

Rapport d'activités 2021-2022
Priorités annuelles 2022-2023



1^{ère} année du Plan stratégique triennal 2021-2024

Aphasie Québec – Le réseau, 10,470 boulevard Saint-Jean, Trois-Rivières, Québec, G9A 5 E 1 450 646-1473, 1 877 626-1473 (sans frais)

Site web : aphasiequebec.org

Facebook: Aphasie Québec – Le réseau | Instagram : [@aphasiequebeclereseau](https://www.instagram.com/aphasiequebeclereseau) | LinkedIn : Aphasie Québec – Le réseau

Table des matières

MOT DE LA PRÉSIDENTE..... 3

QUI SOMMES-NOUS ?..... 4

LES MEMBRES 5

 LES ASSOCIATIONS MEMBRES 5

 MEMBRE INDIVIDUEL..... 9

INTRODUCTION - MOT DE LA DIRECTRICE GÉNÉRALE 10

ORIENTATION 1 : L’ACCROISSEMENT DES RESSOURCES ET LA CONSOLIDATION DU FONCTIONNEMENT INTERNE 11

ORIENTATION 2 : LE RENFORCEMENT DE LA GOUVERNANCE 17

ORIENTATION 3 : L’ACCROISSEMENT DE LA VISIBILITÉ ET DE LA SENSIBILISATION AUX ENJEUX, BESOINS ET RÉALITÉS DES PERSONNES APHASIQUES..... 18

ORIENTATION 4 : LE DÉVELOPPEMENT DE LA VITALITÉ ASSOCIATIVE ET DE LA MOBILISATION..... 20

REMERCIEMENTS AUX PARTENAIRES DE LA CAMPAGNE 21

ANNEXES..... 36

 ANNEXE 1 – COMPTE RENDU DES RENCONTRES..... 37

 – *Rencontre des membres : sondage sur la réalité après 2 ans de pandémie. Plan de communication : messages clés de la campagne..... 37*

 – *Rencontre du Comité de la vie associative..... 35*

 – *Rencontre du Comité de la vie associative avec les associations membres 36*

 ANNEXE 2.1 – LES ACTIVITÉS MÉDIATIQUES POUR LA CAMPAGNE MON DEUXIÈME PREMIER MOT (MDPM) 37

1.0 COMMUNIQUÉ DE PRESSE DE LA CAMPAGNE MDPM 38

2.0 ACTIVITÉS DE PRESSE DE LA CAMPAGNE MDPM 35

3.0 CALENDRIER DES RETOMBÉES 35

4.0 APERÇU DES RETOMBÉES MÉDIATIQUES DE LA CAMPAGNE MDPM..... 36

5.0 ANALYSE DES RETOMBÉES ET BILAN DE LA CAMPAGNE MDPM..... 39

 ANNEXE 2.2 STATISTIQUES MÉDIAS SOCIAUX DE LA CAMPAGNE MDPM 40

 ANNEXE 3 – LE CONSEIL D’ADMINISTRATION 2021-2022 41

 ANNEXE 4 - ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ANNUELLE DES MEMBRES, TENUE VIRTUELLEMENT LE 9 JUIN 2021 42

 ANNEXE 5 - LES RESSOURCES HUMAINES 43

 ANNEXE 6 - PLAN STRATÉGIQUE 2018-2021 44

MOT DE LA PRÉSIDENTE

Du RAPAQ à Aphasie Québec - Le réseau –

À l'aube de mon dernier mandat au conseil d'administration d'Aphasie Québec – Le réseau, j'ai choisi de faire une brève rétrospective de notre Regroupement depuis sa création, il y a 23 ans déjà! Depuis quelques années, on me fait remarquer souvent que je suis la mémoire de notre regroupement. Cet exercice trace sommairement le chemin parcouru.

5 février 1999, la corporation reçoit ses lettres patentes;

2001, je suis élue administratrice au conseil d'administration;

2000, le Regroupement des associations de Personnes aphasiques du Québec (RAPAQ) est reconnu par le Ministère de la Santé, l'Office des Personnes handicapées et du milieu universitaire québécois des troubles de la parole et du langage. Les années suivantes servent à consolider le Regroupement avec la publication du dépliant * comment accompagner une personne aphasique * la conception et la promotion du pictogramme * sourire-éclair * l'inauguration du site Web, la parution du bulletin de liaison *Le glaneur * et de la formation offerte aux associations membres sur le thème * des aidants naturels *;

2008, le Conseil d'administration décrète * la semaine de l'aphasie * du 26 mai au 1^{er} juin. Une motion a été présentée à l'Assemblée nationale, à Québec représentant la *Semaine nationale de sensibilisation à l'aphasie *;

2009, le RAPAQ organise un premier colloque sur l'aphasie au centre-ville de Montréal où pendant 2 jours, les personnes et intervenants intéressés et préoccupés par l'aphasie partagent leur expertise et témoignent de leur réalité;

Novembre 2012, à Québec, pendant le congrès des associations de musiciens éducateurs du Québec, le RAPAQ organise * l'Agora Musique et Aphasie *. Les objectifs sont d'encourager l'expression artistique chez les Personnes aphasiques, souligner les bénéfices des thérapies mélodiques en réadaptation ainsi que sensibiliser les musiciens à l'importance de la musique dans le processus d'adaptation et de réadaptation sociale;

2017, en même temps que son second Plan stratégique (triennal 2018-2021) un nouveau nom et une nouvelle image *Aphasie -Québec Le réseau *;

2018, Aphasie Québec – est récipiendaire du concours Ensemble aidons plus! Un prix qui équivaut 35 000\$ d'outils pour organiser une campagne en ligne, accompagnée d'une bourse de 5 000\$ de Desjardins. Ainsi naît la toute première édition de la campagne *Mon deuxième premier mot * qui s'est tenue entre les mois de février et mars 2019. Un événement qui se renouvelle chaque année depuis, malgré les nombreux défis et les mesures restrictives liées à la pandémie.

Toutes ces années ont permis de faire connaître davantage l'aphasie dans la population. J'ai pu observer cette évolution et j'ai été témoin des défis relevés. Je suis fière de ma participation et de ceux et celles qui y ont contribué.

Nicole Pelletier, présidente du conseil d'administration d'Aphasie Québec- Le réseau

QUI SOMMES-NOUS ?

L'aphasie

À chaque année au Québec, de plus en plus de personnes sont touchées par l'aphasie suite à un accident vasculaire cérébral (AVC), une tumeur au cerveau ou un traumatisme crânio-cérébral (TCC). On estime à plus de 6 000 le nombre de personnes qui, chaque année, voient leur vie basculer et leur habileté à s'exprimer ou à saisir un message altéré.

Personne n'est à l'abri d'un AVC ou d'un TCC ou d'une tumeur et de leurs séquelles ! Un des obstacles majeurs au soutien des personnes aphasiques est la méconnaissance dans la population de ce trouble de la communication qui n'affecte nullement les capacités intellectuelles ; il est donc essentiel de défaire ce préjugé pour mieux intégrer ces personnes à la société et ainsi briser l'isolement qu'elles vivent au quotidien. Les personnes aphasiques sont conscientes de leurs difficultés et ont besoin de patience, de compréhension et d'écoute pour les aider à communiquer.

Aphasie Québec –Le Réseau

Le Regroupement des Associations de Personnes Aphasiques du Québec (RAPAQ) a adopté en novembre 2017, en même temps que son nouveau Plan stratégique 2018-2021, un nouveau nom et une nouvelle image : Aphasie Québec - Le réseau.

Notre regroupement a été fondé en 1999, il compte 12 associations régionales présentes dans 13 régions administratives du Québec. Il a pour mandat d'informer, sensibiliser, regrouper, soutenir les associations membres dans leurs actions, promouvoir les intérêts des personnes aphasiques et favoriser le travail en partenariat avec les réseaux publics du Québec. Aphasie Québec – le réseau fait aussi la promotion de l'action communautaire et peut également assurer des représentations auprès des différents paliers de gouvernement sur les politiques qui touchent les personnes aphasiques et leurs proches.

