

Point de mire

mai 2004

sur les CRFM/C

Un bulletin qui met en vedette les succès et les réalisations des Centres de ressources pour les familles des militaires au Canada et à l'étranger.

Le CRFM Halifax lance sa campagne publicitaire Les familles des militaires, la force derrière l'uniforme

Par : Sonya Bridge, Relations publiques et développement, CRFM Halifax

Lorsqu'on pense à un slogan, il s'agit habituellement d'un énoncé sur un produit ou un service qu'un organisme offre ou, la plupart du temps, vend au public. Comme vous le savez bien, les formules qui sont efficaces dans le contexte commercial ne s'appliquent ordinairement pas dans le contexte des organismes sans but lucratif. Un slogan ou une ligne balisée a pour but d'attirer l'attention du marché cible et de l'inciter à « passer à votre magasin et acheter le produit » ou, dans le cas des CRFM, « passer au centre et s'inscrire à un programme ».

Le conseil d'administration du CRFM Halifax a cerné le besoin d'élaborer une image qui accroîtrait la sensibilisation à la mission du CRFM, et s'y est engagé financièrement.

Nous avons entrepris de mettre au point une campagne publicitaire et, au terme de nombreuses discussions sur les slogans décrivant le CRFM, nous avons convenu qu'un énoncé sur les familles des militaires, plutôt que sur le CRFM, était ce qu'il nous fallait. Nous avons réalisé que, peu importe ce que nous disons sur les merveilleux services et programmes offerts au CRFM, au bout du compte, un énoncé positif et direct à propos de notre clientèle aura plus d'effet sur celle-ci.

Le nouveau slogan, *Les familles des militaires, la force derrière l'uniforme*, cadre bien avec les mots que nous employons tous les jours pour décrire les familles des militaires. Des mots comme « résilientes », « déterminées » et « capables d'adaptation ». Au CRFM Halifax, nous reconnaissons les forces des familles des militaires et nous mobilisons nos

(Suite page 2)



CANADIAN FORCES
PERSONNEL SUPPORT AGENCY



CANEX

AGENCE DE SOUTIEN DU PERSONNEL
DES FORCES CANADIENNES

De bonnes raisons de célébrer...

CRFM de SHILO-Le conseil d'administration et le personnel du Centre de ressources pour les familles des militaires Shilo désirent féliciter Marion Sembalerus (coordonnatrice des services à l'enfance), Genella Macintyre (directrice exécutive) et Garry Reid (coordonnateur de la qualité de vie et des services à la jeunesse), pour leurs 10 années de services exceptionnels assurés à la communauté de Shilo. Genella Macintyre a démissionné du CRFM Shilo en avril 2004. Nous lui souhaitons la meilleure des chances dans ses nouvelles entreprises.



Le 6 novembre 2003, durant la pause-café du CRFM, la présidente du conseil d'administration du CRFM Winnipeg, Gwen Kerr, a présenté au directeur exécutif, Don Brennan, une plaque soulignant ses 10 années de services dévoués au CRFM Winnipeg. Félicitations Don et merci!

(Suite de page 1)

efforts pour mettre ces forces à profit. Pour ce faire, nous offrons une vaste gamme de programmes et services qui suscitent l'intérêt des familles des militaires.

Chaque publicité de la campagne comprend un slogan et une photo d'une famille de militaire, le site Web du CRFMH et le logo. Depuis le début des annonces à la fin de l'été dernier, le nombre de visites au site Web ont considérablement grimpé et les commentaires formulés par la communauté sont enthousiastes.

Au fil de la campagne, nous prévoyons utiliser une variété de photos illustrant la diversité de la communauté militaire. Nous tenions à ce que les photos émoussent les émotions, c'est pourquoi nous avons choisi, pour la première photo, un père embrassant la joue de son enfant, qui fréquente le service de garde du CRFMH, quelques instants après son retour d'une mission de six mois. Gregory était âgé de six semaines seulement lorsque son père, Brian, a été affecté à l'opération Apollo à bord du NCSM Charlottetown à l'automne 2001.

Cette campagne publicitaire comprend plusieurs articles sur lesquels l'image et le slogan ont été affichés. Celui dont nous sommes le plus fiers est un panneau routier mesurant 10 pi sur 20 pi installé à différents endroits dans la région métropolitaine de Halifax. À venir : deux bancs d'arrêt d'autobus à Halifax, sur lesquels on peut voir une affiche de 2 pi sur 5 pi, ainsi que des annonces publicitaires qui seront diffusées sur le réseau de télédistribution.

Nota : La date finale de présentation des articles du prochain numéro de Point de mire des CRFM/C est le 20 mai 2004.

Exemples d'innovation et de créativité ...

Le CRFM Halifax publie un manuel sur la violence faite aux enfants

Par : Rose Dean, coordonnatrice des services à l'enfance et Shelley Brown, directrice

Le CRFM Halifax a produit un manuel sur la violence faite aux enfants en tant qu'outil de perfectionnement professionnel des membres du personnel du CRFMH. Ce manuel traite des nombreux aspects juridiques exposés dans la *Children and Family Services Act*. Les différents types de violence envers les enfants sont clairement définis et présentés.

Nous sommes conscients que signaler une situation de violence envers un enfant peut constituer une expérience stressante, mais il importe qu'elle soit signalée sur-le-champ et que la personne qui en fait la

constatation demeure objective afin de fournir autant de détails possibles. La chose la plus importante dont les membres du personnel doivent se rappeler est que les services communautaires doivent être alertés et que la personne la plus près de la situation doit faire le contact initial.

Nous avons inséré une copie du manuel sur la violence faite aux enfants dans une reliure rouge vif que chaque membre du personnel pourra conserver dans son bureau afin d'en faciliter la consultation.

Formules d'approche et de marketing ingénieuses pour le CRFM St. John's

Par : Eva Marks Maclsaac, Représentante régionale de la DSFM

Depuis un peu plus d'un an, le CRFM St. John's a réalisé de grands progrès dans le marketing et les services d'approche du CRFM. Pour ce faire, il a organisé des activités spéciales, de façon à ce que le nom du CRFM soit sur toutes les lèvres.

La Campagne du ruban invisible permet au CRFM St. John's, depuis un certain temps déjà, de promouvoir la contribution des familles des membres des Forces canadiennes. Plus de 20 000 épinglettes ont été distribuées à l'échelle de Terre-Neuve par l'entremise des trois CRFM. Le 12 novembre de cette année, on a acquiescé à la demande du Groupe de soutien au déploiement du CRFM St. John's, à savoir que le lieutenant-gouverneur de Terre-Neuve préside le lancement de la Campagne du ruban invisible à la résidence du Gouverneur général.

