



**211 Ottawa  
Démêlez les défis de la vie**

**1<sup>ère</sup> année de service  
Rapport final**

**Produit en octobre 2009  
par le Centre d'information communautaire d'Ottawa**

211 Partners/partenaires:



Citizenship and  
Immigration Canada  
Citoyenneté et  
Immigration Canada

Canada



## Information de base sur le service 211 Ottawa

---

### En quoi consiste le service 211 ?

Le service 211 est un service d'information ayant recours à un numéro de téléphone, composé de trois chiffres (2-1-1), facile à retenir, qui, dans des situations non urgentes, permet aux appelants d'accéder à une vaste gamme de renseignements sur les services communautaires, sociaux, gouvernementaux et de santé disponibles à Ottawa. Des personnes bilingues, spécialisées et certifiées en services d'information et d'aiguillage répondent aux appels adressés au 211, du lundi au vendredi, de 7h à 21h, le samedi et le dimanche, de 8h à 9h. Le service 211 est gratuit, confidentiel et multilingue (150 langues). On peut aussi accéder à l'information en ligne à **[www.211ontario.ca](http://www.211ontario.ca)**.

### Les avantages du service 211

Les communautés desservies par le service 211 en Amérique du Nord ont découvert que ce service apportait de grands bienfaits à leurs citoyens. À titre d'exemple, « Findhelp information Services », le fournisseur du service 211 à Toronto, a accueilli plus de 400 000 appels en 2008. Une étude d'impact faite après une première année d'opération complète du service 211 à Toronto révèle que le service 211 permet aux gens de bénéficier d'un service nettement amélioré les aidant dans leur recherche de services communautaires, publics ou de santé. Par exemple, l'étude a trouvé que :

- La population a un accès plus rapide et plus efficace aux services communautaires.
- Les membres du personnel des organismes publics et communautaires peuvent diriger leurs clients vers le service 211, en sachant qu'ils recevront des renseignements justes et fiables.
- Les gens passent moins de temps, sont moins frustrés et moins portés à se décourager dans leur recherche et leur accès aux services d'aide dont ils ont besoin.
- Les gens, tout particulièrement les immigrants, qui sont plus à l'aise à communiquer dans leur propre langue peuvent recourir au service multilingue offert par le service 211.

L'étude a aussi trouvé que le service 211 encourage les gens à se prendre en main et à s'entraider. Ils reçoivent des renseignements adaptés à leurs besoins personnels de telle sorte qu'ils sont plus à même d'établir des priorités et d'adopter un plan d'action approprié.

En plus d'améliorer l'accessibilité et la prestation des services aux particuliers dans la communauté, le service 211 fournit d'importants avantages aux gouvernements et fournisseurs de services. Par exemple :

- En tant qu'accès primaire, le service 211 peut réduire les coûts d'opération d'un service d'appel sans frais 1-800 pour les gouvernements;
- Le service 211 peut aussi aider les gouvernements et autres organismes participants à faire des économies au niveau de la publicité requise pour informer les citoyens sur l'accès à leurs programmes et services;

- Le service 211 peut contribuer à réduire de façon significative le temps actuellement consacré par les fonctionnaires et le personnel d'agences subventionnées à répondre à des appels mal dirigés ou inappropriés.
- Le service 211 peut contribuer à éliminer le double emploi dans la collecte des données et améliorer la gestion des données en faisant en sorte qu'il soit moins nécessaire pour plusieurs agences de faire la cueillette de données et de maintenir des bases de données de leurs programmes et services.

### **En quoi le service 211 se distingue des services 311, 411 et 911 ?**

- 211 – Un service d'information et d'aiguillage qui établit le lien entre les gens et la gamme complète des programmes et services communautaires, sociaux, gouvernementaux et de santé.
- 311 – Ligne d'accès au service à la clientèle pour les services municipaux de la Ville d'Ottawa, tels que les services routiers, la collecte des déchets et les services de logement.
- 411 – Répertoire des inscriptions téléphoniques.
- 911 – Numéro d'urgence pour services médicaux, d'incendie ou de police.

### **Historique du service 211 Ottawa**

Le tout premier service 211 a vu le jour à Atlanta en 1997. Depuis, le concept 211 s'est répandu à travers l'Amérique du Nord et de nouveaux centres de service 211 ne cessent d'être ouverts partout sur le continent. Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) a accordé, en 2001, une licence d'utilisation du numéro réservé 211 à un groupe chapeauté par Centraide Canada. Au Canada, le premier service 211 a été mis sur pied à Toronto en 2002. Depuis, des services semblables ont vu le jour à travers le pays et on en trouve dans la plupart des principales villes canadiennes. Régis par les règles fixées par le CRTC, les services 211, ainsi que leurs marques de commerce, sont soumis au contrôle et à l'agrément par Centraide Canada.

Les premières discussions sur la possibilité d'offrir le service 211 à Ottawa ont débuté il y a plus de 5 ans, avec des consultations générales auprès de la communauté, une étude de faisabilité, et une analyse des possibilités organisationnelles. En 2005, une importante planification commerciale et technique a été réalisée; en 2006, les organismes chapeautés par Centraide à travers l'Ontario se sont regroupés ensemble afin de demander d'une seule voix que le gouvernement de l'Ontario « rende le service 211 accessible à tous les résidents de l'Ontario ». Le gouvernement de l'Ontario a réagi en accordant une subvention de 3 millions \$ étalée sur trois ans pour assurer l'expansion et le développement du service [www.211Ontario.ca](http://www.211Ontario.ca), un site Internet bilingue offrant un répertoire d'environ 60 000 services à la personne disponibles en Ontario. Il a aussi affecté un montant de 1,4 million \$ pour concevoir un modèle de prestation de services au niveau provincial et faire l'achat de l'équipement nécessaire pour ouvrir des centres d'appel régionaux. Un montant de 242 000 \$ a été mis de côté pour le démarrage du service 211 Ottawa, à la condition que les promoteurs locaux du service 211 puissent garantir le financement d'au moins une année d'exploitation du service. Les plans provinciaux

prévoient que le centre d'appel d'Ottawa en viendrait éventuellement à desservir la majeure partie de l'Est ontarien et qu'il serait aussi le foyer des services en français à travers la province grâce à un réseau consolidé de centres d'appel offrant des services bilingues à travers la province.

Selon le plan initial pour la livraison du service 211 Ottawa, c'est le "Distress Centre of Ottawa and Region (DCOR)" qui assumerait le rôle principal dans la planification et la prestation du nouveau service. Le Centre d'information communautaire d'Ottawa (CICO), un organisme sans but lucratif établi depuis longtemps à Ottawa, devait gérer une base de données sur les organismes communautaires et fournir des renseignements au site Internet provincial. Dans le cadre de cette structure, le DCOR a procédé à la location de bureaux et à l'achat d'équipements nécessaires pour le centre d'appel. Le service 211 a été mis en opération en tant que projet-pilote en février 2008 en ayant recours, par entente, à des membres du personnel du CICO qualifiés en information et aiguillage.

En mars 2008, le conseil d'administration du DCOR a décidé de se retirer du projet de service 211. Avec l'assurance du soutien de United Way/Centraide Ottawa, le CICO a accepté d'assumer le rôle principal dans l'exploitation du service 211 Ottawa et a emménagé dans les nouveaux bureaux du centre d'appel en mai 2008. Le projet-pilote du service 211 a été progressivement étendu pour assurer un service complet à l'ensemble de la population de la Ville d'Ottawa, avec une augmentation des heures d'opération – de 35 heures par semaine au début à 50 heures par semaine par la suite et finalement 70 heures par semaine à partir de septembre 2008. Le lancement officiel du service a eu lieu en présence des médias le 19 septembre 2008.

### **Le volume des appels au cours de la période de pré lancement :**

Entre le 11 février 2008 et le 19 septembre 2008, nous avons reçu un total de **2034** appels.

