l'Ontario et à adopter une approche à deux volets – le premier étant une campagne très stratégique sur les médias sociaux et le second visant à continuer à intégrer le personnel dans différentes parties de l'est de l'Ontario pour travailler dans les communautés et partager le message du 211 avec les organismes et le public.

Nous avons pu améliorer nos campagnes sur les médias sociaux pendant la COVID-19, ce qui était vraiment important, et nous avons du personnel intégré, même si la grande majorité du travail était virtuel, mais très efficace. Nos remerciements à Johanna Bakker, qui a été intégrée pendant 24 semaines à Cornwall/SDG et à Akwesasne, ainsi qu'à Tracey Legault-Davis, qui a fait de même à Belleville/Prince Edward-Hastings pendant 24 semaines. Les résultats ont été très spectaculaires dans le sens où nous avons pu voir l'impact de leur travail sur les contacts provenant de ces régions.

Sur le plan des médias sociaux, les résultats parlent d'eux-mêmes dans le sens où, grâce à notre campagne planifiée, y compris une campagne axée sur les francophones, il y a eu une augmentation phénoménale de l'engagement par le biais des médias sociaux. Voici les résultats de cette campagne, en comparaison avec la situation avant la COVID-19.

## LES RÉSULTATS

Au cours des dix derniers mois, nous avons constaté une augmentation drastique des impressions et des engagements. Cela signifie que la stratégie de contenu organique a permis de sensibiliser davantage sur le 211 Région de l'Est / NCEO. Cela montre également que le contenu est très pertinent pour le public.



### LES DONNÉES - FACEBOOK

Le graphique ci-dessous montre les indicateurs clés de performance d'une année à l'autre avant et après la stratégie.

APRÈS LA STRATÉGIE juin 2020-mars 2021	10 087 276 IMPRESSIONS TOTALES <b>+38 729 %</b>	9 936 526 IMPRESSIONS PAYÉES	149 209 IMPRESSIONS ORGANIQUES <b>+474 %</b>	418 728 ENGAGEMENTS <b>+42 802</b>	4,15 % TAUX D'ENG. <b>+0,39%</b>	168 NOUVEAUX ABONNÉS <b>+127%</b>	1 459 TOTAL DES ABONNÉS <b>+49%</b>
AVANT LA STRATÉGIE juin 2019-mars 2020	25 979 IMPRESSIONS TOTALES	S/O IMPRESSIONS PAYÉES	25 979 IMPRESSIONS ORGANIQUES	976 ENGAGEMENTS	3,76 % TAUX D'ENG	74 NOUVEAUX ABONNÉS	977 TOTAL DES ABONNÉS



### LES DONNÉES - TWITTER

Le graphique ci-dessous montre les indicateurs clés de performance d'une année à l'autre avant et après la stratégie.

APRÈS LA STRATÉGIE juin 2020-mars 2021	336 997 IMPRESSIONS TOTALES <b>+1 854 %</b>	2 976 ENGAGEMENTS <b>+1 331 %</b>	0,88 % TAUX D'ENG. <b>-0,32 %</b>	118 NOUVEAUX ABONNÉS <b>+638 %</b>	2 942 TOTAL DES ABONNÉS <b>+49 %</b>
AVANT LA STRATÉGIE juin 2019-mars 2020	17 249 IMPRESSIONS TOTALES	208 ENGAGEMENTS	3,76% TAUX D'ENG.	16 NOUVEAUX ABONNÉS	S/O TOTAL DES ABONNÉS * Le nombre d'abonnés de l'année dernière n'est pas disponible

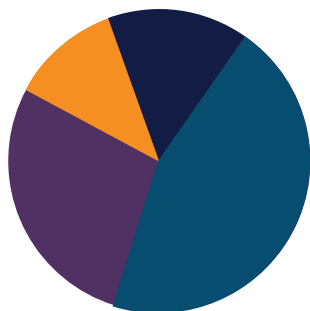
# FAITS SAILLANTS

Depuis la mise en œuvre de la stratégie, nos publications sur la santé mentale ont été le sujet le plus populaire sur le plan organique. Nous avons également acquis une expérience solide avec des sujets tels que **la sécurité alimentaire, la journée du 211, les histoires des appelants** et les programmes de transport.

Nous avons également vu beaucoup de commentaires positifs de la part de partenaires et d'organismes communautaires sur les médias sociaux.

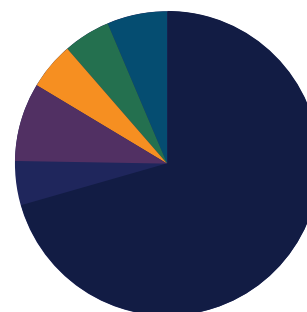


## INFORMATION FINANCIÈRE RAPPORT ANNUEL 2020-2021



### Revenus

	2020-2021	COVID-19	Différé
Subventions - Ville d'Ottawa	187 395\$	19,4%	110 000\$
Subventions - Province	443 441\$	45,8%	80 000\$
Subventions - Est de l'Ontario et Centraide	225 430\$	23,3%	13 000\$
Projets et fonds autogénérés	111 001\$	11,5%	6 894\$
			356 901\$
			119 894\$ < 119 894\$
<b>Total</b>	<b>967 267\$</b>	<b>100,0%</b>	<b>236 007\$</b>



### Dépenses

Ressources humaines	713 699\$	73,8%
Loyer	61 226\$	6,3%
Technologie de l'information	46 403\$	4,5%
Intervention directe	54 835\$	5,7%
Projets spéciaux*	38 742\$	4,0%
Divers	54 705\$	5,7%
<b>Total</b>	<b>966 928\$</b>	<b>100,0%</b>

\* KFL&A, sensibilisation francophone