Depuis plusieurs années, le CRFM St. John's a un char allégorique dans la Parade du Père Noël annuelle de la ville, qui est regardée par des milliers de personnes de la région de St. John's. Le char, qui a toujours un thème, est préparé en collaboration avec la Station. Le thème de cette année, *D'un océan à l'autre – au service de notre communauté*, soulignera le soutien assuré aux Canadiens

par les FC et les familles des militaires dans des situations de crise telles les inondations, les tempêtes de verglas et les incendies en C.-B.

Il y aura du neuf au cours de la cérémonie annuelle d'illumination de l'arbre de Noël en décembre prochain : le CRFM invitera le grand public à participer à l'illumination d'un arbre de Noël pour le maintien de la paix. L'arbre sera paré de 13 lumières de couleurs différentes représentant les 13 différentes missions de maintien de la paix des Forces canadiennes. La station de télédiffusion locale couvrira cette cérémonie en direct.

En plus de ces activités, le CRFM assure une présence régulière dans un centre commercial local – on y fait la distribution des rubans invisibles et la promotion des réseaux de soutien au déploiement, et on y affiche de l'information d'ordre général sur le CRFM ainsi que sur ses programmes et services.

Pour de plus amples renseignements sur ces démarches de marketing et d'approche, n'hésitez pas à communiquer avec le CRFM St. John's au (709) 570-4636.

Les bénévoles font tourner le monde!...

Le programme des bénévoles organise l'exposition d'artisanat de Noël

Le Centre de ressources pour les familles des militaires Borden a présenté sa deuxième exposition d'artisanat annuelle *Frosty Frolic* en décembre dernier, en mobilisant toutes les ressources de la base.

Il y a deux ans, la coordonnatrice du bénévolat, avec l'aide d'un comité dynamique de bénévoles, a conçu l'idée d'organiser une activité annuelle qui permettrait de recueillir des fonds aux fins du souper de remerciement des bénévoles, que le Centre tient chaque printemps. Le comité voulait également réunir le plus grand nombre de programmes communautaires possibles.

Cette année, l'exposition de deux jours a eu lieu dans une grande salle à Borden, où on a pu accueillir 68 commerçants. De nombreux artisans de la région et quelques petites entreprises ont étalé leurs marchandises durant l'exposition, qui a attiré plus de 350 visiteurs. Ce rendez-vous populaire de Noël a également fourni un lieu de présentation à diverses organisations sans but lucratif, dont la chapelle de la Trinité, les Guides du Canada et le Centre de jeunes de Borden.

Les amateurs d'artisanat qui ont visité l'exposition ont reçu des billets en vue d'un tirage de prix de présence. En attendant le Père Noël, les enfants se sont installés aux tables pour colorier et participer à des jeux de Noël.

Il a fallu un grand nombre de bénévoles dévoués pour assurer la coordination de l'exposition, qui a permis de mettre en valeur une multitude de talents, sans oublier ceux qui ont fait des gâteries et de l'artisanat, coordonné les médias locaux et travaillé aux tables du Centre.

Le Centre prévoit commencer sa planification en juillet 2004, de sorte que l'exposition puisse continuer à prendre de l'ampleur.

Déjeuner annuel de Noël du CRFM Greenwood

Un merci tout spécial à nos partenaires, bénévoles et familles de militaires

Au fil des années, le déjeuner annuel de Noël du Centre de ressources pour les familles des militaires Greenwood (CRFMG) est devenu une tradition des fêtes à la 14^e Escadre Greenwood. Depuis maintenant huit ans, un grand nombre de membres du personnel de l'Escadre, de bénévoles en bonne et due forme du CRFMG et de membres des familles de militaires déployés se font une joie de prendre un déjeuner maison complet préparé par le personnel du CRFMG.

Les membres du personnel payent le déjeuner de leurs poches et, cette année, notre conseil d'administration a généreusement consenti à contribuer en puisant dans le « fonds de reconnaissance du conseil ». Le déjeuner, qui a eu lieu le 15 décembre 2003, a attiré plus de 150 personnes malgré la tempête, laquelle a obligé la Base à réduire son personnel au niveau minimum plus tard le jour-même. Au premier service, nous avons servi notamment le personnel de l'Escadre qui joue un rôle important dans la prestation efficace de services – de l'O Admin Ere jusqu'au personnel affecté au dépôt central des dossiers, et tous les autres. Nous sommes heureux de pouvoir remercier personnellement l'ensemble de nos partenaires à Noël. Au second service, les membres des familles des militaires déployés et les bénévoles du Centre ont eu l'honneur de partager leur repas avec notre invité spécial, le Colonel Gerald M.A. Morey, commandant de la 14^e Escadre, et maintenant un habitué du déjeuner annuel.

Le déjeuner a vu le jour en 1996, époque où le Centre était beaucoup plus petit, en vue de remercier personnellement les personnes qui nous aident à bien faire notre travail en nous accordant leur appui. Cela démontre bien qu'une petite idée peut aller loin.



Photo: Nicole Godin, GMFRC



Cérémonie en l'honneur des bénévoles de la 19^e Escadre Comox

La première cérémonie annuelle en l'honneur des bénévoles de la 19^e Escadre, parrainée par le RARM, s'est tenue au centre communautaire et de conditionnement physique le mercredi 12 novembre. Plus de 115 adultes ont partagé un savoureux dîner au cours duquel le divertissement était assuré par une troupe de théâtre d'improvisation. Les jeunes bénévoles étaient enchantés de leur soirée pizza et du divertissement, fourni par un clown. Le commandant de l'Escadre, le Colonel Randy Price, le personnel supérieur d'état-major de l'Escadre et une représentante du RARM, Janet Scotland, ont participé à la cérémonie visant à féliciter l'ensemble des bénévoles de la 19^e Escadre et les remercier pour leur contribution. À la 19^e Escadre Comox, plus de 350 personnes ont consacré 15 000 heures de leur temps l'an dernier au CRFM, à la Wallace Garden Community Association, au musée, aux divers clubs de l'Escadre, à la course Terry Fox, à la campagne Centraide et à la course à relais *Snow to Surf* (De la neige à la mer). Notre objectif pour l'année prochaine est 20 000 heures de bénévolat.