### **Le service 211 Ottawa 2008 à 2009**

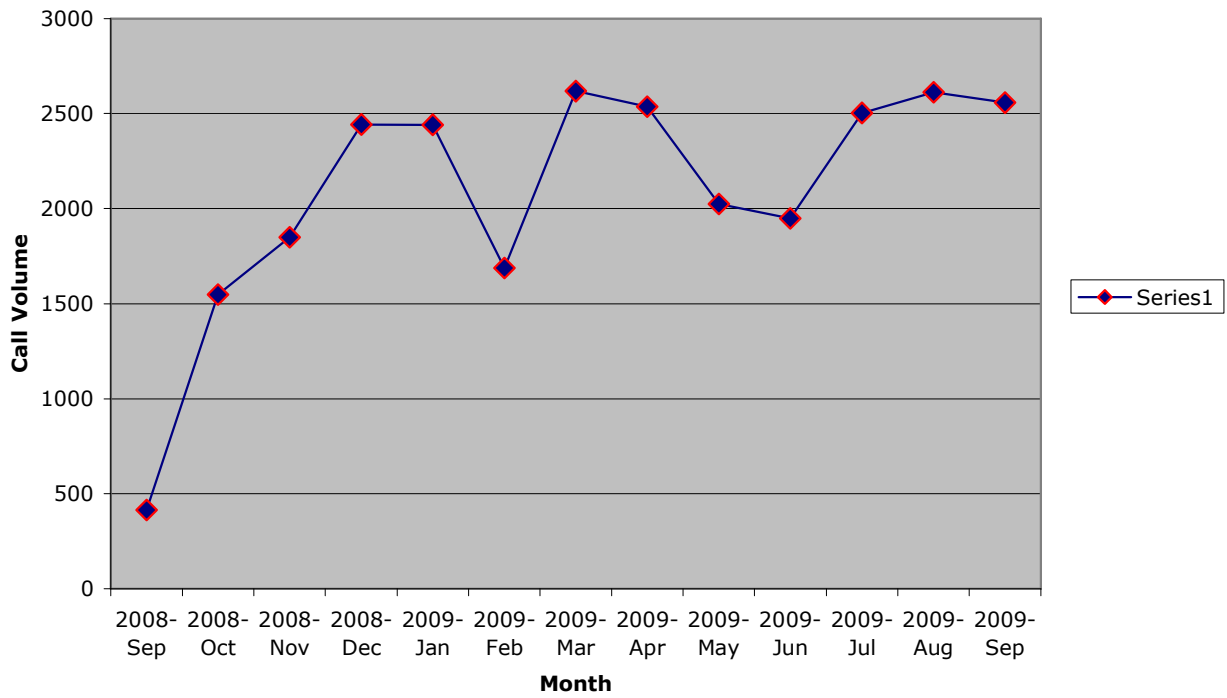
---

#### **Call Volume**

Depuis le lancement officiel, nous avons reçu un total de **20,783** appels.

Le tableau ci-dessous montre l'augmentation progressive du nombre d'appels depuis le lancement officiel.

### 211 Ottawa 1ère Année



## Caractéristiques sociodémographiques des appelants

<b>Sexe des appelants (sondage auprès des appelants)</b>	<b>sept. – déc. 2008</b>	<b>janv. – mars 2009</b>	<b>avr. – juin 2009</b>	<b>juil. – sept. 2009</b>	<b>moyenne annuelle</b>
Homme	25%	31.5%	32%	30%	29.6%
Femme	71.5%	68%	67.6%	68%	68.8%
Inconnu	3.5%	0.5%	0.4%	2%	1.6%

<b>Âge des appelants (sondage auprès des appelants)</b>	<b>sept. – déc. 2008</b>	<b>janv. – mars 2009</b>	<b>avr. – juin 2009</b>	<b>juil. – sept. 2009</b>	<b>moyenne annuelle</b>
Enfant (moins de 14 ans)	0.1%	0.2%	0.17%	0.3%	0.2%
Adolescent (15 ans à 24 ans)	4.2%	4.8%	7.44%	8%	6.1%
Jeune adulte (25 ans à 45 ans)	64.3%	50%	45.8%	50%	52.5%
Adulte (46 ans à 64 ans)	27.5%	35%	39.3%	34.7%	34.1%
Aîné (65 ans et plus)	3.9%	10%	7.29%	7%	7.1%

<b>Langue des appelants (sondage auprès des appelants)</b>	<b>sept. – déc. 2008</b>	<b>janv. – mars 2009</b>	<b>avr. – juin 2009</b>	<b>juil. – sept. 2009</b>	<b>moyenne annuelle</b>
Anglais	88%	85%	85%	85.1%	85.8%
Français	11.4%	14%	14%	14.6%	13.5%
Tout autre langue que l'anglais ou le français	0.7%	1%	1%	0.3%	0.7%

<b>Nouveau ou nouvelle arrivant au Canada (sondage auprès des appelants)</b>	<b>sept. – déc. 2008</b>	<b>janv. – mars 2009</b>	<b>avr. – juin 2009</b>	<b>juil. – sept. 2009</b>	<b>moyenne annuelle</b>
Oui	-	11.43%	11.3%	7%	10%
Non	-	78%	82%	84%	81%
Inconnu	-	10.57%	6.7%	9%	9%

Lieu de l'appelant	sept. – déc. 2008	janv. – mars 2009	avr. – juin 2009	juil. – sept. 2009	moyenne annuelle
K1V	-	-	6.8%	4.63%	5.70%
K1N	-	-	7%	6.1%	6.55%
K1R	-	-	4 %	2.56%	3.28%
K2B	-	-	4.14%	3.6%	3.87%
K2P	-	-	3.51%	2.2%	2.86%
K1L	-	-	3.64%	3.39%	3.52%
K1K	-	-	3.9%	4%	3.95%
K1Y	-	-	2.9%	2.73%	2.82%
K1J	-	-	2.76%	1.14%	1.95%
K1C	-	-	3.51%	2.98%	3.25%
K1B	-	-	2.76%	1.33%	2.04%
K2H	-	-	2.5%	1.74%	2.12%
K1Z	-	-	2.64%	2.56%	2.60%
K1G	-	-	2.76%	2.86%	2.81%
K1H	-	-	2.4%	1.9%	2.15%
K1S	-	-	2.14%	1.2%	1.67%
K2G	-	-	2.14%	2.56%	2.35%
K2C	-	-	1.9%	1.8%	1.85%
K1T	-	-	1.6%	2.1%	1.85%
K0A	-	-	1.51%	1.3%	1.40%
K2E	-	-	1.3%	1.2%	1.25%
K4A	-	-	1%	1.5%	1.25%
K2A	-	-	0.9%	1.7%	1.30%
K2J	-	-	0.9%	1.3%	1.10%
K2L	-	-	0.9%	0.83%	0.87%
K1E	-	-	1.1%	0.7%	0.90%
K2M	-	-	0.7%	0.33%	0.52%
K2W	-	-	0.5%	0.21%	0.36%
K1M	-	-	0.5%	0.54%	0.52%
K1A	-	-	0.6%	0.62%	0.60%
K1P	-	-	0.4%	0.5%	0.45%
K1W	-	-	0.25%	0.12%	0.19%
K0B	-	-	0.12%	0%	0.06%
K2K	-	-	0.4%	0.6%	0.50%
K2N	-	-	0.12%	0%	0.06%
K2R	-	-	0.12%	0.17%	0.15%
K2V	-	-	0.12%	0.1%	0.11%
K2D	-	-	0.12%	0%	0.06%
K4M	-	-	0.12%	0.17%	0.15%
K4C	-	-	0.12%	0.04%	0.08%
K4P	-	-	0.12%	0.1%	0.11%
K6H	-	-	0.12%	0%	0.06%
K7S	-	-	0.12%	0%	0.06%
K0E	-	-	0.12%	0%	0.06%
K2S	-	-	-	0.62%	0.30%
K2T	-	-	-	0.25%	0.13%
K4B	-	-	-	0.12%	0.06%
K7C	-	-	-	0.1%	0.05%
Autre – Ontario	-	-	0.6%	2%	1.30%
Autre – Canada	-	-	2%	1.5%	1.75%
Autre – International	-	-	0.5%	0.3%	0.40%
Autre – situation de crise	-	-	4%	2.1%	3.05%
Autre – pas fourni	-	-	17.5%	29.6%	23.60%