LES MEMBRES

LES ASSOCIATIONS MEMBRES

RÉGION 01. BAS SAINT-LAURENT



Association des personnes Accidentées Cérébro-Vasculaires, Aphasiques et Traumatisées Crânio-Cérébrales du Bas-Saint-Laurent (ACVA-TCC du BSL)

391, boulevard Jessop Rimouski (Québec) G5L 1M9

Courriel : acvatcc@globetrotter.net

 Site Web: www.acvatcc.com
@ACVA_TCC



RÉGION 02. SAGUENAY-LAC-SAINT-JEAN

Association des Personnes Aphasiques du Saguenay (APAS) Bénévoles seulement

138, rue Price Ouest, bureau 058A Chicoutimi (Québec) G7J 1G8

Courriel: catherine-ann.ouimet.csssj@ssss.gouv.qc.ca Catherine-Ann Ouimet

Site web: www.apasaguenay.ca



RÉGION 03. CAPITALE-NATIONALE

ARTÈRE – Organisme de soutien à l'AVC et aux personnes aphasiques

525, boul. Wilfrid-Hamel, bureau F.117 Québec (Québec) G1M 2S8

Courriel : apia@bellnet.ca

 Site Web: www.apia-avc.ca
@artère



RÉGION 04. MAURICIE ET CENTRE-DU-QUÉBEC

Association des personnes aphasiques de la Mauricie et du Centre-du-Québec (APAMCQ)

10470, boulevard St-Jean

Trois-Rivières (Québec) G9A 5E1

Courriel : apamcq@gmail.com

Site Web: www.apamcq.com

 @APAMCQ



RÉGION 05. ESTRIE

Association des accidentés cérébro-vasculaires et traumatisés crâniens de l'Estrie (ACTE)

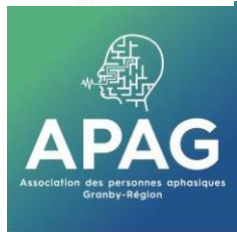
759, rue Woodward

Sherbrooke (Québec) J1G 1W5

Courriel: direction@acte-estrie.org

Site Web: www.acte-estrie.org

 @ACTEEstrie



Association des personnes aphasiques de Granby et région (APAG)

170, rue Saint-Antoine Nord, local 318

Granby (Québec) J2G 5G8

Courriel : apag-region@outlook.com

Site Web: www.apag.ca



RÉGION 06. MONTRÉAL

Association québécoise des personnes aphasiques (AQPA)

4450, rue Saint-Hubert, bureau 425

Montréal (Québec) H2J 2W9

Courriel : aqpa@aphasie.ca

Site Web: www.aphasie.ca

 @maisonaphasie



Théâtre Aphasique (TA)

Hôpital de Réadaptation Villa Medica 225, rue Sherbrooke Est

Montréal (Québec) H2X 1C9

Courriel : theatreaphasique@hotmail.com

Site Web: www.theatreaphasique.org

 @theatre.aphasique.5



RÉGION 07. OUTAOUAIS

Association des neurotraumatisés Région de l'Outaouais (ANO)

01-115, boul. Sacré-Coeur

Gatineau (Québec) J8X 1C5

Courriel: socio-pro@ano.ca

Site Web: www.ano.ca

 @ano.ca



RÉGION 11. GASPÉSIE-ÎLES-DE-LA-MADELEINE

L'Association des TCC et ACV de la Gaspésie et des Îles-de-la-Madeleine

425 A Boulevard Perron

Maria (Québec) G0C 1Y0

Site web: www.tccacvgim.org

Courriel : assotccacv@outlook.com

 @tccetacv



RÉGION 14. LANAUDIÈRE

Groupe d'entraide APHASIE Lanaudière *Parrainé par : l'Association des personnes handicapées physiques et sensorielles secteur*

Joliette (A.P.H.P.S.S.J.)

200, rue de Salaberry, bureau 134 Joliette (Québec) J6E 4G1

Courriel : info@aphpssj.com

Site Web: www.aphpssj.com

@APH.joliette



RÉGION 16. MONTÉRÉGIE

Association des personnes aphasiques Richelieu-Yamaska (APARY)

Réseau de Santé Richelieu-Yamaska (Hôpital Hôtel-Dieu de St-Hyacinthe)

1800, rue Dessaulles, bureau C-3115

Saint-Hyacinthe (Québec) J2S 2T2

Courriel : carollestonge@hotmail.com

Site Web: aphasieapary.com

MEMBRE INDIVIDUEL



Carole Anglade, chercheuse post-doctorale à l'Université de Sherbrooke et orthophoniste

INTRODUCTION - MOT DE LA DIRECTRICE GÉNÉRALE

Les trois dernières années ont été particulièrement instructives. Plusieurs expérimentations pour pallier au manque de ressources humaines ont été mises de l'avant. Cette réorganisation des tâches et du calendrier pour transformer le second poste permanent en embauchant des contractuels en fonction de ces tâches et du moment de l'année a nettement démontré que la précarité de notre organisation relevait davantage du manque de postes permanents que de l'organisation du travail.

La réalisation de nos activités de sensibilisation, dont la campagne annuelle Mon deuxième premier mot, a mis à l'épreuve notre "créativité" dans la gestion de nos ressources financières et humaines. L'essoufflement est presque tangible.

La structure même que nous avons instaurée pour tenir la campagne et poursuivre nos autres activités ne tient pas compte du roulement de personnel et de la difficulté à pourvoir à nouveau ces postes chaque année. Aussi, maintenant, nous devons revoir l'éventail de nos activités à la baisse en fonction des ressources humaines disponibles, ce qui implique pour notre regroupement un recul important.

La formule d'embauche de contractuels s'est déployée en temps de pandémie et s'est avérée réalisable et viable, mais seulement à très court terme. La précarité s'est accentuée au cours de la dernière année en raison de la rareté des ressources à l'embauche. Nous avons fait la recherche pour pourvoir un poste permanent de responsable de la vie associative et des communications d'août 2021 à décembre 2021. En janvier 2022, nous avons pu embaucher une candidate pour ce deuxième poste permanent.

Une fois de plus, nous constatons la nécessité de pouvoir compter sur au moins 3 postes permanents. Actuellement, la continuité de notre travail, le réseau qui a été mis sur pied et le transfert des connaissances et des expériences sont très fragiles.

La campagne s'est avérée un réel succès pour mettre en lumière les réalités liées à l'aphasie ainsi que sur le travail de nos associations. Malheureusement, nous nous retrouvons face à une situation qui risque de nous faire retourner à la case départ : pour maintenir la tenue annuelle de la Campagne Mon deuxième premier mot qui vise à faire connaître l'aphasie dans la population tout en maintenant nos autres activités, nous avons besoin d'une ressource de plus, à temps plein. Sans quoi, nous craignons de ne plus pouvoir poursuivre annuellement la tenue de la campagne qui a grandement contribué à faire connaître davantage l'aphasie dans la population. Il y a encore beaucoup de travail à faire. Pourtant, c'est presque contradictoire; la campagne Mon deuxième premier mot qui peut servir de levier à l'autofinancement de nos activités est en péril, si on ne peut développer cette campagne, l'autofinancement ne suivra pas. La consolidation et la réalisation de notre mission, la vivacité de notre vie associative et le soutien à nos membres passent par la reconnaissance de nos besoins en termes de financement à la mission, la base.

C'est pourquoi il, faut que le PSOC reconnaisse notre travail et sa valeur en consolidant le financement de trois postes permanents pour poursuivre notre mission et développer une structure de fonctionnement acceptable et viable.

Marie Claude Lemire

ORIENTATION 1 : L'ACCROISSEMENT DES RESSOURCES ET LA CONSOLIDATION DU FONCTIONNEMENT INTERNE

OBJECTIFS STRATÉGIQUES:		
Objectifs stratégiques 2021-2024	Rapport d'activités 2021-2022	Priorités annuelles 2022-2023
- Diversifier et augmenter le financement global	Ainsi, son déploiement reste précaire car faute d'augmentation du financement global, l'accroissement des ressources humaines et la planification de la relève restent un gros défi. <u>Mise en contexte</u> Aphasie Québec – Le réseau a tenu à organiser une campagne de sensibilisation à l'aphasie. Cette campagne a été la 4^e édition de Mon deuxième premier mot et s'est tenue du 1^{er} au 31 mars 2022. Bien plus modeste et courte que les précédentes, elle a toutefois, sans contredit, donné une place à l'aphasie dans les médias. Avant toute chose, Aphasie Québec – Le réseau a planifié une rencontre avec ses associations membres, rencontre qui s'est tenu le 26 janvier 2022. Cette séance de travail a permis d'avoir le pull de ce que serait la campagne ou du moins, les éléments factuels qui seraient abordés au cours de la campagne. Tout en prenant en compte l'issue de cette rencontre et la pression qu'apporte la pandémie, la campagne a été orientée et mise en place en fonction de la réalité vécue par nos associations membres. La communication auprès des journalistes et de nos porte-parole avait comme élément central la réalité vécue par nos membres.	<i>Nous doutons de pouvoir réaliser une 5^e campagne. La recherche de commanditaire pour parrainer la Campagne ainsi qu'un partenaire comme consultant pour revoir les orientations, le positionnement et les stratégies pour une 5^e édition de la campagne Mon deuxième premier mot est impossible à réaliser sans davantage de ressources financières et humaines.</i> <i>L'essoufflement est réel.</i>

	Cette année, aucun encan ou produit de promotion n'a été développé et proposé pour obtenir des contributions et des dons. La campagne 2021-2022 s'est déployée davantage comme une activité de sensibilisation plutôt que d'une activité de sociofinancement. Le contexte de la pandémie ne permettant pas de démarchage corporatif ni l'embauche de contractuel. Dans le présent document, vous trouverez en annexe plus d'amples informations sur la 4^e édition de la campagne Mon deuxième premier mot. Vous trouverez le résultat de notre collaboration avec les Commères : la campagne dans les médias traditionnels et sociaux. Le résumé de la consultation des associations s'y trouve aussi. <u>Actions réalisées pour définir l'axe de communication de l'édition 2022</u> ▪ Rencontre avec les associations membres. Janvier 2022 ▪ Rencontre d'équipe avec Commères. Janvier 2022. ▪ Élaboration d'un plan de communication pour la 4^e édition de la Campagne, comprenant l'axe de communication et l'échéancier. Janvier 2022. ▪ Conception et rédaction de scénarios des capsules vidéo « cri du cœur » de nos porte-parole. Chantal Macchabée, Josée Boudreault, Louis-Philippe Rivard (proche aidant) ainsi que Michel Demers ont une fois de plus répondu présent à notre appel pour cette campagne. ▪ Lancement de la campagne. 1^{er} Mars 2022 <u>Le plan de communication</u> L'axe de communication, c'est-à-dire le message principal de la campagne, ses messages clés, ainsi que l'échéancier ont été développés avec le souci de mettre de l'avant le côté éducatif et informatif de la campagne.	
--	--	--