Le jardin des bénévoles symbolise la contribution des bénévoles à l'embellissement de la communauté

Par: Nicole Johnson, Coordinatrice du programme de bénévolat CRFM Winnipeg

Le 20 septembre 2003, le commandant de la 17^e Escadre Winnipeg et le directeur exécutif du CRFM Winnipeg ont dévoilé un jardin dédié aux bénévoles du CRFM Winnipeg. «Le jardin des bénévoles» est dédié aux nombreux bénévoles – actuels et antérieurs – qui ont fait don de leur temps et de leurs talents au bénéfice des programmes et services du Centre de ressources pour les familles des militaires Winnipeg. Des myosotis (ne m'oubliez pas) ont été plantés dans le jardin, à titre de reconnaissance pour leurs services.

Au cours de l'année internationale des volontaires, le CRFM Winnipeg a remis au commandant de la 17^e Escadre un faux chèque de 10 064 \$ ainsi que 10 064 graines de myosotis, qui représentent la somme des heures de bénévolat consacrées au CRFM Winnipeg en 2001. Ce sont ces myosotis qui sont plantés dans «Le jardin des bénévoles».



Le cmdt 17 Ere, Lcol Kummel, et le directeur exécutif du CRFM, Don Brennan

Les bénévoles du CRFM Edmonton emballent

Par : Julie Devlin-Hiscock

Le CRFM de la Garnison Edmonton est toujours à l'affût de façons différentes et novatrices de s'investir dans sa communauté; lorsqu'un centre commercial local a proposé au Centre une idée unique, nous avons bondi sur l'occasion.

Le centre commercial Londonderry a toujours embauché des détaillants du centre commercial pour offrir un service d'emballage de cadeaux durant les fêtes. Grâce en partie à un partenariat conclu antérieurement avec le CRFM, le centre commercial a proposé au Centre de prendre en charge le projet d'emballage de cadeaux de Noël. Le centre commercial assumerait tous les frais et verserait les honoraires, et en retour, le CRFM affecterait du personnel au projet pendant les six semaines.

C'était en théorie un magnifique projet, mais qui, en pratique, exigeait beaucoup d'efforts.

Grâce à notre section remaniée de bénévoles, les bénévoles du CRFM ont consacré plus de 1 200 heures de bénévolat, appuyés des membres du personnel du CRFM qui ont fait office de surveillants. Durant la période de six semaines, au-delà de 1 400 cadeaux ont été emballés, ficelés, et étiquetés; ce qui a aidé à réunir plus de 7 000 \$ pour le centre pour les jeunes du CRFM, *The Edge*

Cette entreprise a été couronnée de succès sur tous les plans, et on s'apprête à organiser une autre campagne l'an prochain. C'est parti : 1 200 heures...

... Services d'éducation et de qualité de vie

Les nouveaux parents se donnent rendez-vous au CRFM Petawawa

Par : Chris Quigley, Coordonnatrice des services de déploiement, CRFM Petawawa

Une fois par semaine, des arômes envahissent la cuisine du CRFM Petawawa (section sud) pendant que les participants au cours de nutrition prénatale apprêtent un autre repas santé. Avec l'aide de Santé Canada et du Centre de ressources communautaire Killaloe, les femmes enceintes et les nouvelles mamans (et papas) peuvent se rencontrer et partager un repas nutritif avec des gens avec lesquels ils ont des affinités : les bébés. Pour bon nombre d'entre eux, c'est l'occasion rêvée de parler de leurs nuits blanches ou de trouver des façons de recouvrer un peu de lucidité après avoir découvert que le petit deuxième n'a rien en commun avec sa sœur ou son frère en ce qui a trait au sommeil, à l'alimentation ou à sa personnalité!

Le cours enseigne aux parents comment prendre soin d'un nouveau-né. Tout en mangeant, les parents participent à diverses séances d'information sur, notamment, comment bien installer un siège d'auto; comment préparer de la nourriture pour bébé à la maison et comment dire « non » avec douceur. Des invités spéciaux montrent aux nouvelles mamans comment faire des choses auxquelles elles ne penseraient jamais, comme prendre soin de leurs mains.



Tous ces changements de couches feront en sorte que les mères se laveront les mains plus souvent – personne ne veut toucher la peau douce de bébé avec des mains rugueuses. Des infirmières du service local de santé ainsi que des mères « chevronnées » se joignent au groupe pour transmettre officiellement et officieusement de l'information et de l'inspiration, et faire un peu de conversation adulte.

La séance hebdomadaire se termine par un plan de repas pour la semaine suivante, des adieux chaleureux et un sac d'épicerie. En effet, d'ici à ce que son nouveau-né ait atteint l'âge de trois mois, chaque maman rapportera chez

elle un sac de lait, du jus et des légumes, des fruits ou des protéines. Santé Canada couvre les frais du sac d'épicerie hebdomadaire dans le but de lutter contre l'insuffisance de poids à la naissance des bébés, une inquiétude qui s'est intensifiée au cours des dernières années. Pour bien des femmes, ce cours constitue leur unique sortie de la semaine, surtout si leur conjoint militaire est en déploiement. Toutefois, selon le CRFM Petawawa, l'avantage le plus important demeure les amitiés qui se sont nouées par suite de ce cours.

Semaine canadienne de l'orientation au Centre de ressources pour les familles des militaires Borden - 2 au 8 novembre 2003

Cette activité annuelle vise à faciliter le processus de prise de décision en ce qui a trait aux choix de carrière individuels. Le thème de cette année était « Une carrière à mon goût ». Pour souligner la Semaine canadienne de l'orientation, le Centre de ressources pour les familles des militaires Borden a tenu une **séance d'information avec les employeurs dans la Base**. Cette séance, très courue, a donné l'occasion aux nombreux participants de s'informer sur les organisations, les méthodes de recrutement et les postes vacants dans la Base.

Pour les employeurs et les organisations, cette Semaine « leur a permis de se faire connaître et de transmettre de l'information ». Merci à tous les employeurs qui ont participé à l'activité (le Bureau des ressources humaines civiles à Borden, les Fonds non publics (ASPF), *Tim Hortons*, *Sunlite Floors Cleaners*, le club de golf de Borden

Circled Pine, l'École de langues La Cité et le Centre de ressources pour les familles des militaires Borden).