<b>Provenance des appels (sondage auprès des appelants)</b>	<b>sept. – déc. 2008</b>	<b>janv. – mars 2009</b>	<b>avr. – juin 2009</b>	<b>juil. – sept. 2009</b>	<b>moyenne annuelle</b>
Ottawa Centre	85%	76%	78.6%	74%	78.4%
Gloucester	1.6%	2.6%	3.2%	3%	2.6%
Blackburn Hamlet	0.2%	0.1%	0.1%	0.1%	0.13%
Bells Corners	0.04%	0.12%	0%	0.04%	0.05%
Vanier	2.8%	4.2%	3.11%	3.2%	3.32%
South Keys	0.2%	1.5%	0%	0%	0.42%
Carleton	0.3%	0.15%	0.03%	0.1%	0.15%
Kanata	1.5%	2.25%	1.8%	1.73%	1.82%
Navan	0.1%	0.1%	0.03%	0.1%	0.08%
Nepean	3.1%	6.2%	6%	7%	5.6%
Orléans	1%	1.7%	2.4%	3.03%	2%
Osgoode	0.09%	0.15%	0.7%	0.1%	0.3%
Richmond	0.3%	0.6%	0.03%	0.5%	0.35%
Rideau	0.5%	0.6%	0.1%	1.4%	0.65%
Rockliffe Park	0.04%	0.2%	0.03%	0.1%	0.09%
Stittsville	0.2%	0.4%	0.1%	0.4%	0.27%
Barhaven	0.6%	0.6%	0.5%	0.6%	0.57%
Manotick	0.04%	0.12%	0.1%	1.2%	0.36%
Sandy Hill	0.2%	0.3%	0.3%	0%	0.2%
Autre – Ontario	1.3%	1.4%	1.7%	2.2%	1.65%
Autre – Québec	0.7%	0.5%	1%	0.9%	0.78%
Autre – Canada	0.09%	0.06%	0.07%	0.1%	0.08%
Autre - International	0.1%	0.15%	0.1%	0.2%	0.14%

<b>Comment l'appelant a pris connaissance du service 211?</b>	<b>sept. – déc. 2008</b>	<b>janv. – mars 2009</b>	<b>avr. – juin 2009</b>	<b>juil. – sept. 2009</b>	<b>moyenne annuelle</b>
Le bouche à oreille	46.5%	61%	46%	39.1 %	48.2%
Media	4.5%	7.02%	16.3%	13.6 %	10.4%
Carte d'affaires 211/ Aimantin / Affiche / Brochure	2.6%	1.33%	1.6%	4.1%	2.4%
Recommandation d'un professionnel	5.1%	2.43%	4.2%	5.6%	4.3%
Service communautaire ou agence	28%	9.06%	16.2%	14.3 %	17%
Gouvernement	0.7%	0.08%	0.3%	0.3%	0.3%
311	5.4%	18.28%	4.1%	2.5%	7.6%
411	0.6%	0%	0.3%	0.1%	0.25%
Déjà appeler	-	-	9.2%	17%	6.55%
Autre	6.6%	0.8%	1.8%	3.4%	3%



<b>Réponse à l'appel</b>	<b>sept. – déc. 2008</b>	<b>janv. – mars 2009</b>	<b>avr. – juin 2009</b>	<b>juil. – sept. 2009</b>	<b>moyen ne annuell e</b>
Dépendance	0.3%	0.35%	0.63%	0.9%	0.55%
Besoins essentielle (nourriture, abri, vêtements)	4.4%	3.27%	2.65%	3.1%	3.35%
Services pour les enfants	0.7%	0.7%	1.42%	1.4%	1.05%
L'information sur 211 ou CICO	14.2%	1.10%	3.8%	2.1%	5.3%
Services communautaires (général)	6.5%	15%	15%	18.2%	13.7%
Consommateur/commercial	1.8%	2.4%	3.8%	3.2%	2.8%
Counselling	2%	3.25%	3%	4%	3.1%
Crise	0.9%	1.1%	1.3%	0.9%	1.05%
Éducation	1.97	1.5%	2%	3.1%	2%
Emploi	0.9%	1.2%	1.5%	1.5%	1.27%
Environnement	0.2%	0.1%	0.7%	0.6%	0.4%
Aide financière - RPC ou AE	0.4%	0.4%	0.7%	0.6%	0.53%
Aide financière - POSPH	0.65%	1.06%	1%	0.8%	0.88%
Aide financière - Ontario au travail	1%	1.16%	0.8%	1.2%	1.04%
Aide financière - autre	2.9%	4.1%	2.7%	3.7%	3.35%
Gouvernement	5.6%	7.5%	19%	19.5%	12.9%
Santé - générale	6%	5.6%	7.4%	8.2%	6.8%
Soutiens à domicile	1.7%	1%	1.3%	1.4%	1.35%
Hébergement - générale	4.1%	3.1%	3%	3.8%	3.5%
Immigration/établissement/citoyenneté	1.8%	1.78%	2.7%	2%	2.07%
Légal	1.9%	2%	3.2%	3.7%	2.7%
Santé - Santé mentale	1.8%	1%	1.6%	1.6%	1.5%
Récréation/Loisirs	1.3%	2%	2.5%	3.2%	2.25%
Transport	1.9%	20%	2.8%	2.8%	6.88%
Violence/abus	0.4%	0.4%	0.3%	0.4%	0.38%
Bénévoles et dons	2.7%	2.2%	1.8%	1.9%	2.2%
Soutien saisonnier	32.4%	17%	9.7%	1.4%	15%
Services pour les aînés	-	-	1.9%	2.3%	1%
Services pour les jeunes	-	-	0.5%	1%	0.4%
Ressources pour personnes ayant un handicap	-	-	1.3%	1.5%	0.7%

<b>Information vs Information et aiguillage</b>	<b>sept. – déc. 2008</b>	<b>janv. – mars 2009</b>	<b>avr. – juin 2009</b>	<b>juil. – sept. 2009</b>	<b>moyenne annuelle</b>
Information	25.2%	30%	20%	18.3%	23.4%
Information and Referral	74.8%	70%	80%	81.7%	76.6%

<b>Représentation et Atteinte à la sécurité</b>	<b>sept. – déc. 2008</b>	<b>janv. – -mars 2009</b>	<b>avr. – juin 2009</b>	<b>juil. – sept. 2009</b>	<b>moyenne annuelle</b>
Représentation (défense des droits)	0.3%	1%	3.4%	1.4%	1.52%
Atteinte à la sécurité (situation de risque)	0.6%	0.25%	0%	0.07%	0.23%

- **Heures de pointe et appels après les heures normales de service**

Ci-après vous trouverez la liste des périodes les plus achalandées dans la journée établie en fonction des appels reçus par notre système de répartition automatique des appels ("ACD") depuis le lancement de nos opérations en septembre 2008 jusqu'à la fin de notre première année d'activités en septembre 2009. Dès octobre 2008, nous avons pu constater une tendance à l'augmentation des appels reçus par notre système de répartition automatique des appels ("ACD") après les heures normales de service qui, durant cette période, s'étaient de 8h à 18h. En août 2009, ces heures normales de service ont été prolongées de 7h à 21h, du lundi au vendredi et de 8h à 18h, le samedi et le dimanche. En septembre 2009, à la fin de notre première année d'activités, nous avons reçu plus de 10 000 appels après les heures normales de service. Depuis que nous avons prolongé nos heures de service en août 2009, nous continuons à recevoir à chaque mois plus de 500 appels après les heures normales de service.