	L'objectif principal était de rappeler les effets néfastes des mesures sanitaires liés à la pandémie chez les personnes aphasiques, mais aussi chez les proches aidants et les intervenants. Les ramifications portaient sur l'isolement et la distanciation sociale qui nuisent à l'évolution des acquis et à l'acquisition de nouvelles habiletés ; le plus important de tous est le port du masque qui ne favorise pas les apprentissages. La campagne a servi aussi à sensibiliser la population sur l'utilisation des moyens technologiques, qui, auprès des personnes aphasiques, demeure un grand défi. Aphasie Québec – Le réseau a lancé la 4^{ème} édition de la campagne Mon deuxième premier mot le 1^{er} mars 2022. Tel que mentionné précédemment, il n'y avait aucun encan ni produit de promotion à faire valoir et les dons se voulaient strictement volontaires, car aucun reçu de charité ne pouvait être remis. Malgré cela, il a fallu tenir la campagne afin de ne pas perdre les acquis dans les médias et auprès de la population. En dehors les médias traditionnels, la campagne Mon deuxième premier mot a été très présente sur les réseaux sociaux, ce qui a permis d'atteindre un plus vaste public. Nous avons fait appel, une fois de plus, à l'agence de presse Commères afin de nous accompagner dans la réalisation de cette campagne tout en lui donnant le plus de visibilité possible : ce fut un défi relevé haut la main. <u>Capsules vidéo « Cri du cœur » des porte-parole</u> Des scénarios ont été rédigés et envoyés à nos porte-parole. Ceux-ci ont par la suite produit de courts vidéos dans lesquels ils lançaient un cri du cœur visant à sensibiliser la population sur la réalité des personnes aphasiques après deux ans de pandémie.	
--	---	--

	<u>La campagne dans les médias traditionnels et la disponibilité des porte-parole</u> La campagne Mon deuxième premier mot – édition 4 a été présente dans les médias traditionnels : la presse et la télévision. Cette année, MATv – Laval, Le Devoir, QUB Radio, 98.5 et Quebecor : le Journal de Montréal, le Journal de Québec, TVA, pour ne citer que ces médias, ont été de nouveaux podiums pour la sensibilisation à l'aphasie. Nous avons bien sûr conservé les chaînes Canal M, Salut Bonjour, avec Gino Chouinard, où nos porte-parole Josée Boudrault et Louis-Philippe ont été bien reçus. La récente nomination de Chantal Macchabée au poste de vice-présidente des communications des Canadiens de Montréal a dilué l'engouement des médias à l'inviter en entrevue pour parler de l'aphasie. Ainsi, Carole Anglade tout comme nos porte-parole Josée Boudreault et Louis-Philippe ont répondu présent pour des entrevues téléphoniques, à la télé et à la radio. Des articles de journaux ont aussi été rédigés. <u>La Campagne sur les réseaux sociaux</u> Cette année, les réseaux sociaux ont été l'outil important de la campagne, l'objectif étant d'augmenter la visibilité de la réalité liée à l'aphasie en temps de pandémie dans ces canaux de communication. Renforcer la visibilité passait par des posts éducatifs et informationnels servant à sensibiliser, éclairer et démystifier les réalités liées à l'aphasie. Le regroupement a utilisé comme réseaux sociaux Facebook, Instagram et LinkedIn. Grâce à cette stratégie diversifiée, le public atteint a été élevé par rapport à la campagne précédente, soit une augmentation approximative de 5,5 % pour Facebook, 11,46 % pour LinkedIn et 5,21 % pour Instagram.	
--	--	--

	Alors que la campagne tirait à sa fin, le monde entier recevait la nouvelle de l'annonce de l'acteur Bruce Willis concernant son état de santé. Ce dernier mettait fin à sa carrière d'acteur suite à un diagnostic d'aphasie. Cette nouvelle a donné une belle tribune à l'aphasie dans les médias puisque plusieurs entrevues de dernière minute, sur les réalités liées à l'aphasie, ont été données.	
--	---	--

OBJECTIFS STRATÉGIQUES:		
Objectifs stratégiques 2021-2024	Rapport d'activités 2021-2022	Priorités annuelles 2022-2023
- Planifier la relève au poste de direction générale, incluant le transfert d'expertise - Accroître les ressources humaines (salariés et bénévoles)	L'accroissement des ressources humaines reste le point important dans le plan stratégique 2021-2024. Il est fortement ancré non seulement dans la planification de la relève de la direction, du transfert d'expertise, mais aussi du développement du regroupement. La période d'embauche s'est échelonnée du mois d'août à décembre. La rareté des candidatures a reporté l'embauche à janvier 2022 Le 10 janvier 2022 une responsable de la vie associative et des communications est entrée en poste à raison de 28 heures par semaine (4 jours/semaine). Elle est devenue permanente le 11 avril 2022. Il faut noter que son horaire de travail est porté à 1 jour/semaine durant l'été (fin juin à la fin août) La responsable de la vie associative et des communications, en plus d'une partie du travail de bureau, contribue à la vitalité associative et aux communications internes elle est le lien entre le regroupement et les associations. Elle a pour mandat d'assurer la promotion des projets, activités et événements de nos associations, de planifier les rencontres associatives et de répondre aux questions du public.	<i>L'accroissement des ressources humaines est au cœur de la réflexion et de l'action stratégique 2021-2024.</i>
- Favoriser la rétention des employés	Des vacances payées, des journées de maladie et des congés personnels font partie des stratégies de rétention des employés(es). Cependant, le regroupement est toujours à la recherche de moyens pour bonifier les salaires des employées afin qu'il puisse refléter le réel coût de la vie.	

ORIENTATION 2 : LE RENFORCEMENT DE LA GOUVERNANCE

OBJECTIFS STRATÉGIQUES:		
Objectifs stratégiques 2021-2024	Rapport d'activités 2021-2022	Priorités annuelles 2022-2023
- Poursuivre la révision des règlements généraux	En raison de la pandémie et du manque de ressources et des difficultés liées à l'embauche, le report de la mise à jour de nos règlements généraux.	<i>Rechercher le financement nécessaire pour engager une ressource externe qui nous soutiendra dans la réalisation de la mise à jour de nos règlements généraux.</i>
- Favoriser le recrutement, l'intégration et la formation des administrateurs	Le recrutement au sein du conseil d'administration des administrateurs reste encore un enjeu au sein du regroupement. Cette année, le conseil d'administration a fonctionné avec 4 membres, laissant 3 postes vacants. On peut affecter la difficulté de recruter aux mesures liées à la pandémie : la distanciation sociale et l'isolement.	<i>Recherche d'incitatif pour stimuler la participation au conseil d'administration du regroupement</i>
- S'assurer du suivi du plan stratégique et des plans d'action annuels, ainsi que de l'évaluation des actions d'Aphasie Québec – Le réseau dans une optique d'amélioration continue	Un point statutaire ajouté à l'ordre du jour des rencontres des membres du conseil d'administration permet de s'assurer que le plan stratégique est respecté.	<i>Poursuivre la tenue d'un point statutaire à l'ordre du jour des rencontres des membres du conseil d'administration permet de s'assurer que le plan stratégique est respecté.</i>

ORIENTATION 3 : L'ACCROISSEMENT DE LA VISIBILITÉ ET DE LA SENSIBILISATION AUX ENJEUX, BESOINS ET RÉALITÉS DES PERSONNES APHASIQUES

OBJECTIFS STRATÉGIQUES:		
Objectifs stratégiques 2021-2024	Rapport d'activités 2021-2022	Priorités annuelles 2022-2023
- Réviser la formule de la campagne « Mon deuxième premier mot » et amorcer la transition	En novembre 2022, nous n'avons toujours pas réussi à combler le poste de responsable de la vie associative et des communications, une formule plus simple de la campagne s'est imposée. Nous avons néanmoins réussi à atteindre une visibilité remarquable grâce aux réseaux sociaux et aux médias traditionnels.	<i>Remplacer la Campagne par une activité de sensibilisation.</i> <i>Exemple :</i> • Lancement du livre produit en collaboration avec l'OPHQ. • Mise à l'avant des outils et initiatives pour les personnes aphasiques au quotidien.
- Promouvoir les initiatives des membres, des collaborateurs et des partenaires	Les initiatives de nos membres et partenaires qui favorisent la qualité de vie des personnes aphasiques sont diffusées sur le site web d'Aphasie Québec – Le réseau et sur ses réseaux sociaux dans le but de les promouvoir auprès de la population et des autres instances publiques. Les informations reçues de nos partenaires et collaborateurs sont aussi relayées auprès des associations par courriels, réseaux sociaux et infolettres (4 à 5 par année).	
- Représenter les intérêts des personnes aphasiques lors des enjeux nationaux	La campagne « Mon deuxième premier mot » permet de donner de la visibilité à l'aphasie, à notre regroupement et à nos associations partout au Québec par le biais des médias traditionnels (radio, télévision, journaux), sur les médias sociaux (Facebook, Instagram et LinkedIn) ainsi que par l'intermédiaire de nos affiliations tels que : la Table des regroupements d'organismes communautaires et bénévoles du Québec (TROCBQ), la Confédération des organismes pour personnes handicapées du Québec (COPHAN) et Proche Aidance (anciennement Regroupement des aidants.es naturels.es (RANQ)).	