Une carrière à mon goût : Ce concours a été organisé dans le cadre de la Semaine canadienne de l'orientation par bien des organisations communautaires de la région, dont le Centre de ressources pour les familles des militaires Borden. Trois participants ont eu l'occasion de travailler pendant une journée dans l'emploi de leur rêve, d'aller dîner avec leur mentor et de recevoir du counselling d'emploi ou professionnel. Félicitations aux trois gagnants : un nouvel entrepreneur, un pilote d'hélicoptère pour les Forces canadiennes et une maquilleuse... pendant un jour!!!

Le Salon des carrières, de l'emploi et de l'éducation 2004 de la 19^e Escadre Comox

Le 3^e salon annuel des carrières, de l'emploi et de l'éducation de la 19^e Escadre Comox, tenu le 9 février et organisé par le comité de la 19^e Escadre, a été couronné de succès. On comptait parmi les 45 exposants cette année les établissements d'enseignement habituels ainsi que de nouveaux exposants, tels la chaîne de restaurants *McDonald's*, la *Canadian Film and Acting School*, *Re-Max*, la Banque Royale RBC, le collège universitaire Okanagan, *JobWave* et *Triumph*. Nous avons reçu de nombreux commentaires positifs tant du grand public que des exposants, notamment : « activité bien organisée », « accueil très chaleureux », « personnel et bénévoles sympathiques et serviables », « excellent aménagement », « grande variété d'exposants », « très instructif », « activité communautaire fantastique » et « nous avons hâte au prochain salon ».

Nous avons apporté un changement à l'activité cette année : la couleur thème était l'orange. Tous les bénévoles portaient des T-shirts oranges, ce qui les rendait très visibles et plus en mesure d'aider les visiteurs et les exposants. Nous avons également aménagé un « coin tranquille » afin de permettre aux participants de remplir des demandes d'emploi; les exposants ont vraiment aimé l'idée. Plus de 700 personnes des quatre coins de l'île se sont présentés, y compris des autobus d'école bondés provenant des villes en périphérie.

Ce salon est le fruit des efforts conjugués du CRFM, du personnel de l'officier de sélection du personnel de l'Escadre, et des 70 bénévoles à l'échelle de l'Escadre. Sans leur dévouement et leur engagement, cette activité n'aurait pas pu voir le jour. Merci à tous ceux et celles qui ont contribué au succès du salon.

La 3^e soirée spa annuelle pour les dames a connu un succès retentissant

Par : Susan Murray, Coordonnatrice du programme Information et orientation, CRFM Comox

Le vendredi 14 novembre, nous avons tenu notre 3^e soirée spa annuelle pour les dames afin de souhaiter aux nouvelles venues la bienvenue à la 19^e Escadre Comox. La soirée spa, qui permet aux dames de s'amuser, relaxer et se dorloter, a été l'objet de critiques élogieuses. Cette soirée donne l'occasion aux conjointes de militaires ou aux membres féminins des FC qui arrivent dans la vallée, ainsi qu'à celles qui sont ici depuis un certain temps, d'établir des contacts tout en prenant connaissance des merveilleux services offerts dans la vallée. Les dames s'abandonnent au plaisir divin que procurent le massage, la réflexologie, la manucure, la pédicure, le facial, la coiffure et bien d'autres. Tous les animateurs de cette activité offrent leur temps et leurs services gratuitement. Le taux de participation cette année a battu tous les records : 93 dames et 25 animateurs.

Avec l'aide du personnel du CPSL, nous avons pu utiliser la quasi-totalité du centre communautaire et de conditionnement physique pour les fins de l'activité. La pièce centrale est la piscine, où nous créons une atmosphère de détente et de confort – lumière tamisée, quatuor jouant de la musique dans un coin, kiosques individuels pour les animateurs et boissons mousseuses



et nourriture gratuites. Les dames peuvent se baigner ou se prélasser dans la cuve thermale entre chaque séance. La pièce d'aérobic est transformée en mini salon de beauté avec salle d'attente douillette – divan, revues et musique douce compris. Elles peuvent ensuite passer aux salles de cours et de conférence pour participer à des séances de groupe amusantes telles la fabrication de baume pour le bain, l'art *mendi* et le toucher thérapeutique.

De nombreuses entreprises dans la vallée de Comox ont fourni de merveilleux prix de présence, y compris des paniers-cadeaux, du champagne, des séances au tout nouveau spa hydro et des chèques-cadeaux d'entreprises locales.

Toutes ont bien joui de la soirée, qu'elles ont qualifiée de « merveilleuse et relaxante », en ajoutant que c'était « un très bel accueil à Comox » et « sensationnel! J'ai adoré faire connaissance avec les nouvelles arrivées ».

Un gros merci à tous les membres du personnel, les bénévoles ainsi que les entreprises locales, qui ont contribué au grand succès de cette impressionnante activité.

Services de soutiens aux déploiements...

La Campagne du ruban jaune s'ouvre à Borden

La « plus grande Campagne du ruban jaune au monde » est arrivée à Borden. Sur l'invitation lancée par le CRFM Edmonton à tous les CRFM à participer à leur campagne très réussie, le Centre de ressources pour les familles des militaires Borden a amorcé la Campagne du ruban jaune en janvier 2004. Le programme de soutien aux déploiements a pris la Campagne en charge, et tous les produits de la vente des épinglettes serviront aux activités et projets qui appuient les familles des militaires déployés. Le taux de déploiement à Borden n'est pas élevé, mais cette situation entraîne d'autres défis. Les familles risquent de recevoir un soutien limité, tant sur le plan global ou de l'unité lorsque peu de militaires sont déployés. De plus, les familles sont plus isolées au sein de la communauté, car il y a peu de chances qu'un de leurs voisins ou amis vive la même situation au même moment; le soutien devient alors très limité. L'équipe de soutien aux déploiements est à promouvoir la Campagne dans la base et espère élargir la campagne à l'ensemble de la communauté. Le CRFMB se réjouit d'avance du succès de la campagne.

CRFM Petawawa « Nous appuyons nos troupes » (panneaux)

Par : Diane Carlucci

Lors des derniers déploiements, Valerie Hyska désirait faire quelque chose pour remonter le moral des soldats et des familles des militaires dans sa communauté et dans le pays. Elle a créé des panneaux annonçant au quartier, à la communauté et au monde que « Nous appuyons nos troupes ».

