

Dossier sur l'image de marque – Changer les mentalités

Changer les mentalités, une marque en évolution

Changer les mentalités, initiative affiliée à la Commission de la santé mentale du Canada (CSMC), est en pleine évolution. De grands changements s'opèrent dans le milieu de la santé mentale et des soins de santé, et nous reconnaissons qu'il est temps de renforcer la communication d'une promesse de marque mieux adaptée.

Un aperçu de notre marque et de nos activités

Promesse de la marque

Changer les mentalités est une marque phare regroupant plusieurs sous-marques de programmes éducatifs et de formation.

Changer les mentalités représente le pilier conceptuel et le moteur de nos recherches, ressources et programmes de formation destinés à susciter un changement culturel et à faire progresser les attitudes et les connaissances en matière de santé mentale. En réduisant la stigmatisation et en sensibilisant les gens à la santé mentale, les programmes de formation Changer les mentalités entendent modifier les comportements et les attitudes à l'égard des personnes vivant avec une maladie mentale, de sorte que celles-ci soient traitées équitablement et considérées comme des citoyens à part entière capables de contribuer à la société à l'instar de quiconque.

Les sous-marques de Changer les mentalités :

Premiers soins en santé mentale

Les premiers soins en santé mentale sont l'aide offerte à une personne qui est en train de développer un problème de santé mentale, dont l'état s'aggrave ou qui traverse une crise psychologique. Tout comme les premiers soins physiques fournis aux personnes blessées en l'attente d'un traitement médical, les PSSM sont prodigués en attendant qu'un traitement approprié soit trouvé ou jusqu'à ce que la crise se résorbe.

Nous avons dispensé notre cours de Premiers soins en santé mentale à près de 600 000 participants répartis sur plus de 5000 communautés et dans plus de 14 000 organisations partout au pays.

PSSM offre des formations directes ainsi que des formations des formateurs. Le programme PSSM propose également des cours personnalisés destinés à un grand nombre de gens et de professionnels, notamment les jeunes, les vétérans, les aînés, les services de police, les Premières Nations, les Inuits et les populations du Nord.

L'esprit au travail

L'esprit de travail (EAT) est un programme fondé sur des données probantes et basé sur des pratiques, des recherches et des méthodologies exemplaires. Il est conçu pour promouvoir la santé mentale et réduire la stigmatisation entourant la maladie mentale en milieu de travail. Le programme EAT fait partie de l'effort systématique le plus important de l'histoire du Canada consacré à réduire la stigmatisation entourant la maladie mentale.

En luttant contre la stigmatisation et la discrimination, EAT permet aux organisations de mettre en place une culture qui favorise la sensibilisation et le soutien à la santé mentale dans le cadre du travail. Les cours sont proposés aux employés et aux gestionnaires, en plus des formations de formateurs. EAT propose des cours sur mesure destinés à de nombreux individus et professionnels, notamment les premiers intervenants (policiers, ambulanciers, pompiers, etc.), les professionnels du droit, les étudiants de niveau postsecondaire, les travailleurs de la santé, les membres du secteur sportif (athlètes et entraîneurs), les fournisseurs de soins de santé bucco-dentaire, les ouvriers en bâtiment ainsi que les élèves de 14 à 18 ans en milieu scolaire.

L'esprit du travail est offert aux quatre coins du pays à près de 250 000 personnes dans presque 1000 organisations, parmi lesquelles WestJet, ATB Financial et Husky Energy.

L'esprit curieux

Le programme de formation L'esprit curieux, postsecondaire, fondé sur des données probantes, est conçu pour aborder et promouvoir la santé mentale ainsi que pour réduire la stigmatisation associée à la maladie mentale dans les milieux scolaires. L'esprit curieux, postsecondaire, a été adapté à partir du programme éprouvé existant L'esprit au travail. Il a été présenté à plus de 6 000 étudiants et participants; il compte 190 formateurs actifs. Soixante-huit (68) établissements d'enseignement postsecondaire ont pris part aux cours de formation des formateurs et offrent maintenant des services d'animation dans leur établissement ou ont assisté à une séance organisée par la CSMC ou un organisme intermédiaire.

Comprendre la stigmatisation

La CSMC a adapté le cours Comprendre la stigmatisation à partir d'un atelier en personne conçu par des professionnels de la santé mentale et de la lutte contre la dépendance sous la direction du Réseau local d'intégration des services de santé du Centre (Ontario). Ce cours d'autoapprentissage gratuit est constitué de trois modules axés sur la sensibilisation, les répercussions de la stigmatisation ainsi que la lutte contre la stigmatisation et la discrimination.