- Septembre 2008 : 11h30 – 12h30
- Octobre 2008 : 11h00 – 12h00
- Novembre 2008 : 11h30 – 12h30
- Décembre 2008 : 11h00 – 12h00
- Janvier 2009 : 14h00 – 15h00
- Février 2009 : 9h00 – 10h30
- Mars 2009 : 9h00 – 10h00
- Avril 2009 : 11h00 – 12h00
- Mai 2009 : 10h00 – 11h00
- Juin 2009 : 11h00 – 12h00
- Juillet 2009 : 10h00 – 11h00
- Août 2009 : 11h00 – 12h00
- Septembre 2009 : 10h00 – 11h00

Date	Appels 211	Appels fantômes	TOTAL	Délai moyen avant annulation	Taux de réponse	Objectif	Délai moyen de réponse	Objectif	Temps moyen ACD	Objectif	Temps moyen d'attente
<b>Totaux pour sept. 2008 – sept. 2009</b>	<b>20,783</b>	<b>6,403</b>	<b>27,168</b>	<b>:11</b>	<b>88.3%</b>	<b>85%</b>	<b>:07</b>	<b>:45</b>	<b>2:15</b>	<b>2:30</b>	<b>1:06</b>
Septembre	415	---	415	:16	85%	85%	:06	:45	2:01	2:30	1:01
Octobre	1076	473	1549	:05	88.8%	85%	:04	:45	1:51	2:30	1:05
Novembre	1358	491	1849	:12	87%	85%	:08	:45	1:57	2:30	:59
Décembre	1939	504	2443	:19	88%	85%	:10	:45	2:14	2:30	1:12
Janvier	2166	276	2442	:24	89%	85%	:14	:45	2:57	2:30	1:30
Février	1361	327	1688	:09	87.6%	85%	:07	:45	2:17	2:30	1:04
Mars	2121	497	2618	:13	89.6%	85%	:08	:45	2:42	2:30	1:05
Avril	1948	589	2537	:12	90.32%	85%	:06	:45	2:33	2:30	1:04
Mai	1504	521	2025	:08	90.29%	85%	:05	:45	2:29	2:30	1:01
Juin	1527	421	1948	:06	90.88%	85%	:05	:45	2:33	2:30	1:06
Juillet	1689	815	2504	:04	88.39%	85%	:05	:45	1:51	2:30	1:02
Août	1782	829	2611	:07	85.61%	85%	:06	:45	1:51	2:30	1:07
Septembre	1897	660	2557	:14	87.54%	85%	:06	:45	2:01	2:30	1:12

\*\*\*Les appels fantômes sont des pulses électromagnétiques qui sont ordinairement reçus sur une ligne à trois chiffres. Nous comptons ces appels car nous devons y répondre même si il n'y a pas d'appelants à l'autre bout de la ligne

## **Les principales activités de septembre 2008 à décembre 2008**

### **Activités principales :**

#### ***Sensibilisation du grand public***

Nous avons poursuivi cet objectif sans relâche en privilégiant trois moyens de communication.

#### ***Distribution d'articles de promotion avec lettres de présentation :***

Nous avons distribué des trousseaux, contenant des dépliants, affiches, cartes d'affaires et aimantins, à plus de 340 organismes qui desservent diverses clientèles et qui peuvent remettre ces produits de sensibilisation à leurs clients. Ces articles de promotion sont en demande auprès de ceux qui désirent diriger leurs clients vers le service 211. Ils se sont avérés très conviviaux et efficaces à faire connaître la raison d'être et le message du service 211.

#### ***Démarches auprès d'organismes communautaires et de coalitions en vue de forger des partenariats :***

Au cours du premier trimestre de prestation du service 211, nous avons fait des présentations sur le service 211 devant 21 organismes communautaires et coalitions. De plus, 17 organismes communautaires ont rendu visite à nos bureaux afin d'informer les membres de notre personnel sur les services qu'ils offrent et afin de se rendre compte comment le service 211 peut leur être utile pour venir en aide à leurs clients. Nous avons aussi expédié des lettres à de nombreuses coalitions existantes, à des organismes desservant les nouveaux arrivants et les immigrants, ainsi qu'à des organismes desservant les autochtones à Ottawa afin de les informer sur le service 211 et afin d'établir des liens avec ces groupes. Au second trimestre, nous espérons toujours pouvoir établir des liens avec ceux qui n'ont pas encore répondu à nos premières démarches d'information. Nous avons aussi établi des normes régissant le service d'appel avec le 911, 311 et Services d'emploi et aide financière de la Ville d'Ottawa; nous sommes présentement en train de finaliser les normes régissant le service d'appel avec Santé publique Ottawa et Bénévoles Ottawa.

Les programmes Montagne de jouets ("Toy Mountain") et Le Partage de Noël ("The Christmas Exchange") de l'Armée du Salut se sont regroupés ensemble en 2008. Ils ont dirigé toutes les demandes qui leur étaient adressées vers le service 211 qui est devenu, par le fait même, le centre de communication permettant de retracer le centre d'inscription approprié pour l'obtention de jouets et de coupons de Noël. Ils ont même fait état de notre engagement dans des messages publicitaires à la télévision et dans les journaux. La Banque d'alimentation d'Ottawa a aussi décidé de partager son outil d'aiguillage avec nous, ce qui nous permet de donner suite à plus d'appels concernant des demandes alimentaires et incite le public à faire davantage appel à nos services. En conséquence, notre crédibilité augmente et la promotion de notre service est aussi améliorée.

À la fin du premier trimestre de service, le réseau de transport en commun à Ottawa a été affecté par une grève. Cet événement a eu un sérieux impact sur les

personnes vulnérables et les agences qui leur fournissent des services à Ottawa. Le service 211, en partenariat avec Bénévoles Ottawa et United Way/Centraide, ont lancé un appel urgent pour recruter des chauffeurs bénévoles. Nous avons mis sur pied un système de gestion courante de la liste des bénévoles et organismes requérant des bénévoles en faisant appel à la base de données de gestion des bénévoles de Bénévoles Ottawa et à la disponibilité du service 211; nous poursuivons le travail de gestion des appels à ce sujet.

### ***Interviews et mises à jour du site Internet :***

Nous avons procédé à la mise à jour de notre site Internet afin de lui donner une allure plus moderne et de faire valoir davantage le service 211. Nous avons aussi inclus le logo 211 dans notre Bulletin d'information communautaire. Le nouveau site Internet a été lancé en janvier 2009.

Nous avons été présents à la télévision et dans quelques articles journalistiques; nous avons aussi fourni de l'information aux journaux locaux et à des postes de radio estudiantins afin d'assurer la promotion du service 211.

## **Les principales activités de janvier 2009 à mars 2009**

### **Communications, relations communautaires et sensibilisation du grand public**

Toutes les activités de communication du service 211 se feront en accord avec le plan stratégique de communication 2009-2010. Une agente de communication et de liaison a été embauchée; avec pour mandat d'accroître la notoriété du service 211 auprès des organismes communautaires et du grand public.

### **Présentations communautaires du service 211**

Les présentations communautaires contribuent grandement à augmenter la notoriété du service 211. Ces présentations nous permettent de joindre un grand nombre de personnes et de leur fournir directement des réponses pertinentes aux questions qu'elles se posent concernant le service 211. Ces présentations nous fournissent aussi des occasions de créer des partenariats avec des professionnels participants et d'aborder leurs préoccupations d'une manière constructive.