L'idée du panneau lui est venue durant une conversation à l'heure du souper avec sa famille à Petawawa. Elle est conjointe de militaire et chef de la promotion au *Moncion Grocers Petawawa Market*, et son époux était affecté à l'op Athena en Afghanistan. Ce dernier faisait partie de la 2^e *Royal Canadian Horse Artillery* durant la rotation 0. Avant le départ de son époux, elle sentait le besoin de faire quelque chose. Elle voulait que son mari ainsi que les autres soldats sur le point de quitter sachent qu'ils n'étaient jamais loin de ses pensées. De là est née l'idée des panneaux.

Elle a lancé l'idée à M. et M^{me} Moncion, propriétaires d'une épicerie de Petawawa, et ils l'ont appuyée sans réserve. En plus de financer le projet en versant les fonds nécessaires à l'achat de 500 panneaux à la fois, ils ont fourni l'endroit pour vendre les panneaux – leur épicerie.

Les panneaux étaient vendus au détail à 5,99 \$, taxes non comprises, et 0,50 \$ provenant de la vente de chaque panneau étaient versés au Centre de ressources pour les familles des militaires Petawawa aux fins des services de déploiement.

Ce projet a connu un grand succès dans notre communauté et Valerie était emballée par l'attention qu'il a obtenue à l'échelle provinciale et nationale. Près de 3 000 soldats de la Base des Forces canadiennes Petawawa ont été déployés en Afghanistan et en Bosnie cette année. Puisqu'un si grand nombre de membres importants de notre communauté et d'autres communautés partout au pays participaient à ces déploiements, Valerie et son comité ont cru que le moment ne pouvait être mieux choisi pour leur montrer que la communauté toute entière les appuyait de façon très concrète.

Pour obtenir plus d'information sur les panneaux « Nous appuyons nos troupes », communiquez avec Valerie au (613) 687-5000. Merci, Valerie, de nous avoir donné l'occasion de montrer à nos soldats qu'ils occupent une place importante dans nos esprits et dans nos cœurs.

La Campagne du ruban invisible du CRFM de la RCN est visiblement réussie

Le 3 novembre, la Campagne du ruban invisible du Centre de ressources pour les familles des militaires (CRFM) de la région de la capitale nationale (RCN) était lancée. Les invités d'honneur, soit le ministre de la Défense nationale, l'honorable John McCallum, et la sénatrice Lucie Pépin, ont aidé les bénévoles du Centre à fabriquer des rubans invisibles, qui ont été distribués par milliers à l'échelle de la RCN.



L'attention de la télévision locale a certes contribué à l'immense succès du lancement de la Campagne – le téléphone du CRFM-RCN n'a pas dérogé. Les gens désiraient tous savoir où se procurer le ruban. Le Parlement a également eu vent de la Campagne, car la Chambre des communes a offert son appui.

« J'espère que tous les députés ainsi que tous les Canadiens se joindront à moi pour porter un ruban invisible, afin de montrer que nous remercions profondément nos militaires et leurs familles de leur bon travail », a déclaré M. Sarkis Assadourian, le député libéral de Don Valley-Nord, en s'adressant à la Chambre le 31 octobre 2003.

En distribuant les quelque 5 000 rubans invisibles partout dans la région, le CRFM-RCN a eu l'occasion au cours des derniers mois de constater le fruit de ses efforts. « Je félicite chaque personne qui a trimé dur pour mener cette campagne à bien. C'est un témoignage d'appui aux familles des militaires. C'est important que les familles des militaires en soient conscientes », a affirmé Maureen McCann, conjointe de militaire et employée du CRFM.

Repas de Noël aux spaghettis à Gander

Par : Julie Tolmie, coordonnatrice du soutien aux déploiements

Chaque année, le Centre de ressources pour les familles des militaires Gander fait parvenir des colis de Noël aux militaires affectés à l'étranger et à Alert. Ces colis sont remplis d'articles donnés par des entreprises locales et des particuliers. Toutefois, la campagne de cette année ne semblait pas être aussi efficace et, puisque nous ne voulions pas décevoir nos soldats, nous avons trouvé une autre façon de recueillir des fonds pour nos colis de Noël.

Nous avons demandé à Dominion, une épicerie locale, si nous pouvions utiliser sa salle communautaire aux fins de notre levée de fonds. Dominion fournissait toute la nourriture, nous fournissions le personnel, et les recettes nous revenaient en totalité. Quelle bonne affaire! Nous avons servi environ 75 personnes et amassé un total de 370 \$!

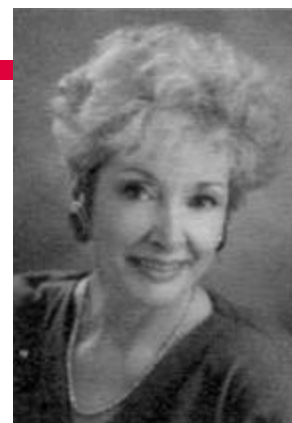
Cette levée de fonds est une réussite à bien des égards. Non seulement nous avons réuni suffisamment de fonds pour expédier 40 gros colis bien garnis à l'étranger, mais nous avons également eu l'occasion d'établir des contacts avec des ressources au centre-ville. Il s'agissait aussi d'une belle occasion de relations publiques. Et la réaction des soldats a été des plus positives.



Tout un conseil!

Rubrique destinée aux membres des conseils d'administration des CRFM/C

Embaucher la « bonne » personne dans le poste de directeur exécutif/ directeur Processus de sélection ciblé (suite du décembre 2003)



Lorraine Stewart, CRHA

4. Stratégie media et marketing – Partie 2

Texte publicitaire : (tiré de votre description de poste pour le DE et le profil)

L'introduction est habituellement le titre du poste – Directeur exécutif

Utilisez des adjectifs descriptifs pour donner au lecteur une idée de l'organisation, de la nature du poste et du genre de personne que vous recherchez. Recherchez la SIMPLICITÉ, LA PRÉCISION ET LA CONCISION! ATTIRANT ET INSTRUCTIF.