Nous avons collaboré avec le Centre de toxicomanie et de santé mentale (CAMH) pour élaborer une version en ligne du programme. En plus d'être utilisé par des fournisseurs de soins de santé au Canada, il a été consulté par des professionnels dans une quarantaine de pays à travers le monde. Le programme figure également parmi les principaux éléments d'une nouvelle initiative de formation virtuelle destinée aux médecins de première ligne et au personnel paramédical des Caraïbes, d'Amérique centrale et d'Amérique du Sud, créée par la CSMC pour l'Organisation panaméricaine de la santé (OPS).

La vision et les principes directeurs de Changer les mentalités

L'énoncé de l'objectif de la CSMC est : « Inspirer l'espoir : nos vies en dépendent »

Vision de Changer les mentalités : Un monde où chacun s'efforce de promouvoir une bonne santé mentale, afin de permettre à tous de mener une vie épanouie.

Objectif de Changer les mentalités : Jouer un rôle de premier plan dans les programmes fondés sur des données probantes destinés à promouvoir le bien-être mental et la résilience ainsi qu'à éliminer la stigmatisation partout dans le monde.

Les principes directeurs guident ce que nous faisons et comment nous le faisons. Ils constituent des repères qui nous aident à prendre des décisions en plus de nous orienter vers la réalisation de notre vision et de notre mission.

- **Fondés sur des données probantes** : tous les programmes sont élaborés et mis en œuvre sur la base de recherches scientifiques axées sur le rétablissement.
- **Collaboration** : notre action est menée en partenariat avec des experts du domaine de la santé mentale et des personnes ayant un savoir expérientiel.
- **Centrés sur le client** : notre flexibilité et notre volonté de nous adapter aux besoins des clients renforcent la pertinence des programmes pour les apprenants et font de nous un partenaire privilégié en matière de santé mentale.
- **Chefs de file du changement** : nous demeurerons toujours à l'avant-garde de l'innovation en matière de santé mentale et nous serons le fer de lance de changements sociétaux positifs.
- **Centrés sur les personnes** : nous sommes déterminés à instaurer une culture diversifiée et inclusive qui tire parti des expériences et des connaissances de chacun.
- **Passion et intégrité** : notre équipe est attachée au bien-être mental de chacun et prêchera toujours par l'exemple.

Publics cibles

- Les organisations canadiennes et internationales
- Les employeurs et le personnel du secteur privé
- Les établissements d'enseignement postsecondaire
- Les associations professionnelles
- Les gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux du Canada

Positionnement global de la marque

- Premier acteur mondial en ce qui concerne la formation en matière de santé mentale et de bien-être; offre de programmes de formation fondés sur des données probantes et produisant de résultats concrets
- Services de consultation en santé mentale
- Partenariats et ventes à l'échelle internationale

- Partenariats sur la scène nationale (p. ex., compagnies d'assurance)

Objectifs du projet portant sur l'image de marque

La nouvelle image de marque de Changer les mentalités s'harmonisera avec celle de la CSMC, en tenant compte des principes, de l'apparence, du ton et de la philosophie de la marque.

- Priorité aux personnes
- Photographie comme pierre angulaire de la conception graphique
- Accrocheuse et simple
- Chaleureuse et bienveillante
- Authentique et inspirante
- Positive et optimiste
- Inclusion et diversité à tous égards
- Harmonisation avec la palette de la marque CSMC

Produits livrables et calendrier du projet

- Stratégie de marque, identité de marque et éléments de marque
- Logo de la marque et slogan (si nécessaire)

Budget du projet

Le budget prévu pour le projet est de 40 000 \$.

Critères d'attribution du projet

- Qualité du travail
- Expérience antérieure
- Respect de l'énoncé de conception
- Bon appariement avec l'organisme
- Livrables attendus
 - Réponse écrite au dossier
 - Exemples de travaux pertinents
 - Preuve d'expérience en matière d'accessibilité
 - Démonstration de l'engagement en faveur de l'équité, de la diversité et de l'inclusion
 - Témoignages (facultatif)

Coordonnées

Eric Gronke, CSMC

Courriel : egronke@commissionsantementale.ca

Téléphone : 613-290-6659