Du mois de janvier au mois de mars 2009, l'équipe 211 a fait 18 présentations devant des professionnels et des membres de la communauté. Selon notre évaluation, près de 1 000 personnes ont assisté à ces présentations du service 211 au cours du premier trimestre. Neuf des présentations ont été faites auprès de classes d'anglais comme langue seconde (ESL). Il s'agit là d'une population vulnérable qu'il importe de joindre rapidement car plusieurs nouveaux arrivants et immigrants en situation d'apprentissage d'une nouvelle langue ignorent souvent tout l'éventail des services qui leur sont disponibles. Par ailleurs, ils se butent souvent à des obstacles d'ordre linguistique quand ils font appel à des services; par conséquent, il est très important qu'ils sachent que le service 211 est multilingue. Le service 211 a exploité un kiosque lors de 3 foires communautaires ou organisées par des agences et a aussi présenté le service 211 lors d'un déjeuner dans le cadre du

sommet sur la santé communautaire de l'AAF, le 25 février dernier. Le service 211 a aussi été représenté lors de l'activité de financement du "Stroke Survivors Walk and Roll", tenue au centre commercial Lincoln Fields, le 28 mars dernier. Nous y étions invités pour faire une présentation sur le service 211 pour les participants et les clients du centre commercial. On nous avait aussi aménagé un kiosque où nous pouvions distribuer nos articles de promotion et échanger avec le grand public sur le service 211. Enfin, des représentants du Programme ontarien de soutien aux personnes handicapées (POSPH) et du programme Katimavik ont rendu visite à nos bureaux pour nous présenter leurs programmes et services et se renseigner sur la façon dont le service 211 pouvait aider leurs clients.

### **La publicité et les médias**

Des messages publicitaires ont été publiés, tant en imprimé qu'en ligne, par trois journaux d'Ottawa et de la région.

Des annonces publicitaires du service 211 créées pour affichage-autobus seront placardées sur 500 autobus du réseau de transport en commun (OC Transpo) du mois de janvier au mois de juillet 2009 inclusivement.

Deux communiqués de presse ont été acheminés aux médias afin d'accroître la sensibilisation au service 211. Notre premier communiqué de presse qui présentait les faits saillants de notre premier trimestre d'opération a été diffusé par le "Ottawa Sun" et plusieurs stations radio. Le deuxième communiqué portait sur les cliniques d'impôts gratuits et invitait les particuliers à communiquer avec le service 211 pour connaître le service le plus rapproché et les périodes d'ouverture.

Nous avons commencé à produire des annonces publicitaires pour la radio afin de signaler l'existence du service 211 et d'indiquer comment le grand public peut utiliser ce service. Les annonces radiophoniques ont commencé à être diffusées au cours du troisième trimestre, autour du 20 avril. Les annonces radiophoniques se sont avérées une façon très efficace pour assurer la sensibilisation du grand public, et ce, pour le plus grand profit de nombreux organismes sans but lucratif.

### **Démarches auprès d'organismes communautaires et de coalitions en vue de forger des partenariats :**

Un partenariat a été établi avec le Service de police d'Ottawa pour la coordination de la diffusion de l'information sur le service 211 auprès des agents qui pourront par la suite transmettre cette information aux citoyens et citoyennes. Un total de 2 000 dépliants sera distribué aux agents de la police d'Ottawa avec leurs talons de chèque de paie. Chacun des agents recevra aussi des cartes de présentation du service 211 qu'ils pourront distribuer pendant leurs quarts de travail. Des affiches portant sur le service 211 ont aussi été remises aux 22 postes de police de la région d'Ottawa.

"The Stroke Survivors Association of Ottawa" a fait preuve de grande générosité en offrant sans frais un tiers de page d'espace publicitaire sur le service 211 dans son bulletin mensuel. Elle a aussi fait parvenir un sommaire sur le service 211 à chacun de ses membres.

Une bannière publicitaire pour site Internet annonçant le service 211 a été créée et expédiée par courriel à de nombreux organismes pour qu'ils puissent

l'afficher sur leurs sites Internet. Cette bannière publicitaire a été expédiée par courriel à chacun des centres de ressources et de santé communautaires, à l'Université Carleton, à l'Université d'Ottawa, à La Cité collégiale, au collège Algonquin et à la Banque d'alimentation d'Ottawa. Nous continuerons à faire parvenir notre bannière publicitaire à d'autres organismes afin d'accroître notre présence sur l'Internet.

### **La grève dans le transport en commun et le service 211**

Le service 211 Ottawa a été à même de constater que ses clients étaient très touchés par la grève du transport en commun. Une bonne partie des appels reçus pendant cette période portaient sur la grève et les problèmes qu'elle occasionnait. Souvent, il était difficile de trouver une réponse simple aux demandes; fréquemment, une évaluation individualisée de la situation particulière d'une personne était nécessaire afin de lui trouver le service approprié pour lequel il était admissible.

### **L'origine de notre engagement**

En décembre, plusieurs appels reçus portaient sur la difficulté éprouvée par les gens à aller chercher leurs jouets auprès de "Toy Mountain" et l'effet néfaste que la grève avait sur le "Christmas Exchange". Nous avons collaboré étroitement avec ces agences afin de répondre aux besoins des clients; des mesures appropriées ont été adoptées afin d'assurer la distribution des biens de soutien du Temps des fêtes.

Pendant la même période, nous avons aussi collaboré avec Bénévoles Ottawa et United Way/Centraide Ottawa afin de faciliter le jumelage des bénévoles avec les organismes en quête de bénévoles. Ce geste fort apprécié a retenu l'attention de certains médias, mais sans générer une mobilisation massive de bénévoles, telle que rapportée par les médias. Pendant la semaine s'étendant entre Noël et le Jour de l'An, les appels ont sensiblement diminué par rapport aux semaines précédentes.

En janvier, nous avons pu établir une collaboration plus étroite avec le service 311; nous avons pu alors nous entendre sur la répartition équitable des appels entre les deux services. Après l'annonce du vote de rejet des offres de la Ville par les employés syndiqués du réseau de transport en commun, on a connu une augmentation significative du nombre d'appels. En même temps, la Ville d'Ottawa annonçait des mesures concrètes pour venir en aide aux résidents les plus touchés par la grève. À partir de ce moment, nous avons participé quotidiennement à des téléconférences avec la Ville d'Ottawa, le service 311 et les 14 centres de ressources et de santé communautaires dans la ville. Ce fut une mesure très importante pour le service 211 car on pouvait alors être assuré de recevoir les bons renseignements pour bien desservir nos clients.

Un communiqué de presse émis en décembre 2008 a été couvert en partie dans le "Ottawa Sun"; une lettre du lecteur a aussi été publiée dans le "Ottawa Citizen" en janvier 2009.

### **Les principales activités d'avril 2009 à septembre 2009**

## **Présentations communautaires du service 211**

Au dernier trimestre, nous avons concentré nos efforts sur les présentations communautaires. Par le passé, plusieurs agences et organismes sans but lucratif ont connu une diminution dans la demande de services au cours de la période estivale. Conscients de cette réalité, nous nous sommes attelés à la tâche d'accroître la sensibilisation du public par divers moyens.

Au cours de ce trimestre, un aspect important de notre stratégie de communication a été l'attention particulière portée à l'endroit des aîné(e)s. Nous avons fait des présentations dans 21 résidences pour personnes âgées, ainsi que des présentations lors de 5 activités axées sur les aîné(e)s (« Revera Seniors Picnic », « Age Well Active Living Expo », « Boomers and Beyond », « Seniors Advisory Council » et le Forum francophone annuel du Conseil du vieillissement d'Ottawa).

De plus, des kiosques d'information ont été installés pendant 18 jours dans des centres commerciaux et des centres de loisirs. Ainsi, les membres de la communauté ont pu recevoir des dépliants et poser des questions au représentant du service 211 animant le kiosque. Par ailleurs, le fait d'être présents dans un lieu fort achalandé nous aura aussi permis d'être vus même par ceux et celles qui passaient par là sans s'arrêter pour s'enquérir sur le service 211. Des kiosques d'information ont aussi été installés lors de 11 activités communautaires, dont la Foire de Navan, la foire d'information dans le cadre du Festival Fierté dans la capitale, et la Conférence communautaire annuelle de Centraide : Mettre en commun nos points forts.