Exemple : « Une organisation multiprogramme sans but lucratif jouissant d'une très bonne réputation, le (nom) Centre de ressources pour les familles des militaires (endroit), au service de plus de ____ mille familles de militaires, est à la recherche d'un chef dynamique et efficace pour remplir le poste de directeur exécutif. » Le candidat idéal possédera une expérience fructueuse de la gestion axée sur les résultats, des qualités manifestes de chef et des aptitudes à communiquer et à élaborer des programmes; connaîtra les besoins des familles des militaires et fera preuve d'un dévouement complet envers le secteur bénévole et les organisations sans but lucratif. Pour assurer le progrès continu du CRFMS, le candidat doit avoir à son actif des réalisations en matière de gestion efficace du changement et de développement communautaire. Le candidat idéal aura également les caractéristiques suivantes : intégrité, initiative, énergie, enthousiasme et influence. Une expérience ou des antécédents militaires et la connaissance du français sont des atouts. Différentes combinaisons d'études et d'expérience seront considérées, et l'importance sera accordée à l'étendue de l'expérience relative à la gestion de même qu'aux résultats prouvés au sein d'organisations sans but lucratif.

Dans chaque cas, adaptez votre texte au groupe cible. P. ex. : pour votre texte publicitaire national, ajoutez quelques caractéristiques de votre ville, vos ressources, votre climat, etc. (Le comité de sélection pourrait faire une séance de remue-ménages afin de déterminer les « avantages » de la vie dans cette communauté – à partir de votre liste d'idées, sélectionnez-en quelques-unes et incorporez-les dans votre « marketing », qu'il s'agisse de courriels, de lettres ou de textes publicitaires – votre objectif est d'attirer les meilleurs, et d'informer et d'influencer l'intérêt en faisant valoir vos caractéristiques.

----- est une communauté active de 3 000 personnes, aux abords de la mer, où la pêche, les sports nautiques et les activités récréatives de plein air abondent. À 20 minutes de la (ville), le (endroit) jouit d'un climat modéré toute l'année.

Que ce soit un courriel, une note de service, une lettre ou un texte publicitaire, il faut toujours terminer en indiquant la date limite. En général, deux semaines après la parution du texte publicitaire laissent suffisamment de temps aux personnes intéressées pour répondre. Si vous le désirez, vous pouvez ajouter : « pour plus d'information, communiquez avec ____ au ____ (no tél. ou adresse de courriel).

Lorsque vous convenez de vos marchés cibles, des médias, des messages, des dates relatives à ces derniers et des dates limites pour les demandes d'emploi, vous devez À CE MOMENT fixer les dates auxquelles le comité de sélection se rencontrera pour examiner les demandes et donner les entrevues. L'erreur classique que les organisations commettent dans le processus d'embauche est d'attendre d'avoir reçu les demandes. Vous risquez de perdre les meilleurs candidats et pouvez donner l'impression que de pourvoir à ce poste essentiel dans votre organisation n'est pas une grande priorité. Chaque geste que vous posez transmet un message positif ou négatif à propos de votre organisation. Votre rôle en matière de relations publiques dans ce processus est crucial. Idéalement, le comité de sélection doit se réunir le lendemain de la date limite. Fixez vos dates d'entrevue une à la suite de l'autre au plus tard une semaine après la présélection. P. ex. : vous annoncez le poste le 10, le concours se termine le 24. Vous procédez à la présélection le 25 ou le 26 et accordez les entrevues la semaine du mois suivant – environ du 3 au 5. Vous informez tous les intervenants des dates fixées (p. ex. réceptionniste ou commis qui communiquera avec les candidats sélectionnés pour l'entrevue).

N'oubliez pas de réserver la salle de conférence ou le bureau qui servira aux entrevues. L'idéal est de donner les entrevues dans votre CRFM, dans une pièce privée qui conviendra au comité d'entrevue et au candidat. Nous aborderons le cadre d'entrevue « professionnel » dans un autre article.

Dans le prochain numéro, sujet 5 – Présélection des candidats.

Nota: Quoique la DSFM reconnaît que les Conseils consultatifs n'ont pas l'autorité d'embaucher, ils ont par contre, un rôle à jouer dans l'embaucher d'un directeur de CRFMC.

La Ligne des ressources humaines

offert avec les compliments de *HR Group Management Consultants*

La gestion du rendement débute avant l'embauche... Elle incombe tant au surveillant qu'à l'employé

Le directeur exécutif est responsable devant le conseil de la productivité et du rendement de chaque employé à l'Agence. Cette responsabilité peut être déléguée aux surveillants, lesquels sont alors responsables devant le directeur exécutif.

Le conseil est chargé de la productivité et du rendement du directeur exécutif. Il ne peut déléguer cette responsabilité. Il doit y avoir des procédés et des politiques en place afin d'assurer que cette responsabilité n'est pas déléguée. Le conseil se tient lui-même responsable.

Sachez ce que vous recherchez

Pour chaque poste dans votre agence, il devrait y avoir une vision et des attentes claires en ce qui a trait à ce qu'il faut pour réussir dans le poste. Les employés doivent être engagés ou nommés à des postes en sachant ce qui suit :

- Connaissances – acquises dans un établissement d'enseignement ou non, selon le poste
- Compétence – capacité « technique »
- Expérience – d'un contexte ou poste semblable ou identique
- Attitudes et comportement – souvent négligés mais les plus importants; « la façon » dont les choses sont faites.

Assurez à votre employé un bon départ

Planifiez le processus d'orientation et précisez vos attentes. Indiquez à l'employé quelles ressources sont à sa disposition et où il peut les trouver. Aidez-le à fixer des priorités. Déterminez le plan de formation.

Fournissez des commentaires à l'employé

Dites-lui comment il se tire d'affaire. Demandez-lui ce que vous pouvez faire pour l'aider, ce dont il a besoin. Soyez son moniteur. **Dites**-lui comment il doit s'y prendre, **Montrez**-lui comment s'y prendre, **laissez**-le faire, **surveillez**-le et faites-lui des commentaires. Pour être efficaces, les commentaires doivent être formulés en temps utile.

Concentrez-vous sur le perfectionnement de l'employé

Conseillez, faites des commentaires, évaluez et faites d'autres commentaires. Une **évaluation** annuelle du rendement permet de résumer les commentaires et d'établir des plans pour la prochaine période, en fixant des objectifs et des buts appropriés.

Imposez une mesure disciplinaire uniquement en dernier recours

Si vous êtes convaincus que vous avez précisé vos attentes, assuré l'encadrement nécessaire, fait des commentaires en temps opportun, et que l'employé aurait dû être au courant des exigences, amorcez un processus de discipline progressive.

