



NOTRE MISSION

La mission d'ALAC est d'offrir des services de soutien aux personnes immigrantes, aux réfugiés(es) et aux membres des communautés culturelles dans le besoin.

Accompagner, aider et soutenir les personnes immigrantes dans leur processus d'adaptation et d'intégration socio-économique à la société d'accueil.

CONTEXTE ET SERVICES

- Accueillir la personne immigrante dès son arrivée et répondre à ses besoins immédiats.
- **Aider, soutenir, informer et orienter** les personnes immigrantes et leurs familles dans leurs démarches d'établissement, à leur nouvelle société.

CONTEXTE ET SERVICES

- Favoriser leur intégration sociale et professionnelle en créant des projets novateurs et en mettant en œuvre des services diversifiés et adaptés à leurs besoins.
- Favoriser la création des projets de **formation linguistique**, sociale ou professionnelle pouvant permettre l'insertion sociale ou professionnelle de personnes immigrantes défavorisées.

CONTEXTE ET SERVICES

- Défendre et promouvoir les intérêts des personnes dans le besoin exclues du marché du travail ou de la société.
- Promouvoir et accompagner la personne immigrante dans l'utilisation des ressources et des services offerts par le milieu.
- Faciliter leur intégration socioéconomique par le biais de **nos services d'employabilité.**

CONTEXTE ET SERVICES

- Favoriser le rapprochement entre les personnes immigrantes et les membres de la société d'accueil, en leur offrant toute l'information nécessaire.
- Promouvoir la participation active des immigrants au sein de la communauté.

CLIENTÈLE DÉMOGRAPHIQUE

- 60 % femme 40 % homme
- 75 % ont entre 30 et 54 ans
- La majorité sont des résidents permanents

CLIENTÈLE DÉMOGRAPHIQUE

- Ils proviennent en majorité de l'Amérique du Sud (25 %), de l'Afrique orientale (12 %), de l'Europe Orientale (12 %)
- Langues maternelles : espagnol (46 %) et mandarin (25 %) prédominant
- Ils sont travailleurs qualifiés (70 %) universitaires (63%)

CLIENTÈLE ++

- La majorité possède un cellulaire et une page ***Facebook***
- Le lieu physique semble être une référence
- Le contact humain est important
- Se déplace pour information

PROBLÈMES OU BESOIN

BRANDING

Les gens ne connaissent pas tous les services que donne l'organisme. Même s'ils utilisent un service, ils ne sont pas familiers avec les autres. **Ils ne reconnaissent pas les trois axes de services d'ALAC (emploi, francisation et intégration sociale)**

- Beaucoup d'organismes offrent des services semblables. [PROMIS](#), [SIARI](#) par exemple.

PROBLÈMES OU BESOIN

Clarifier l'offre selon les 3 axes

- emploi, francisation et intégration sociale

- *Développement de la communauté ALAC pour qu'elle s'auto-suffise à la suite de son passage.*
- *Démontrer les réussites, les actions, l'envergure des actions.*

PROBLÈMES OU BESOIN

COUPURES DE FINANCEMENT /bailleurs de fonds.

Demande grandissante (env. 50 000 nouveaux immigrants/année)

Défendre la raison d'être de l'organisme, les besoins, les bons coups...

PROBLÈMES OU BESOIN

IMPORTANT

Intemporalité des outils de promotion.

Par ex. : 3 affiches de notoriété, espace blanc dans le bas pour inscrire les activités concernant un axe.

PROMOTION d'ALAC

- Bouche à oreille :
 - par les autres organismes communautaires
 - par le ministère de l'Immigration.
- Affiches :
 - créées sans couleurs définies ou messages précis, artisanal.
- Dépliants :
 - Bilingue français/espagnol et bilingue anglais/français.

PROMOTION d'ALAC

- Cartes d'affaires
- Internet :
 - Site Internet peu utilisé (la clientèle se rend au bureau d'ALAC pour information)
- Slogan (+ ou – officiel):
 - Alliance pour l'accueil et l'intégration des immigrants(es).
- Logo :
 - Représente les continents;
 - On est ouvert à son amélioration.