Des présentations ont aussi été faites devant 15 groupes de professionnels œuvrant dans le domaine des services à la personne. Des présentations qui méritent d'être particulièrement mentionnées sont celles qui ont été faites devant le service de police d'Ottawa, le « Seniors Advisory Council », la Coalition des maisons communautaires ainsi que celles faites auprès des centres de santé et de ressources communautaires.

## **La publicité et les médias**

Une page d'amis ("fan page") pour le service 211 Ottawa a été créée sur le site de réseautage social, Facebook. L'objectif principal visé par la création de cette page est de sensibiliser davantage le public au service offert et de créer aussi une tribune publique pour affichage de renseignements pertinents et leur mise à jour sur une base régulière. Les communiqués de presse, l'annonce de la date de notre Assemblée générale annuelle et l'information concernant la prolongation de nos heures de service sont autant d'exemples de ce qui a pu être communiqué via notre page sur Facebook.

Nous sommes en train d'étudier la possibilité d'offrir directement des services d'information et d'aiguillage via Facebook dans le but de joindre les gens de la façon qui leur convient le mieux.

Le service 211 Ottawa a aussi ouvert un compte "Twitter" afin d'informer le grand public des changements importants apportés au service et des mises à jour, ainsi que de communiquer les plus récentes nouvelles au sujet du service 211. Cette démarche nous permet aussi d'être constamment à jour en ce qui a trait aux



activités et mises à jour affichées par d'autres organismes et commanditaires communautaires.

Pendant ce trimestre, nous avons été invités à co-animer une émission locale du matin à la station radio CKCU 93.1. Nous en avons profité pour parler en long et en large du service 211 et sensibiliser ainsi la population aux bienfaits qu'apporte ce service à notre communauté. Notre campagne radiophonique a été menée avec succès du 20 avril au 1er mai 2009. Nous avons pu réaliser ce projet en travaillant avec une entreprise de communications locale afin de produire 4 messages de 15 secondes chacun qu'on a pu faire passer à 300 reprises sur 5 stations radio populaires de la région. Les stations radio retenues sur la base de groupes démographiques ciblés sont : CFRA, KISS FM, Y101, Majic 100 et Rock Détente.

Le "Cisco Ottawa Bluesfest", un festival de musique organisé à chaque année à Ottawa a publié une promotion pour le service Ottawa 211 dans le programme 2009. Le programme a été distribué largement dans les principaux hôtels, les centres d'attractions touristiques et lors des spectacles du festival.

Des dépliants et des affiches ont été expédiés à près de 900 médecins. Cette démarche visait deux objectifs principaux : bien informer les médecins sur le service 211 afin qu'ils puissent s'en servir comme outil d'aiguillage pour leurs clients tout en ayant aussi des dépliants et des affiches disponibles pour leurs clients dans leurs salles d'attente.

Au cours de ce trimestre, quatre communiqués de presse ont été envoyés tant aux grands journaux qu'aux journaux communautaires. Le premier communiqué consistait en une invitation à assister à notre Assemblée générale annuelle en juin 2009. Le second communiqué présentait de l'information générale sur le service 211 tout en ciblant des éléments importants, tels que la façon d'éviter les embûches afin d'avoir un accès facile et une communication réelle avec le service. Le troisième communiqué faisait l'annonce des heures prolongées de service et le dernier communiqué soulignait notre premier anniversaire d'existence.

### ***Démarches auprès d'organismes communautaires et de coalitions en vue de forger des partenariats :***

Le Conseil de planification sociale d'Ottawa a entrepris des démarches en vue de mettre sur pied un premier système d'information cartographique communautaire à Ottawa (SICCO). Compte tenu de la quantité et de l'importance des données rassemblées par le service 211, nous cherchons à y participer en vue d'accroître la sensibilisation du public au service 211 et de faire la promotion de l'importance du système d'information cartographique à des fins de recherche et de planification dans notre communauté. Cette participation s'inscrit dans un projet provincial plus vaste de mise sur pied d'un système d'information cartographique à l'échelle de la province de l'Ontario.

Depuis quelques années, Santé publique Ottawa offre au public un répertoire portant sur l'accès à la nourriture, connu sous le nom de "Food Link". En 2009, le service 211 et le "Food Link" établiront un partenariat en vue d'éviter tout double emploi ou chevauchement de services. Nous sommes en train de transférer les données manquantes du service "Food Link" dans la base de données du service 211, ce qui

nous permettra d'inviter dorénavant les gens à communiquer avec le service 211 pour toute question portant sur l'accès à la nourriture et les sujets connexes.

Pour la deuxième année, le service 211 poursuit le partenariat avec les programmes Montagne de jouets ("Toy mountain") et Le Partage de Noël ("Christmas Exchange") de l'Armée du Salut afin d'être le centre de communication privilégié pour les appels concernant les inscriptions et les contributions pendant la période des fêtes de fin d'année.

Le service 211 partage avec divers groupes des données relatives aux appels reçus afin de soutenir leurs demandes de subventions ou encore afin de leur permettre de prendre le pouls de leur milieu ou de leur communauté.

Le Réseau des services juridiques pour les jeunes d'Ottawa est en train de développer un partenariat avec le service 211 afin de répondre à leurs besoins de données tout en favorisant une plus grande sensibilisation au service 211.

Le Répertoire des services en français, créé en 2008-2009, a été fait en vue de diriger tous les appels concernant les services en français dans la ville vers le service 211. La promotion de ce service a été poursuivie en 2009-2010.

## Satisfaction des appelants

Satisfaction du client	sept. à déc. 2008	janv. à mars 2009	avril à juin 2009	juil. sept. 2009	Moyenne annuelle
Pourcentage des nouveaux appelants	80%	88%	82%	70%	80%
Pourcentage d'anciens appelants	20%	12%	18%	30%	20%
Politesse du conseiller ? (sur une échelle de 1 à 10)	8	9.6	9.6	9.7	9.2
Professionalisme du conseiller ? (sur une échelle de 1 à 10)	7.2	9	9.5	9	8.7
Aptitude à l'écoute du conseiller ? (sur une échelle de 1 à 10)	7.5	9	9	9.3	8.7
L'appelant a-t-il compris les options fournies ? (Oui/Non)	96% Oui	100% Oui	91% Oui	100% Oui	97%
L'appelant a-t-il suivi la recommandation fournie ?	95% Oui	100% Oui	100% Oui	100% Oui	99%
L'appelant ferait-il appel au service 211 à l'avenir ?	96%	100% Oui	100% Oui	100% Oui	99%

L'appelant recommanderait-il le service 211 à d'autres personnes ?	100%	100% Oui	100% Oui	100% Oui	100%
Globalement, quel est votre niveau de satisfaction avec le service 211 ? (Insatisfait/ Satisfait/ Très satisfait/ Au-delà des attentes)	84% Très satisfait ou au-delà des attentes	100% Très satisfait ou au-delà des attentes	91% Très satisfait ou au-delà des attentes	90% Très satisfait ou au-delà des attentes	91% Très satisfait ou au-delà des attentes

- **Lacunes de service**

De janvier à septembre 2009, un total de 116 lacunes de service ont été enregistrées. La lacune de service la plus commune a été le manque d'ateliers d'impôts gratuits pour les individus et familles à faible revenu dans la région d'Ottawa, surtout pour les gens qui habitent le secteur de Kanata. En deuxième lieu, il y a un manque au niveau de l'accessibilité de certaines banques alimentaires et de quelques services de soutien de santé spécialisés dans des secteurs spécifiques de la ville, tels que le service en soins dentaires pour les personnes à faible revenu, les cours de yoga prénataux et les services d'urgence hospitaliers. D'autres lacunes de service ont aussi été observées au niveau des services de transport à peu de frais, de services gouvernementaux, tels que les lignes d'information au niveau des divers départements, de l'aide au logement dans certains secteurs de la ville, du counseling, ainsi qu'au niveau des groupes de soutien francophones, les services de livraison des banques alimentaires et le recyclage des appareils électroniques.