- Maintenir ou consolider les liens avec le milieu de la recherche et les milieux communautaires, corporatifs et gouvernementaux	Suite à l'obtention d'un financement de l'OPHQ, un projet en collaboration avec Carole Anglade, chercheuse postdoctorale à l'Université de Sherbrooke, orthophoniste et membre de notre conseil d'administration, nous travaillons à l'élaboration d'un livre qui favorise la participation sociale des personnes aphasique. Ce livre est en lien avec la thèse de Carole Anglade qui portait sur : « Comprendre la situation d'interaction entre des personnes vivant avec une aphasie modérée ou sévère et les personnes non familières de leur communauté » présentée le 15 janvier 2021.	<i>D'avril à novembre réalisation du Livre. Lancement en mars 2022</i>
- Favoriser la référence, le partage d'informations et la formation concernant les enjeux, les besoins et les réalités des personnes aphasiques	L'accueil, l'écoute et le soutien ponctuel font partie du quotidien à Aphasie Québec – Le réseau. L'équipe occupe un rôle de première ligne et de référence auprès des personnes aphasiques, des proches aidants, des orthophonistes et des intervenant.es du milieu (travail social, ergothérapie, psychosociale, etc.). On joue aussi un rôle de première ligne auprès des médias et de la population en générale. Les demandes portent principalement sur des outils pour améliorer la communication et les ressources dans les régions, par téléphone, par courriel ou par message privé sur Facebook. Nous les invitons aussi à contacter l'association de leur région. Nous outils web et nos réseaux sociaux permettent de mettre en lumière les enjeux et les besoins des personnes aphasiques.	<i>Continuer à faire la recherche, la cueillette et à diffuser par la mise en ligne sur notre site et nos réseaux sociaux des différentes ressources, projets de recherches et documents de références pour personnes aphasiques, proches aidants et intervenants du milieu.</i>

ORIENTATION 4 : LE DÉVELOPPEMENT DE LA VITALITÉ ASSOCIATIVE ET DE LA MOBILISATION

OBJECTIF STRATÉGIQUE	
Objectifs stratégiques 2021-2024	Rapport d'activités 2021-2022
- Consolider les liens entre Aphasie Québec – Le réseau et ses membres - Favoriser le réseautage entre les membres - Favoriser la participation et l'implication des membres	Aphasie Québec – Le réseau travaille à consolider les liens entre ses membres. Il travaille aussi à créer et consolider des liens. Dans les priorité annuelles 2021-2022 adoptées à l'assemblée générale 2021, la mise sur pied d'un comité vie associative était prioritaire. Dès septembre 2021, le comité, formé de représentantes de 4 associations, a travaillé à établir les bases de ce comité. L'arrivée de la responsable de la vie associative et des communication (janvier 2022) a permis de tenir la première rencontre des membres. Le 26 janvier s'est tenue la première rencontre du comité et de la responsable de la vie associative. Le 22 février 2022 s'est tenue la première rencontre de l'ensemble des membres dans le but était d'établir un plan d'action afin de favoriser les échanges. Il y a été convenu que les rencontres se tiendraient aux deux (2) mois soit de septembre à juin. Ainsi, depuis la mise sur pied du Comité vie associative, on a créé un lieu qui permet le partage des réalités vécues, des besoins et des projets présents et à venir.

REMERCIEMENTS AUX PARTENAIRES DE LA CAMPAGNE

Nous tenons à remercier nos membres, porte-parole et partenaires de la campagne « Mon deuxième premier mot », 4^e édition



Les porte-parole de la Campagne Mon deuxième premier mot – 4^e édition (De gauche à droite)

Louis-Philippe Rivard, écrivain et proche aidant
Josée Boudreault, animatrice, conférencière et aphasique
Chantal Machabée, Vice-présidente aux communications
du Canadien de Montréal et amie de Jacques Demers
Michel Demers, proche aidant de Jacques Demers

ANNEXES

ANNEXE 1 – Compte rendu des rencontres – Rencontre des membres : sondage sur la réalité après 2 ans de pandémie. Plan de communication : messages clés de la campagne

Rencontre des membres AQLR
Par Zoom, lundi 31 janvier 2022, à 11h00

Participant·es

Nicolas Pelletier, ACVA-TCC
Carole Anglade, Orthophoniste
Geneviève Poirier-Defoy, APAMCQ
Diane T. Charette, APAG
Françoise Rollin, AQPA
Carole St-Onge, APARY
Isabelle Côté, Théâtre aphasique
Joëlle Duchesne, ARTERE

Marie-Claude Lemire, AQLR
Augustine Bahoya, AQLR

Objectifs de la rencontre

- ⇒ En conformité avec le Plan d'action 2021-2022, nous organisons une campagne Mon deuxième premier mot qui se tiendra du 1^{er} au 31 mars 2022. Cette campagne est une version simplifiée dans laquelle nous souhaitons mettre de l'avant la réalité des personnes aphasiques après deux ans de pandémie.
- ⇒ Mettre en lumière l'impact des mesures sanitaires sur la vie des personnes aphasiques, de leur proche aidant ainsi que des intervenants dans les associations afin que les médias sensibilisent la population à cette situation.
- ⇒ Faire ressortir les phrases-clés pour l'édition 2022 de la campagne MDPM.

Résumé

Cette rencontre a permis de mettre en relief la détresse vécue par les personnes aphasiques et leur proche-aidant. Elle a aussi mis en évidence la détresse vécue par les intervenants.

Les rappels sur le port du masque qui lui, agit comme un blocage aux apprentissages de communication chez les personnes aphasiques.

Il faut aussi retenir qu'un grand nombre de personnes aphasiques maîtrisent très peu les outils technologiques et qu'une assistance est nécessaire.

Il est à noter que nous avons aussi pris en compte les réponses envoyées par courriel par les associations qui ne pouvaient pas être présentes à la rencontre Zoom.

Phrases-clés ressorties

- Difficulté de recrutement des personnes aphasiques pour la recherche;
- Difficulté de recrutement du personnel;
- Perte du personnel dans les associations;
- Régression et perte des acquis;
- Manque de motivation;
- Détresse chez les personnes aphasiques;
- Détresse chez les proches aidants;
- Détresse chez les intervenants;
- Les consignes sanitaires et les rencontres par zoom rendent difficiles l'identification des besoins
- Le port du masque – obstacle aux apprentissages;
- Perte d'autonomie;
- Diminution de la proximité avec la clientèle pour les intervenants-(es) ;
- Procédures plus longues et plus lourdes : transport adapté, de nouveaux locaux, davantage de ressources et d'encadrement.
- La peur de perdre ses acquis chez les personnes aphasiques
- La répétition des consignes lourdes qui sont en constant changement

En conclusion

Les intervenants-(es) ont observé que les personnes les plus affectées par l'aphasie ou qui ont des limitations qui impliquent l'utilisation du fauteuil roulant ou une assistance constante sont celles qui ont pratiquement déserté les activités. Aussi, le décès de certaines d'entre-elles et pour lesquelles aucune commémoration n'a pu avoir lieu est une épreuve importante qui s'ajoute aux autres

– Rencontre du Comité de la vie associative

Aphasie Québec — le réseau

Première rencontre du Comité vie associative
Par ZOOM, mercredi 26 janvier 2022, 15 h 30

Participant·es :

- ☐ Isabelle Côté, Théâtre Aphasique
- ☐ Diane T. Charette, APAG
- ☐ Carole St-Onge. APARY

- ☐ Marie-Claude Lemire, AQLR
- ☐ Augustine Bahoya, AQLR

Objectifs de la rencontre :

- ⇒ Tel que déterminé dans le Plan d'action 2021-2022, une responsable de la vie associative et des communications a été embauchée et est entrée en fonction le 10 janvier 2022. Augustine Bahoya occupe ce poste.

- ⇒ Mettre sur pied une structure de rencontres annuelles des membres dans le but de permettre l'échange sur les besoins des associations.

Résumé :

La première rencontre du Comité vie associative (CVA) s'est tenue le mercredi 26 janvier 2022 par Zoom et a été animée par Isabelle Côté et Augustine Bahoya s'est chargée de la prise de notes.

Les points abordés lors de cette rencontre étaient très variés afin de mettre une base pour le Comité.