Les employés partagent la responsabilité de leur rendement

Si les attentes ne sont pas claires, demandez-lui : « Suis-je sur la bonne voie? »

Si le surveillant ne fait pas de commentaires, demandez-lui : « Comment est-ce que je me tire d'affaire? »

La ligne d'aide téléphonique des RH est mise à votre disposition : 1 888 474-5463. Nous pouvons vous conseiller et vous outiller en matière de gestion du rendement. Aidez-nous à rendre cette chronique utile et pratique. Transmettez-nous par courriel vos idées d'articles ou les questions touchant la gestion que vous aimeriez que nous abordions à hrgroup@hrconsulting.com.



L'équipe de hockey junior majeur des Halifax Mooseheads en visite a Shearwater

Ils ne se sont pas fait prier pour jouer contre leurs héros du hockey : plus de 40 pré-adolescents et 25 adolescents se sont présentés pour jouer au hockey en salle. C'était une soirée de sport amical palpitante! Quatre membres de l'équipe de hockey junior majeur des Halifax Mooseheads ont bien illustré ce qu'est le bénévolat communautaire. Pendant trois heures, les Mooseheads ont joué contre

les pré-ados, les ados et même certains parents, qui n'ont pu laisser passer l'occasion de jouer contre les futures étoiles de la LNH!

Les membres de l'équipe de hockey des Mooseheads présents étaient Jason Churchill, gardien de but; Jan Steber, avant; Justin Saulnier, centre/ailier et Jimmy Sharrow, défense. Les Thrashers ont choisi Sharrow à titre de recrue pour Atlanta au quatrième tour, le classant ainsi au 110^e rang au repêchage de la LNH pour 2003.

Les quatre joueurs des Mooseheads se sont mesurés aux Flyers de Shearwater, quelque peu en désavantage numérique, et ont su démontrer leurs talents. Qu'il s'agisse des passes, des lancers ou du maniement du bâton, leur forme et leur précision étaient sans pareilles. Nous nous entraînons déjà pour l'an prochain et sommes enchantés à l'idée de recevoir les Moosheads de nouveau à Shearwater!

La fête annuelle des patineurs du Centre de ressources pour les familles des militaires Goose Bay

Par : Donna Smart, Coordonnatrice du programme Enfance et jeunesse et des services de garde en cas d'urgence

Le 8 février 2004, le CRFM Goose Bay a tenu sa fête annuelle des patineurs à l'aréna *E.J. Broomfield*. La fête a connu un succès retentissant – environ 60 personnes y ont pris part. Les enfants de tous les âges se sont amusés sur la glace – depuis les bambins en pousse-pousse jusqu'aux plus vieux qui montraient leurs prouesses en patins. Tous se sont bien amusés. Le patinage a duré une heure, puis on a servi du chocolat chaud et des biscuits faits maison. À part quelques chutes et pieds endoloris, tous les participants ont grandement apprécié l'après-midi et sont enchantés à la perspective de la prochaine activité familiale.

Nouvelle tendance chez dK Wear en tant que boutique de ressources des familles des militaires à Trenton

Tina Barker est propriétaire de *dK Wear*, une entreprise qui vient d'ouvrir ses portes à Brighton et qui offre aux adolescents et aux jeunes adultes de la mode haute couture à des prix abordables. Tina a mis son esprit novateur au service de la communauté, en particulier la communauté militaire : les familles de militaires dans la région de Brighton n'ont pu à faire le trajet jusqu'au CRFM Trenton pour y déposer leurs lettres à l'intention d'un être cher en déploiement. Ils peuvent tout simplement déposer leurs colis et leurs lettres chez *dK Wear*. Tina et son époux, le Caporal-chef Brian Barker, ont en outre aménagé un endroit douillet dans un coin de leur magasin où les membres des familles des militaires peuvent s'asseoir, siroter un café et prendre connaissance des activités et programmes organisés par le CRFM.

Bibliothèque pour enfants privilégiant l'alphabétisation

Par: Eva Marks Maclsaac, Représentante régionale de la DSFM

Il y a près d'un an, en avril 2003, le CRFM St. John's célébrait l'inauguration de sa bibliothèque pour enfants privilégiant l'alphabétisation. Cette heureuse initiative commune a été financée par le conseil d'alphabétisation provincial. Lors de l'inauguration de la bibliothèque, tous les enfants ont reçu un sac fourre-tout fait à la main ainsi qu'un livre et de l'information pour les parents sur l'alphabétisation. On a de plus introduit le nouveau logo d'alphabétisation du CRFM, « Le plaisir de lire » (*Reading Right On*). Au cours de l'an dernier, le CRFM a continué d'encourager les parents et les enfants à se rendre à la bibliothèque à l'heure du conte habituelle ainsi qu'à n'importe quelle autre heure qui leur convient. On invite les enfants à rapporter des livres à la maison. Depuis, le Centre a créé une section de livres pour les bambins. Nous nous engageons à inscrire l'alphabétisation aux programmes des CRFM. Les enfants disposent maintenant d'un endroit bien à eux dans l'aire de lecture pour lire leurs livres préférés.

Les vedettes du CRFM de Montréal!

Par : Line Bellavance, coordonnatrice Programme Information et orientation

Pour ceux et celles qui ont suivi le jeu télévisé *L'Union fait la Force* durant la semaine du 26 janvier, vous savez déjà que nous y avons participé. Notre équipe, représentée par Nathalie Girard-Berg, Julie Tremblay, moi-même et le comédien M. Denis Bernard, affrontaient des adversaires admirables dans une lutte très serrée. Les résultats: le CRFM a remporté 4000\$.

Quelle expérience! Que dire? Cette expérience restera dans les annales du Centre et dans nos mémoires. Nous y avons participé avec enthousiasme, en espérant faire bonne figure et tout au plus, j'espérais revenir avec 1000\$ pour financer nos activités. L'aventure s'est avérée toute autre, à notre grand bonheur.

Le départ. Le départ fut quelque peu pénible. M. Bernard, nous confiait au début de l'enregistrement: «Les filles, ne comptez pas trop sur moi, je ne suis pas très bon à ce genre de jeu!». Et notre amie Julie, qui connaissait deux des trois concurrents de l'équipe adverse, nous disait: «Je connais ces deux-là et ce sont des *bolles*». Bonjour la pression!

La lancée. Après avoir perdu le premier *match*, sans être découragés, nous sentions la tension monter et la pression de nos supporteurs, qui plaçaient beaucoup d'espoir dans notre réussite. Par chance, la première émission a fini par nous *défiger*. Où tout est une question de rapidité, nous avons envoyé la vapeur. Nous y avons mis toute notre énergie (jusqu'à me blesser au pouce... et ce n'est pas arrangé avec le gars des vues!). Même M. Bernard nous a vraiment épatées par ses réponses aussi justes que rapides. Je crois que sans lui, notre performance n'aurait sans doute pas été aussi glorieuse.