### **Quelques exemples de nos succès**

- Nous avons reçu un appel d'un nouvel arrivant qui était au Canada depuis à peine un an et qui vivait une situation de crise. Financièrement mal en point, il était incapable de se décrocher un emploi et éprouvait de la difficulté à s'intégrer au pays. Il faisait appel au service 211 afin de trouver des services de counseling, ainsi que de l'aide financière et de l'aide à l'emploi. Il souhaitait aussi trouver des agences qui s'occupent des nouveaux arrivants et des immigrants, afin de pouvoir consulter un spécialiste de l'intégration des immigrants et d'établir des liens avec d'autres nouveaux arrivants qui vivent des défis semblables aux siens afin de sortir de son isolement. Nous avons eu recours à des techniques d'intervention en situation de crise durant la communication avec le client. Nous l'avons dirigé vers des agences pouvant l'aider avec ses problèmes d'intégration, d'emploi et d'aide financière, tout en tenant compte des conditions d'admissibilité. Parmi les agences recommandées, on retrouve des organismes qui offrent toute une gamme de services sociaux adaptés aux immigrants et réfugiés, des programmes d'emploi qui s'adressent tout particulièrement aux nouveaux arrivants et finalement un centre de ressources communautaires à proximité qui offre des services de counseling. Nous avons pu aider le client en le mettant en contact avec des organismes sociaux qui pouvaient répondre à ses besoins tout en désamorçant la crise émotionnelle vécue par le client. Ensemble, nous avons pu identifier et prioriser les besoins à satisfaire et élaborer un plan d'action approprié à sa situation.

- Nous avons reçu un appel d'une mère dont l'enfant avait été récemment diagnostiqué avec une allergie anaphylactique. Des nutritionnistes avaient informé la mère que, pour que son enfant reçoive les suppléments nutritifs appropriés. Le coût de cette préparation alimentaire spéciale était beaucoup trop élevé pour la famille ; même si la mère avait été capable de trouver un meilleur prix en s'adressant directement au fabricant, celui-ci était toujours plus que ce que la famille pouvait se permettre. Soucieuse du bien-être et du développement de son enfant, elle a décidé de faire appel au service 211 pour obtenir des conseils et de l'aide. Après avoir effectué quelques recherches, nous avons pu lui suggérer deux programmes d'aide financière qui viennent en aide aux personnes et aux familles pour couvrir une partie des frais additionnels découlant de diagnostics semblables. Nous l'avons aussi informée de l'existence d'un organisme caritatif qui vient en aide aux enfants pour couvrir les frais liés aux besoins essentiels, quand il n'existe pas d'autres sources d'aide financière. Nous avons pu aussi lui fournir de l'information d'une part, sur un groupe de soutien, situé à Ottawa, pour les personnes et les familles aux prises avec l'anaphylaxie, et d'autre part, sur un organisme qui s'efforce de promouvoir une vie saine pour les personnes aux prises avec l'anaphylaxie tout en cherchant à sensibiliser le grand public en s'engageant dans des projets communautaires et en fournissant des renseignements sur l'anaphylaxie et sur diverses ressources canadiennes. La cliente s'est immédiatement mis à consulter leur site Internet, tout en nous remerciant des efforts fournis pour lui trouver des programmes pouvant lui venir en aide, ainsi qu'à sa famille.
  
- Un aîné a appelé et informé une conseillère en information et aiguillage que son logis dans un sous-sol était infesté par des insectes. Il avait besoin d'être hébergé pendant 2 à 3 jours tandis qu'on procéderait à la fumigation de son logis. Il cherchait une place où il pourrait être hébergé le plus tôt possible. La conseillère renseigne l'aîné sur l'existence de services d'hébergement d'urgence gérés par la ville d'Ottawa - au niveau des Services d'emploi et aide financière. On l'avisa qu'on pourrait sans doute lui trouver une place, soit dans un établissement hôtelier, soit dans un centre d'hébergement. Le client était fort anxieux et a expliqué combien il était stressé par cette situation. La conseillère lui a alors proposé de communiquer, en son nom, avec les responsables de la Ville s'il voulait bien lui donner la permission de leur fournir son nom et son numéro de téléphone et de leur expliquer la situation dans laquelle il se trouvait. Le client autorisa la divulgation de ces renseignements en indiquant à la conseillère qu'il se sentait grandement soulagé de savoir qu'elle ferait l'appel à sa place. Après avoir communiqué avec la Ville et avoir échangé avec un responsable du service municipal, la conseillère a rappelé l'aîné pour l'aviser qu'un responsable du service municipal l'appellerait dans cinq minutes pour lui poser quelques questions sur sa situation financière et pour lui trouver un hébergement approprié pour les 3 ou 4 jours requis. Le client s'est dit fort impressionné par la rapidité avec laquelle on allait le rappeler et exprima toute sa gratitude à la conseillère pour son aide précieuse.
  
- Nous avons reçu un appel d'un homme qui avait récemment subi des fractures et était en situation d'interruption d'emploi sans recevoir, pour le

moment, de prestations d'assurance-emploi. Deux questions le préoccupaient beaucoup : il avait besoin de voir un médecin et il avait besoin de nourriture. Il ne pouvait se rendre à pied à la banque alimentaire dans sa région en raison des médicaments qu'il devait prendre. Par-dessus le marché, il y avait grève chez OC Transpo et il n'avait pas d'autres moyens de transport. Nous avons communiqué avec la banque alimentaire centrale pour savoir si on offrait un service de livraison dans les situations d'urgence. Il fut suggéré que le client communique avec la banque alimentaire dans sa région pour savoir si elle ne disposait pas de chauffeurs bénévoles capables de lui livrer la nourriture. Nous l'avons aussi invité à explorer la possibilité de recevoir de l'aide d'un programme de popote roulante, compte tenu qu'il serait sans doute indisponible pendant un bon moment en raison de sa blessure. La deuxième question urgente était le fait qu'il avait besoin de consulter un médecin à cause des douleurs qu'il éprouvait. Nous avons trouvé un service de visites médicales à domicile qui fait appel à des médecins indépendants du secteur privé qui acceptent de faire des visites médicales non urgentes à domicile. Le client était étonné d'apprendre que ce genre de service pouvait exister et était très reconnaissant pour l'aide qu'on lui a apportée. Il a dit qu'il allait certainement faire appel au service 211 dans l'avenir !

- Nous avons reçu un appel d'un parent dont l'enfant se trouvait au Centre hospitalier pour enfants de l'est de l'Ontario, accompagné par un membre de la famille. L'enfant et la personne qui l'accompagnait étaient prêts à retourner à la maison mais avaient besoin de transport. Le parent n'avait pas les moyens de payer un taxi et ni proches ni amis n'étaient disponibles pour leur venir en aide. Nous avons communiqué avec le service 3-1-1, la ligne d'accès après les heures normales de bureau des services d'emploi et d'aide financière de la ville d'Ottawa, pour savoir si on pouvait venir en aide à la cliente qui était une bénéficiaire du programme Ontario au travail. Avec l'autorisation de la cliente, nous avons transmis au préposé de la ville le nom et le numéro de téléphone de la cliente. Le préposé nous avisa que dans une situation semblable, on pouvait sûrement fournir un taxi sans frais à la cliente et qu'on allait communiquer immédiatement avec la cliente. Ainsi, la famille a pu retourner à la maison en toute sécurité.
  
- Une femme nous a appelés au sujet de sa fille qui avait récemment vécu un divorce pénible et une lutte féroce pour la garde de son enfant unique. Son ex-mari avait entrepris des démarches qui la laissaient croire qu'il pouvait enlever l'enfant et le ramener avec lui dans son pays natal. La cliente ne savait trop comment composer avec cette situation fort complexe et voulait savoir s'il existait un organisme qui pouvait venir en aide à sa fille pour empêcher l'enlèvement d'un enfant. Nous avons cherché à trouver divers organismes susceptibles de venir en aide aux personnes qui se trouvent dans ce genre de situation difficile, pour finalement découvrir un programme qui s'occupe tout particulièrement des enlèvements internationaux d'enfants et qui fournit de l'information et des ressources pouvant aider à les prévenir. La mère était fort heureuse de l'aide reçue et ne pouvait imaginer comment elle aurait pu prendre connaissance de ce programme sans l'aide du service 211.