Dans le but de dynamiser le CVA, la voix sera donnée à chaque membre du regroupement et des thèmes choisis seront animés par ceux qui les auront proposés.

Propositions issues de la rencontre :

- ⇒ Le Comité prévoit de faire des rencontres aux deux mois entre les mois de septembre et mai. La prochaine rencontre est prévue pour le mois de février. Des informations à ce sujet suivront.

 - ⇒ Un lien Doodle vous sera envoyé pour déterminer la date et l'heure.
La rencontre prévue est d'une durée de deux heures. Un tour de table se fera ainsi qu'une tempête d'idées (brainstorming) afin d'en ressortir avec des sujets.
-

– Rencontre du Comité de la vie associative avec les associations membres



Un comité vie associative
se met en place à Aphasie Québec-Le réseau.

À la demande générale enfin un lieu pour partager, mettre en commun, prendre des nouvelles des uns et des autres, échanger ensemble sur nos expériences, nos idées, nos actions, nos outils et s’enrichir mutuellement!

Une première rencontre du comité vie associative a eu lieu le 22 février dernier. Nous y avons pris le temps de nous présenter et avons découvert que plusieurs d’entre nous étaient tout nouveau encore dans des groupes desservant les personnes vivant avec l’aphasie. Déjà, le goût d’échanger sur nos projets s’est fait fortement sentir.

Nous avons ensuite échangé sur nos attentes vis-à-vis d’un tel comité. Tous ont été d’avis qu’un tel comité doit être un lieu privilégié d’échange et de collaboration qui peut répondre à nos nombreux besoins. Un lieu qui prendra notre couleur puisqu’il sera la somme de ce que tout un chacun y apportera.

Les membres présents ont déterminé qu’une rencontre à tous les deux mois, d’une durée d’une heure trente, est la forme la plus viable pour tous dans un premier temps.

Nous avons ensuite discuté des sujets qui nous intéressent d’aborder dans nos prochaines rencontres et choisis de vous les présenter et de vous faire participer à ce choix. Bien entendu, les participants à la rencontre sont d’avis qu’il se peut que certains sujets puissent demander plus de temps. À ce que cela tienne, cette liste pourra se bonifier au fil du temps, puisque le fonctionnement de ce comité se veut démocratique.

Pour l’heure, voici la liste des sujets sur lesquels nous vous invitons à voter. Donc, parmi les douze propositions, six seront retenus pour l’instant et mis en ordre de priorité pour les prochaines rencontres. Il est possible que certaines rencontres soient divisées en deux parties pour nourrir les échanges.

Sujet 1

Sujet 2

Sujet 3

Sujet 4

Sujet 5

Sujet 6

Les sujets

- L'après pandémie**
Pour nos organismes, comment envisage-t-on cette période, de quoi avons-nous besoin, observons-nous des changements dans la fréquentation, avons-nous un plan de rétablissement, etc.?
- Le référencement du réseau à nos organisations**
Un projet est en cours avec trois organismes. Présentation de la démarche, des résultats du sondage et des prochaines étapes. Échange sur votre vision du référencement entre vos organisations et le réseau.
- Échange sur les projets en cours dans nos groupes**
Plusieurs organismes ont des projets novateurs dans la marmite, parlons-en! Et vous, qu’avez-vous de nouveau?
- Échange sur des actions possible à mettre en commun**
Avons-nous des problématiques qui requiert que nous nous y mettions tous ensemble ou sur lesquels certains pourraient travailler en concert?
- Partages d’outils et d’activités**
Vous avez développé des outils ou vous avez une bonne sélection d’activités que vous offrez, voilà un moment pour échanger entre nous et nous inspirer ensemble.
- Financement**
Nos sources de financement, les subventions auxquels nous pourrions accéder, les représentations à faire pour obtenir un financement adéquat, etc.
- Proches aidants**
Quelle place ont-ils dans nos organismes, quelle place aimerions-nous leur faire, leurs besoins, ce qui leur est offert?
- Échange sur nos réalités**
Que vivons-nous dans nos organismes, qu’aimerions nous partager avec les autres?
- Parrainage entre associations**
Pourrions-nous mettre en place un parrainage pour de nouveaux organismes desservant les personnes vivant avec l’aphasie ou pour de nouvelles directions? Comment assurer le transfert de l’expertise dans nos domaines?
- Recrutement au sein de nos groupes**
Quelle est la santé du recrutement dans nos groupes, avez-vous des outils de recrutement et comment nourrissons-nous la participation?
- Promotion et sensibilisation à l'aphasie**
Défense de droits ou la reconnaissance des capacités lorsqu’on vit avec l’aphasie. Auprès de qui devrions nous faire des représentations? Aphasie et aptitude.

Allez-y, faites votre choix!

ANNEXE 2.1 – LES ACTIVITÉS MÉDIATIQUES POUR LA CAMPAGNE MON DEUXIÈME PREMIER MOT (MDPM)

1.0 COMMUNIQUÉ DE PRESSE DE LA CAMPAGNE MDPM

2.0 ACTIVITÉS DE PRESSE DE LA CAMPAGNE MDPM

3.0 CALENDRIER DES RETOMBÉES

4.0 APERÇU DES RETOMBÉES MÉDIAS

5.0 ANALYSE DES RETOMBÉES ET BILAN DE LA CAMPAGNE MDPM

1.0 COMMUNIQUÉ DE PRESSE DE LA CAMPAGNE MDPM



Communiqué de presse
Pour diffusion immédiate

- Campagne nationale de sensibilisation à l'aphasie -

Mon deuxième premier mot

L'aphasie en temps de pandémie!

Montréal, 14 février 2022 - Le 1er mars prochain, Aphasie Québec - Le réseau lancera la 4e édition de sa campagne nationale de sensibilisation Mon deuxième premier mot. La campagne se tiendra du 1er au 31 mars 2021 et elle a pour but de mettre en lumière ce trouble de la communication qu'est l'aphasie tout particulièrement en temps de pandémie.

« À l'approche du deuxième anniversaire de cette pandémie, il est clair pour les associations que ses impacts sont décuplés pour les personnes vivant avec de l'aphasie, et ce de façon systémique: recul des fonctions langagières et même motrices, de la santé mentale, des conditions sociales... Plus que jamais, les associations ont besoin de soutien pour endiguer les effets de la pandémie sur le quotidien des personnes aphasiques. »

- Carole Anglade, PhD, orthophoniste et chercheuse post-doctorale
Membre du conseil d'administration de Aphasie Québec - Le réseau

On ne se voit plus, on ne s'entend plus, on ne socialise plus!

Depuis maintenant deux ans, l'éloignement, le manque de socialisation et l'isolement causés par la pandémie ont fait reculer à pas de géant les acquis des personnes aphasiques. Le port du masque et les rencontres virtuelles ont ajouté un niveau de difficulté supplémentaire à la communication qui est déjà un défi quotidien pour les personnes aphasiques. La nécessité d'être accompagné pour utiliser les outils tels que Zoom ou Skype occasionne nettement une détresse qui entraîne la perte des acquis. C'est simple, l'isolement est le pire cauchemar pour une personne aphasique.

Pour cette 4e édition, nous avons la chance de pouvoir compter à nouveau sur nos quatre porte-paroles qui nous soutiennent depuis la première édition de la campagne : Chantal Machabée, Josée Boudreault, son conjoint Louis-Philippe Rivard ainsi que Michel Demers, frère de Jacques Demers.

Les mots que l'on veut dire, les mots que l'on peut dire

On ne naît pas avec l'aphasie, ça ne s'attrape pas et ce n'est pas transmissible. Les conséquences sont importantes : difficulté à parler, à lire, à comprendre et à écrire. C'est comme avoir un mot sur le bout de la langue, sans jamais être capable de le prononcer. Heureusement, suite à la rééducation en orthophonie, certaines personnes aphasiques peuvent enfin prononcer un deuxième premier mot! Aussi, l'importance d'avoir des contacts sociaux est primordial pour maintenir les acquis et progresser.

La méconnaissance de ce trouble de la communication crée des situations où le problème de l'aphasie est souvent confondu avec ceux ayant des problèmes d'intoxication ou de santé mentale. Imaginez-vous, incapable de parler devant un policier, un douanier ou tout autre représentant institutionnel ou légal. Voilà toute l'importance de démystifier l'aphasie.

L'aphasie au Québec

Chaque année, 6 000 Québécois reçoivent un diagnostic d'aphasie. Il est temps de mettre en lumière ce trouble du langage, trop peu connu, provoqué par un accident vasculaire cérébral (AVC), une tumeur au cerveau ou un traumatisme crânien. Personne n'est à l'abri.

cérébrale (AVC), une tumeur au cerveau ou un traumatisme crânien. Personne n'est à l'abri.



À propos d'Aphasie Québec - Le réseau

Aphasie Québec – Le réseau a pour mission de soutenir, représenter et participer à l'amélioration de la qualité de vie des personnes aphasiques et de leurs proches aidants. Il regroupe 13 associations au Québec qui offrent des services aux personnes aphasiques afin de stimuler la communication et de briser l'isolement causé par l'aphasie. Ce regroupement favorise le développement et la consolidation du travail de ses associations.