Nos supporteurs. Et que dire de nos supporteurs?! Ils ont fait plus qu'être une partie de l'équipe, ils ont été le moteur de notre motivation avec leur encouragement et un précieux secours lors des jeux collectifs, où ce sont eux qui nous ont fourni les bonnes réponses! Sans leur énergie, leur enthousiasme et leurs paroles encourageantes, la semaine aurait peut-être eu l'allure du premier *match*. Un grand merci à tous et à toutes pour votre présence.

Le résultat. Au plus grand bonheur de Nathalie, animatrice au centre des Jeunes et initiatrice de cette aventure, nous sommes allées au-delà de nos espérances. Nous espérions secrètement gagner deux ou trois émissions... mais quatre, quelle belle surprise! Merci encore à tous ceux et celles qui, de près ou de loin, ont contribué à ce beau succès.

Direction des Services aux familles des militaires
245, rue Cooper pièce 615
Ottawa (Ontario) K2P 0G2
TÉLÉCOPIEUR: (613) 995-2178

QUARTIER GÉNÉRAL
Celine Thompson, Directrice
(613) 992-0255
Thompson.CA@forces.gc.ca

Francine St-Amour
(613) 995-6792
St-Amour.FC@forces.gc.ca

Beverly Weber
(613) 992-7516
Weber.BJ@forces.gc.ca

Michel Morency
(613) 995-8480
Morency.M@forces.gc.ca

Christine Sulek
(613) 995-5234
Sulek.CT@forces.gc.ca

ÉLABORATION DES POLITIQUES ET DES PROGRAMMES

Alla Ivask
(613) 992-9656
Ivask.AG@forces.gc.ca

Maureen Kellerman
(613) 992-1327
Kellerman.MEK@forces.gc.ca

Linda Tyrrell
(613) 992-1877
Tyrrell.LM@forces.gc.ca

Anne-Marie Vaz
(613) 992-2328
Vaz.AM@forces.gc.ca

OPÉRATIONS RÉGIONALES

Celeste Gotell
(613) 995-5608
Gotell.CM@forces.gc.ca

Madeleine Lafleur
32 65 446018
Lafleur.M2@forces.gc.ca

Eva Marks MacIsaac
(902) 893-7735
evamac@ns.sympatico.ca

Sue McCormack
(613) 634-9449
ontariorep@cogeco.ca

Jackie Specken
(780) 989-3479
prairierep@shaw.ca

Andrew Webb
(418) 829-0826
ajwebb@videotron.ca

Offert avec les compliments de Aimee Igloliorte-Coordonnatrice du marketing, Services financiers RARM. Pour en savoir plus sur la façon dont les familles des militaires peuvent tirer profit des services qu'offrent le RARM, rendez-vous à leur site Web à www.sisip.com ou composez le 1 800 267-6681 (ou le 233-2177 à Ottawa).

Offert par les Services financiers du RARM (SF RARM). Pour en savoir plus sur la façon dont les familles de militaires peuvent tirer profit des services qu'offrent les SF RARM, rendez-vous à leur site Web à www.sisip.com ou composez le 1 800 267-6681 (ou le 233-2177 à Ottawa).

La vie des familles de militaires peut représenter des défis, surtout lorsqu'un être cher est affecté dans le théâtre d'opérations. Les Services financiers du RARM (SF RARM) offrent des produits et services qui peuvent rendre cette expérience plus facile pour les conjoints et les familles de militaires déployés.

Bien que les SF RARM offrent de l'assurance vie pour protéger les familles des membres des Forces Canadiennes (FC) en déploiement pendant les groupes d'aide au départ, il est important que les conjoints connaissent les services auxquels ils ont accès pendant l'affectation du membre. Par exemple, les conseillers financiers des SF RARM peuvent offrir des services comme de l'aide pour établir des budgets et négocier avec les créanciers, des fonds d'urgence, etc. Dans l'éventualité d'une situation financière urgente, le conseiller financier est en mesure d'aider le conjoint en cernant la nature et l'ampleur du problème, en dressant un plan d'action pour corriger la situation et en aidant le conjoint à mettre le plan en oeuvre.

Il est également essentiel que les conjoints de militaires déployés sachent que, à titre de client des services de planification financière des SF RARM, ils ont accès à un planificateur financier qui peut prodiguer des conseils objectifs et offrir d'autres services financiers comme la préparation de déclarations de revenus. De plus, ils devraient s'assurer d'obtenir une procuration ou une lettre datée et signée du membre des FC avant son déploiement afin de pouvoir accéder aux renseignements sur leurs contrats d'assurance vie des SF RARM.

Les SF RARM sont fiers d'affirmer leur présence dans la communauté militaire et de contribuer à la qualité de vie des familles de militaires et vous remercient à l'avance d'aider à les tenir au courant des produits et services auxquels elles ont accès.

Dans le prochain numéro, vous trouverez des renseignements sur l'aide que les SF RARM peuvent offrir aux familles des militaires après le déploiement.

Artiste acclamée d'Ottawa est employée du CRFM

Née à Montréal, fille d'un artiste, Monique Geishardt a toujours privilégié l'art dans sa vie. Devenue épouse militaire (et plus récemment, membre du personnel du CRFM au Centre des carrières), elle a soumis et certaines de ces photographies noir et blanc et coloriées au pinceau au concours de photographie des Forces Canadiennes en 1995 et 1996 et a gagné un prix pour chacune. Elle se voit décerner le titre de « Photographe amateur de l'année » en 1996, la première femme à remporter cet honneur.

En raison de son succès, Monique penche ses talents d'artiste sur la restauration de photographies, et devient spécialiste de l'art perdu du coloriage à la main. L'an 2001 marque le 5^e anniversaire de son implication dans cette activité. Plusieurs collections d'œuvres restaurées ont été exposées dans diverses bibliothèques de la ville en l'an 2002.

Faire revivre de vieilles photographies est sans aucun doute un travail enrichissant, mais la photographie artistique est l'activité qui lui tient le plus à cœur. Elle consacre les deux dernières années à la création et à l'organisation d'une exposition, « **Portraits - Regard sur la vie** ». Si vous souhaitez voir les œuvres qui font partie de cette exposition, vous pouvez visiter son site Web à www.mgeisartphoto.com.