- Pendant les vacances de Noël, un homme nous appela pour demander notre aide. Il désirait se rendre à Toronto pour être avec sa famille à Noël, mais il ne pouvait prendre son animal de compagnie lui pour un long voyage en autobus. Il dit avoir tout essayé pour trouver de l'aide mais sans succès. Après avoir pris quelques renseignements sur sa situation, nous l'avons avisé que nous le rappellerions pour l'informer sur l'existence de services pouvant lui venir en aide. Nous avons ensuite étudié divers services de transport d'animaux de compagnie à Ottawa. Malheureusement, aucun service de transport à grande distance pour les animaux de compagnie n'était disponible à un prix qui convenait à son budget. Nous avons alors entrepris des démarches pour joindre des organismes qui offraient le service de transport local d'animaux de compagnie afin de leur demander s'ils pouvaient exceptionnellement assurer un service de transport à grande distance. L'un des organismes sollicités connaissait une personne qui pouvait aider le client à se rendre dans sa famille avec son animal de compagnie pour la veille de Noël. Nous avons joint le client et nous l'avons dirigé vers le service qui répondrait à ses besoins à un coût abordable. Il a dit avoir grandement apprécié nos démarches et affirma que, grâce à nous, son animal de compagnie et lui passeraient un très Joyeux Noël !

*Avis de non-responsabilité : Les exemples de nos succès ci-dessus représentent vraiment le genre d'appels reçus par le service 211 Ottawa. Certaines particularités ont pu être modifiées ou omises afin de protéger la vie privée des appelants et afin d'assurer que notre entente de confidentialité soit pleinement respectée. Les détails concernant l'aiguillage vers des organismes précis ne sont pas présentés parce que le service 211 ne veut suggérer aucune préférence et souhaite demeurer un service d'information et d'aiguillage impartial et égalitaire.*

## **Le service 211 Ottawa et ses rapports avec d'autres centres de service 211**

---

### **Le "Ontario 211 Services Corporation" et les huit exploitants du service 211 en Ontario**

Nous avons travaillé en étroite collaboration avec les huit exploitants du service 211 et le "Ontario 211 Services Corporation" dans le but d'apporter notre concours à l'élaboration d'un plan stratégique en vue de l'établissement d'un système 211 intégré en Ontario d'ici l'an 2012. Le groupe de travail se réunit généralement toutes les 4 à 6 semaines pour discuter et planifier les principaux aspects du système de prestation du service 211 et voir à leur mise en application au niveau local.

Parmi d'autres possibilités à l'étude par le groupe de travail, on retrouve l'utilisation du service 211 tant pour offrir que pour recevoir de l'aide, le concours du service 211 dans des situations d'urgence ou de catastrophe, l'expansion du service dans huit zones régionales, ainsi que le développement d'autres partenariats dans le but de soutenir d'autres secteurs de service spécialisés et de répondre à des besoins de données.

Enfin, nous avons développé d'importants rapports de confiance au sein de ce groupe en appui au projet de voir le service 211 Ottawa acquérir le statut de centre d'excellence pour services francophones et devenir le deuxième centre de gestion de la redondance 24 heures par jour, 7 jours par semaine. En 2010, d'importantes mesures devront être adoptées pour appuyer l'implantation de ces éléments essentiels au développement d'un système 211 intégré.

### **Franco 211**

Ce partenariat avec 5 des fournisseurs de service 211 vise à améliorer l'accès aux services en français à travers l'Ontario. Il s'agit d'un projet de 2 ans financé par la Fondation Trillium de l'Ontario. Le service 211 Ottawa assume le rôle d'associé responsable de la mission en raison de connaissances particulières du milieu francophone et de la capacité à offrir des services bilingues. Nous travaillons en étroite collaboration avec les autres centres de service 211, tout particulièrement avec les centres de service 211 Niagara et 211 Centre Ouest en les aidant tant au niveau de la traduction que du contrôle de la qualité de leur base de données en français.

### **Expansion du service à l'Est ontarien**

Au cours de l'été 2008, nous avons commencé à établir des partenariats entre les partenaires qui fournissent des données dans l'Est ontarien et d'éventuels bailleurs de fonds afin d'étendre le service d'ici 2011. Au cours de la dernière année, nous avons mis sur pied un comité de planification de l'implantation du service, défini son mandat, établi des budgets préliminaires et tracé un plan d'implantation. Ce travail se poursuivra sans relâche en 2009 et 2010.

### **Le service 211 Ottawa et le service 211 à Québec**

Depuis juin 2009, le service 211 Ottawa reçoit et accepte de répondre à des appels en soirée et de fin de semaine en provenance du service 211 à Québec. Nous avons là, pour la première fois, la preuve qu'il existe une nouvelle possibilité encourageante dans notre secteur d'activité, soit la capacité de s'entraider même par-delà les frontières provinciales. C'est un élément important pour démontrer que le service 211 représente un atout significatif au niveau national.

### **L'accréditation par AIRS (Alliance of Information and Referral Systems)**

Au cours de la dernière année, nous avons développé divers outils, tels qu'un plan stratégique et opérationnel et un plan cadre sur les politiques et sur l'accréditation, devant nous conduire à l'obtention éventuelle d'une accréditation par AIRS. La mise en application de ces mesures est déjà commencée et nous procédons présentement à la révision de toutes nos politiques et procédures, y inclus celles qui portent sur la prestation des services et la gouvernance. La procédure d'accréditation qui comporte plusieurs étapes débutera officiellement

en décembre 2009. L'ensemble de la procédure d'accréditation sera terminé vers le milieu de l'année 2011.

### **Le soutien au développement de services 211 à travers le Canada**

Au cours de la dernière année, nous avons apporté notre soutien à la mise sur pied de centres de service 211 en développement tant à Montréal qu'en Colombie-Britannique.

Par ailleurs, nous faisons dorénavant partie du Réseau national des services 211 qui travaille en vue d'assurer le développement de services 211 au niveau national.

### **Financement**

---

#### **Nous apprécions grandement l'aide financière fournie par**

Citoyenneté et Immigration Canada  
Province de l'Ontario, Ministère des Services sociaux et communautaires  
United Way/Centraide Ottawa  
Ville d'Ottawa, Division du financement communautaire  
Ville d'Ottawa, Division des services en français

### **Équipe 211**

---

#### **Bénévoles au conseil d'administration**

Peter Holt, président sortant  
David Holmes, président  
Christine O'Connor, vice-présidente  
Sandra Guenther, trésorière  
Nadia Effendi, secrétaire  
Linda Bordeleau, directrice  
Jeanne-Hélène Tardivel, directrice

#### **Membres du personnel**

Marie-Andrée Carrière, directrice générale  
Julia English, coordonnatrice du service 211  
Michel Fournier, coordonnateur de la base de données  
Courtney Ott, agente de communications et de relations communautaires pour le service 211  
Melina Ladouceur, conseillère principale en information et aiguillage  
Paul Charles, conseiller en information et aiguillage  
Arlynn Belizaire, conseillère en information et aiguillage



Roxanne Brunet, conseillère en information et aiguillage  
Philippe Martel, conseiller en information et aiguillage  
Jean-Francois Belisle, conseiller en information et aiguillage  
Natalie Cléroux, conseillère en information et aiguillage  
Prague-Magali Masseur, conseillère en information et aiguillage  
Judy Grunwald, tenue des livres  
Christine Geoffrion, Coordonnatrice de la préparation des bases de données pour  
le 211 de l'Est de l'Ontario