Pour en savoir davantage sur [Aphasie Québec](https://www.aphasiequebec.org/).

2.0 ACTIVITÉS DE PRESSE DE LA CAMPAGNE MDPM

1. ENVOI MASSIF DU COMMUNIQUÉ DE PRESSE #1 – 15 février
2. ENVOI DE PITCHS PERSONNALISÉS – Février à mars
3. RELANCES TÉLÉPHONIQUES – Mars
4. SUIVIS DES DEMANDES D'ENTREVUES – Mars

* Pour visionner ou écouter les parutions dans les médias suivez ce lien :
<https://www.aphasiequebec.org/evenements/la-4e-edition-de-la-campagne-dans-les-medias>

3.0 CALENDRIER DES RETOMBÉES

Médias	Émissions	Type mention	Date	Notes/extraits
Canal M	Aux Quotidiens	Entrevue avec Carole Anglade	23/02/2022	https://bit.ly/3r9SVQW
MAtv – Laval	Pour votre information	Entrevue avec Carole Anglade	10/03/2022	https://bit.ly/3NQCIaA
Canada-Français	Article en semaine	Entrevue avec Carole Anglade	17/03/2022	ND
Le Devoir	Infolettre + article en semaine	Entrevue avec Carole, José et Louis-Philippe	22/03/2022	https://bit.ly/3KpkixV
Salut Bonjour	En semaine	Entrevue avec Josée et Louis-Philippe	23/03/2022	https://bit.ly/38DZK73
QUB Radio	Mario Dumont	Entrevue avec Carole Anglade	30/03/2022	https://bit.ly/37tLQnn
98,5	L'effet Normandeau	Entrevue avec Carole Anglade	31/03/2022	https://bit.ly/3ugUgXT
Journal de Montréal	En semaine	Entrevue avec Carole, José et Louis-Philippe	31/03/2022	https://bit.ly/3uhm4vi
Ma-grande-taille.com	Article	Mention + visuel Instagram	04/04/2022	https://bit.ly/3jdgBiL

4.0 APERÇU DES RETOMBÉES MÉDIATIQUES DE LA CAMPAGNE MDPM

2:47 7:25

ENTENDU DANS
L'effet Normandeau
LE 31 MARS 2022 12:00

AVEC
Nathalie Normandeau



Notre invitée: Carole Anglade, orthophoniste et membre d'administration d'Aphasie Québec



TVA Nouvelles

24 heures

Le Journal de Québec

Le Journal de Montréal

Bureau d'enquête

TVA Sports

7 heures

Se connecter

Bruce Willis atteint d'aphasie : démystifier la pathologie

30 mars 2022 - Entrevue avec Carole Anglade, orthophoniste et chercheuse post-doctorale, membre du conseil d'Aphasie Québec - Le réseau : Bruce Willis met un terme à sa carrière. On a appris aujourd'hui via sa ... [Lire la suite](#)

10:25

6e vague : Mario Dumont doute que le Québec soit prêt

8. 30 mars 2022 - Segment LCN en duplex, manchettes, nouvelle du jour et commentaires entre Mario Dumont et Vincent Dessureault : la 6e vague est officiellement commencée. Discrimination positive à l'universi... [Lire la suite](#)

20:17

Afficher moins

Bruce Willis atteint d'aphasie : d...
30 mars 2022



Les effets de la pandémie sur les personnes aphasiques

MÉGAN CHAMPAGNE
mchampagne@canadafrancais.com
Initiative de journalisme local

En ce mois de mars débute la quatrième édition de la campagne Mon deuxième premier mot, organisée par Aphasie Québec – Le réseau. Cette campagne vise à mettre en lumière les conséquences de la pandémie sur les personnes atteintes d'aphasie.

L'aphasie est un problème qui affecte le langage à la suite d'une dégradation de cette zone du cerveau. Les causes sont variées : accident vasculaire cérébral (AVC), traumatisme crânien, tumeur ou maladie neurodégénérative. Selon le ministère de la Santé et des Services sociaux (MSSS) et la Société d'assurance automobile du Québec (SAAQ), chaque année, plus de 32 000 Québécois sont à risque de devenir aphasiques.

« L'aphasie peut être difficile à comprendre pour les gens qui ne connaissent pas cette réalité qui affecte entre autres la capacité de lire et de communiquer. Il est important de mentionner que ce problème n'altère pas l'intelligence des personnes qui en sont atteintes », explique Carole Anglade, orthophoniste pour l'organisation.

PANDÉMIE

Au cours des deux dernières années, les mesures sanitaires liées à la pandémie de COVID-19 ont considérablement limité la réadaptation des personnes aphasiques. Le port du masque et la distanciation sociale

ont amené une difficulté supplémentaire dans leurs échanges avec les autres.

« Ces mesures, bien que nécessaires, ont eu un grand impact sur nous. Alors imaginez les conséquences qu'elles ont eu sur les personnes aphasiques. Cela les prive d'interactions cruciales pour leur progression », mentionne M^{me} Anglade.

« Pour l'ensemble des associations membres de notre réseau, plusieurs intervenants ont observé des régressions chez les gens atteints d'aphasie. Certains reculent même au niveau moteur étant donné l'impossibilité d'organiser des activités », ajoute-t-elle.

ISOLEMENT

Les intervenants des associations ont également remarqué chez leurs membres une certaine détresse causée par l'isolement. « Malgré les activités organisées en ligne par les associations, il est compliqué pour bien des gens d'entrer en contact avec d'autres à distance. C'est encore plus complexe par téléphone, donc il est très ardu pour eux d'aller chercher de l'aide psychologique et d'accéder aux bonnes ressources avec cette difficulté à se faire comprendre », indique l'orthophoniste, qui tient tout de même à souligner que les outils technologiques ont été d'une grande aide durant la crise sanitaire.

SOUTIEN

En guise de support pour les personnes aphasiques, Carole Anglade encourage la



La pandémie a eu des conséquences sur la réadaptation des personnes atteintes d'aphasie.

population à soutenir la campagne d'Aphasie Québec – Le réseau en consultant le site Web aphasiequebec.org afin de se renseigner ou de faire un don. « Pour optimiser leur réadaptation, les personnes atteintes d'aphasie peuvent participer aux activités proposées par les associations et parler avec le plus d'interlocuteurs possible. Le rôle des organismes communautaires est alors

très important pour celles-ci. J'invite donc aussi les gens à soutenir leurs organismes locaux », de conclure l'orthophoniste.

À noter que les personnes aphasiques résidant à Saint-Jean-sur-Richelieu peuvent obtenir de l'aide auprès de l'association Aphasie Rive-Sud, située à Saint-Hubert (aphasierivesud.ca).

5.0 ANALYSE DES RETOMBÉES ET BILAN DE LA CAMPAGNE MDPM

ANALYSE DES RETOMBÉES

Ce sont plus d'une **dizaine de retombées** (si l'on tient compte des entrevues qui ont été faites par d'autres intervenants) qui ont été relevées à la suite de la campagne de presse ayant été déployée dans le cadre de la 4e édition de la campagne de sensibilisation *Mon deuxième premier mot*.

Cette année, Carole Anglade, orthophoniste et chercheure post-doctorale, a été beaucoup plus en demande que les porte-paroles (Chantal Machabée, Josée Boudreault, Louis-Philippe Rivard et Michel Demers). Le fait qu'il n'y avait aucune nouveauté à promouvoir explique la demande accentuée pour Carole. Le volet éducation et de démystifier l'aphasie a beaucoup plus fonctionné cette année.

Malheureusement pour nous, peu de temps avant la campagne Chantal Machabée avait déjà fait une énorme tournée médiatique pour son nouveau rôle chez le Canadien de Montréal, il n'était plus possible de lui offrir une seconde vitrine pour la campagne.

Malgré la pandémie et l'espace médiatique restreint en raison de l'actualité, huit entrevues ont été données par les différents intervenants. Ce sont majoritairement des entrevues de fond qui ont été livrées. Une poussée a été faite en fin de campagne avec l'annonce de Bruce Willis, qui a annoncé être aphasique ce qui nous a permis de bien conclure la campagne.

BILAN POSITIF

- L'entrevue à Salut Bonjour de Josée Boudreault et Louis-Philippe Rivard a donné beaucoup de temps d'antenne et de visibilité grand public à la campagne tant visuellement qu'en entrevue.
- Les approches personnalisées présentant les impacts de la pandémie chez les personnes aphasiques ont servi à décrocher la majorité des retombées médiatiques.
- Carole Anglade a été formidable et très disponible tout au long de la campagne pour expliquer l'impact de la pandémie chez les personnes aphasiques.

ANNEXE 2.2 STATISTIQUES MÉDIAS SOCIAUX DE LA CAMPAGNE MDPM

Statistiques Facebook Aphasie Québec

Nous avons atteint 47 838 personnes dont 123 nouveaux abonnés nets et 5 480 interactions.

Les trois publications Facebook qui ont le mieux fonctionné :

1. L'entrevue de Josée et Louis-Philippe à Salut Bonjour : 75 réactions (j'aime), 6 partages pour une portée de 13 352 personnes.
2. L'entrevue de Carole Anglade avec Nathalie Normandeau : 45 réactions, 11 partages pour une portée de 3 309 personnes.
3. La publication « démystifions l'aphasie » : 44 réactions, 17 partages pour une portée de 3 360 personnes.

Statistiques Instagram Aphasie Québec

Nous avons atteint 5 744. 111 comptes différents ont interagi avec le contenu. Nous avons eu 46 nouveaux abonnés.

Les trois publications Instagram qui ont le mieux fonctionné :

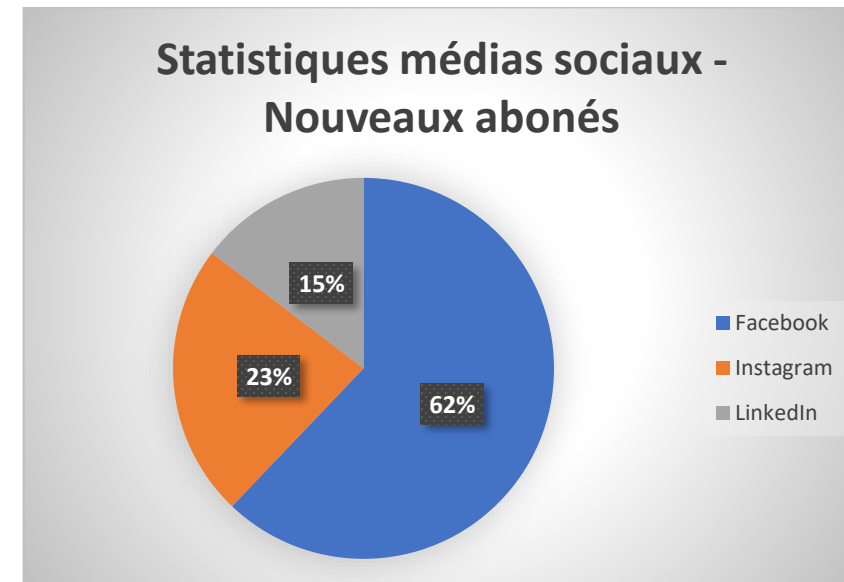
1. Présentation de Chantal et Mario : 47 mentions j'aime pour une portée de 1 860 personnes.
2. Lancement de la campagne : 14 mentions j'aime, 6 partages pour une portée de 1 923 personnes.
3. Présentation de Josée et L-P : 19 mentions j'aime pour une portée de 1 432 personnes.

Statistiques LinkedIn Aphasie Québec

Lors de la campagne, nous avons eu 29 nouveaux abonnés. Nous avons atteint en moyenne 89,3 personnes par publication.

Nous avons atteint en moyenne un taux d'engagement moyen de : 11,46% (en moyenne, nous visons 5% normalement pour cette statistique)

Nous avons eu en moyenne 5 réactions par publications



ANNEXE 3 – LE CONSEIL D'ADMINISTRATION 2021-2022

Membres du conseil d'administration

- | | |
|---|-------------|
| ☐ Nicole Pelletier, ACVA-TCC du BSL, présidente | (2021-2022) |
| ☐ Carole Anglade, secrétaire-trésorière et orthophoniste | (2021-2023) |
| ☐ Isabelle Côté, Théâtre aphasique, vice-présidente | (2020-2022) |
| ☐ Guy Allard, APAM-CQ, administrateur | (2021-2023) |

Les membres du conseil d'administration d'Aphasie Québec – Le réseau se sont réunis à 5 reprises, par Zoom, au cours de l'année 2020-2021, soit :

- 5 mai 2021 ;
- 9 juin 2021 ;
- 24 septembre 2021 ;
- 30 novembre 2021 ;

L'arrivée d'une nouvelle travailleuse en janvier puis la préparation et le lancement de la campagne Mon deuxième premier mot – 4^e édition ont entraîné le report de la rencontre du CA prévu en février, au mois d'avril 2022.

ANNEXE 4 - ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ANNUELLE DES MEMBRES, TENUE VIRTUELLEMENT LE 9 JUIN 2021

13 personnes étaient présentes, issues de 11 membres :

APAS	Diane Durette
ACVA-TCC du BSL	Nicole Pelletier
ACTE	Jenny Boutin et Denis Gagnon
AQPA	Françoise Rollin et Diane Gagnon
Théâtre Aphasique	Isabelle Côté
APAG	Diane T. Charette
APAMCQ	Francine Ayotte
APARY	Carolle St-Onge
Artère	Joëlle Duchesne
TCC et ACV	France Leblanc
Membre individuel	Carole Anglade, présidente de l'assemblée
Secrétaire d'assemblée	Magali Léveillé
AQLR	Marie Claude Lemire, directrice générale

ANNEXE 5 - LES RESSOURCES HUMAINES

Bénévoles

Au cours de l'année 2021-2022, Aphasie Québec – le réseau a pu compter sur la contribution de bénévoles dans les activités suivantes :

- Assemblée Générale Annuelle : 9 juin 2021
- Conseil d'Administration : 4 rencontres Zoom et de nombreuses conversations téléphoniques
- Comité Ressources Humaines – comité d'embauche : 4 rencontres Zoom et de nombreuses conversations téléphoniques préparatoires
- Comité Vie Associative : 3 rencontres de 2h chacune en plus de la préparation de celles-ci.
- Nous avons pu compter sur les services et conseils Pro Bono de la firme Atrium avocats dans le suivi pour l'obtention du statut d'OBE auprès de l'Agence de Revenu Canada.
- Sans oublier la contribution bénévole de nos ambassadeurs-drices pour la préparation et la réalisation de : capsules vidéo, entrevues télé, radio, journaux.

Équipe de travail

- Augustine Eldad Bahoya, responsable de la vie associative et des communications, à compter du 10 janvier 2022
- Marie Claude Lemire, directrice générale

Contractuels

- Agence de presse Les Commères
- Yannick Roy, designer web (assistance dans le changement d'environnement de PC vers MAC)
- Darvida Conseil, finalisation de la Planification stratégique en avril 2021

Comptabilité

- Sylvain Morneau, cpa, Massie, Turcotte et Associés inc., firme comptable ;
- Diane Delarosbil, technicienne comptable.

ANNEXE 6 - PLAN STRATÉGIQUE 2018-2021

À l'hiver 2021, Aphasie Québec – Le réseau a mandaté Darvida Conseil pour être soutenu dans l'élaboration d'une démarche de planification stratégique, le plan stratégique 2018-2021 du regroupement venant à échéance au 31 mars 2021. Celle-ci visait à prendre des décisions éclairées concernant son positionnement, à se doter d'une perspective d'avenir mobilisatrice et à continuer d'améliorer sa réponse aux besoins de ses membres.

Soulignons que l'exercice était principalement centré sur la mise à jour des objectifs stratégiques à partir du plan précédent. Ainsi, il s'agissait, en fonction du bilan et des éléments nouveaux dans l'environnement, de décider si les objectifs devaient être poursuivis, retirés, ajustés ou si de nouveaux objectifs devaient s'ajouter.

Dans le cadre de cette démarche, le conseil d'administration et la direction générale d'Aphasie Québec – Le réseau se sont réunis avec les consultantes de Darvida Conseil lors de rencontres de réflexion et de travail, avec pour mandat de soutenir, d'alimenter et de valider les travaux. Plus précisément, les travaux ayant permis de cheminer vers l'élaboration de ce plan stratégique 2021-2024 pour Aphasie Québec – Le réseau ont été les suivants :

- La mise à jour du bilan du portrait de la situation du regroupement en termes de principales forces et faiblesses de l'organisme, ainsi que des principales opportunités et contraintes à son développement. Les enjeux auxquels Aphasie Québec – Le réseau est ou pourrait être confronté dans les prochaines années ont aussi été identifiés à cette étape.
- La réalisation d'un bilan de l'atteinte des objectifs qui ont été poursuivis par l'organisme durant la période 2018-2021.
- La réalisation en mai 2021 d'un sondage Web auprès des membres¹ visant à connaître leur appréciation quant à la pertinence et au degré de priorité de certains objectifs proposés par Aphasie Québec – Le réseau pour les trois prochaines années et qui concernent plus particulièrement les membres.

Ainsi, le présent plan stratégique 2021-2024 découle de l'analyse de l'ensemble des informations recueillies dans le cadre de ces travaux et des rencontres de réflexion et de travail du C.A. et de la direction générale.

En première partie, ce plan présente les orientations fondamentales d'Aphasie Québec – Le réseau, soit ses énoncés de mission, de vision et de valeurs. Suit, en deuxième partie, la stratégie générale de mise en œuvre du plan stratégique. Finalement, la troisième et dernière partie dévoile les orientations stratégiques et les objectifs pour la période couvrant les années 2021 à 2024.

1. ORIENTATIONS FONDAMENTALES

1.1 MISSION

Regrouper les associations et groupes de personnes aphasiques du Québec ainsi que représenter et participer à l'amélioration de la qualité de vie des personnes aphasiques à l'échelle nationale.

1.2 VISION

Être la référence au Québec en matière de sensibilisation et d'action auprès des organisations, de la communauté et de la recherche dans l'intérêt des personnes aphasiques.

1.3 VALEURS Le respect

Le respect traduit le sentiment de considération à l'égard d'autrui. En ce sens, Aphasie Québec – Le réseau entretient des relations harmonieuses, équitables et respectueuses avec chacun. Également, l'organisme adopte une approche inclusive en reconnaissant la mission, les rôles et les compétences de ses membres et ce, dans le respect des principes démocratiques.

L'empathie

L'empathie représente la capacité de comprendre l'autre, de percevoir ses sentiments et de le soutenir par solidarité et humanisme. En ce sens, Aphasie Québec – Le réseau valorise l'écoute, l'inclusion et l'intégration, l'ouverture et l'acceptation des particularités de chacun. L'organisme reconnaît les défis rencontrés par les personnes aphasiques et agit dans le souci des besoins de ces personnes et de leur dignité.

Le professionnalisme

Le professionnalisme se manifeste par la constance, l'exactitude, la rigueur et le souci du travail bien fait. En ce sens, Aphasie Québec – Le réseau s'investit pleinement afin d'assurer la qualité des actions qu'il entreprend et croit en l'importance d'atteindre les objectifs visés.

L'entraide

L'entraide se manifeste par le fait de se soutenir mutuellement, c'est-à-dire par la cohésion, la collaboration et le partage. Dans un esprit de solidarité, Aphasie Québec – Le réseau valorise la mise en commun des expertises et l'esprit d'équipe. L'organisme croit à la force du réseautage, à la concertation et au travail collaboratif visant à maximiser la créativité et l'efficacité tout en mobilisant les énergies au profit des personnes aphasiques.

L'engagement

L'engagement représente la participation active à une cause reflétant des convictions profondes. Aphasie Québec – Le réseau est fondé sur la générosité dans le partage des connaissances, des expertises et des idées. Par l'adhésion à sa mission et afin de donner un sens à son existence et à ses actions, l'organisme valorise l'implication et la mobilisation ayant pour but la qualité de vie des personnes aphasiques et le mieux-être collectif.

2. STRATÉGIE GÉNÉRALE

La stratégie générale de mise en œuvre de ce plan stratégique est fondée sur la continuité des efforts de **consolidation du fonctionnement et de mobilisation des membres** d'Aphasie Québec – Le réseau qui lui permettront, parallèlement, de poursuivre ses objectifs de **développement de la visibilité** et de la sensibilisation aux enjeux, besoins et réalités des personnes aphasiques.

Plus précisément, la stratégie générale d'Aphasie Québec – Le réseau pour la période 2021 à 2024 reposera sur les grandes priorités suivantes :

- Les **ressources** humaines et financières seront accrues et le **fonctionnement interne** du regroupement sera consolidé. Aphasie Québec – Le réseau déploiera donc ses efforts afin de disposer des ressources suffisantes à la réalisation de sa mission ainsi que d'assurer le succès de la mise en œuvre du plan stratégique et la pérennité de l'organisation. Il s'agira aussi d'assurer la planification et la transition vers la relève de la direction générale.
- La **gouvernance** sera renforcée dans le but de maintenir les assises du regroupement en termes de saine gestion, laissant place à une participation et à une implication active des administrateurs en concordance avec les rôles et responsabilités qui leur sont dévolus. Aussi, Aphasie Québec – Le réseau est appelé à poursuivre ses efforts en vue de faciliter le recrutement d'administrateurs au sein de son C.A.
- Aphasie Québec – Le réseau continuera de développer la **visibilité** et la **sensibilisation** aux enjeux, besoins et réalités des personnes aphasiques. Il s'assurera ainsi d'accentuer sa portée d'action et de représentation de leurs intérêts sur la scène provinciale.
- Enfin, la **vie associative** sera davantage développée dans le but de favoriser la **mobilisation** des membres. En effet, Aphasie Québec – Le réseau doit être en mesure de rallier davantage ses membres afin qu'il y ait une collaboration et un engagement collectif vers l'atteinte de la vision de l'organisme. Afin de susciter cette mobilisation, entre autres, le rôle d'Aphasie Québec – Le réseau sera davantage expliqué et promu, particulièrement auprès de ses membres.

3. ORIENTATIONS STRATÉGIQUES ET OBJECTIFS 2021-2024

Les orientations stratégiques et les objectifs qui suivent devraient guider Aphasie Québec – Le réseau au cours des trois prochaines années. Ainsi, les quatre orientations stratégiques retenues pour 2021-2024 sont les suivantes :

Orientation 1 : L'accroissement des ressources et la consolidation du fonctionnement interne

Orientation 2 : Le renforcement de la gouvernance

Orientation 3 : L'accroissement de la visibilité et de la sensibilisation aux enjeux, besoins et réalités des personnes aphasiques

Orientation 4 : Le développement de la vitalité associative et de la mobilisation

Les voici présentées ci-après avec leurs objectifs et échéanciers respectifs. Les cases cochées dans les colonnes de droite du plan stratégique correspondent aux années de mise en œuvre des objectifs. Les **X** en plus gros caractères correspondent à des années où un effort particulier sera déployé pour la poursuite d'un objectif spécifique, même si ce dernier se réalise sur plusieurs années.

Il est à noter que les années de réalisation du plan stratégique débuteront le 1^{er} avril pour se terminer le 31 mars de l'année suivante.

ORIENTATION 1 : L'ACCROISSEMENT DES RESSOURCES ET LA CONSOLIDATION DU FONCTIONNEMENT INTERNE

OBJECTIFS	AN 1 2021-2022	AN 2 2022-2023	AN 3 2023-2024
1.1 Diversifier et augmenter le financement global	x	x	x
1.2 Planifier la relève au poste de direction générale, incluant le transfert d'expertise	x	x	X
1.3 Accroître les ressources humaines (salariées et bénévoles)	X		X
1.4 Favoriser la rétention des employés	x	x	x

ORIENTATION 2 : LE RENFORCEMENT DE LA GOUVERNANCE

OBJECTIFS	AN 1 2021-2022	AN 2 2022-2023	AN 3 2023-2024
2.1 Poursuivre la révision des règlements généraux		x	
2.2 Favoriser le recrutement et l'intégration des administrateurs	x	x	x
2.3 S'assurer du suivi du plan stratégique et des plans d'action annuels, ainsi que de l'évaluation des actions d'Aphasie Québec– Le réseau dans une optique d'amélioration continue	x	x	X

ORIENTATION 3 : L'ACCROISSEMENT DE LA VISIBILITÉ ET DE LA SENSIBILISATION AUX ENJEUX, BESOINS ET RÉALITÉS DES PERSONNES APHASIQUES

OBJECTIFS	AN 1 2021-2022	AN 2 2022-2023	AN 3 2023-2024
3.1 Réviser la formule de la campagne « Mon deuxième premier mot » et amorcer la transition vers la nouvelle formule	x	X	x
3.2 Promouvoir les initiatives des membres, des collaborateurs et des partenaires et qui soutiennent la sensibilisation aux enjeux, besoins et réalités des personnes aphasiques (incluant lors de la <i>Semaine québécoise de sensibilisation à l'aphasie</i>)	x	x	x
3.3 Représenter les intérêts des personnes aphasiques lors d'enjeux nationaux (conjointement ou par l'intermédiaire de membres ambassadeurs)	x	x	x

OBJECTIFS	AN 1 2021-2022	AN 2 2022-2023	AN 3 2023-2024
3.4 Maintenir ou consolider les liens avec le milieu de la recherche, communautaire, corporatif et gouvernemental	x	x	x
3.5 Favoriser la référence, le partage d'information et la formation concernant les enjeux, les besoins et les réalités des personnes aphasiques (incluant la Carte aphasie)	x	x	x

ORIENTATION 4 : LE DÉVELOPPEMENT DE LA VITALITÉ ASSOCIATIVE ET DE LA MOBILISATION

OBJECTIFS	AN 1 2021-2022	AN 2 2022-2023	AN 3 2023-2024
4.1 Consolider les liens entre Aphasie Québec – Le réseau et ses membres (faire connaître davantage son rôle, valoriser les bénéfices liés au membership, mieux connaître les besoins des membres et des personnes aphasiques, etc.)	X	x	x
4.2 Favoriser le réseautage entre les membres	x	x	x
4.3 Favoriser la participation et l'implication des membres	X	x	x

CONCLUSION

Ce plan stratégique 2021-2024 devrait permettre à Aphasie Québec – Le réseau de mieux planifier l'ensemble de ses actions. En effet, les orientations et objectifs présentés dans ce plan devraient servir à la fois de cibles et de balises quant aux efforts et aux ressources à investir par le regroupement au cours des prochaines années. Il facilitera également l'élaboration des plans d'action annuels à mettre en œuvre afin de favoriser l'atteinte des objectifs du plan stratégique au fil des trois prochaines années et ce, de façon harmonieuse et respectueuse de la capacité globale de l'organisme.

Rappelons enfin que, pour se réaliser pleinement, le plan stratégique devra mobiliser l'ensemble des membres du conseil d'administration et de l'équipe de travail d'Aphasie Québec – Le réseau, et devra susciter l'implication et la participation des membres.