



BRUXELLES POUVOIRS LOCAUX
SERVICE PUBLIC RÉGIONAL DE BRUXELLES

SENSIBILISATION ET INFORMATIONS SUR LES CONGÉS DE PATERNITÉ





OBJECTIFS

Conscientiser les pères sur l'importance du rôle paternel et prévenir le risque de monoparentalité des mères en cas de séparation, promouvoir l'égalité des femmes et des hommes, changer les comportements, réduire les stéréotypes liés à la parentalité, améliorer le bien-être familial, avoir un impact durable sur les perceptions et les pratiques parentales.



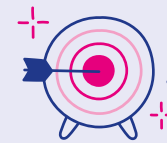
DURÉE

Minimum une journée par an pour avoir de l'impact et en complétant l'action par des rappels via divers canaux, afin de maintenir l'attention sur ces congés et les responsabilités parentales.



LIEU

Tout lieu communal permettant d'atteindre divers publics et de promouvoir efficacement les avantages des congés de paternité : près des guichets des services communaux, dans les crèches et les écoles, dans les centres de santé et/ou PMS, via l'ONE etc.



PUBLIC-CIBLE

- Tout public.
- Pères et futurs pères citoyens de la commune.
- Membres masculins du personnel communal.

DESCRIPTION DU PROJET

À la naissance d'un enfant, les congés parentaux sont majoritairement pris par la mère, alors que la parentalité n'est pas l'apanage exclusif des mères, mais concerne également les pères. Très peu d'hommes prennent des congés de paternité pour s'occuper de leur enfant nouveau-né. Pourtant, assumer le rôle de père dès la naissance de l'enfant permet de tisser des liens plus forts et d'investir davantage dans son éducation. La présence du père dès les premiers moments de la vie de l'enfant favorise également une répartition plus équilibrée des tâches domestiques et des soins, allégeant ainsi la charge de la mère.

Afin d'encourager et d'informer les nouveaux et futurs pères, tant biologiques que légaux, l'idée est d'organiser une activité de sensibilisation et d'information sur les avantages du congé de paternité ainsi que sur la législation en matière de congés parentaux. L'autre objectif de cette initiative est de promouvoir le partage des responsabilités au sein de la famille et de favoriser ainsi l'égalité. En effet, les tâches ménagères, éducatives et de gestion de la famille continuent d'imposer un fardeau disproportionné aux femmes en termes de charge de travail.

Concrètement, un stand pourrait par exemple être installé près du service Population, ou



dans tout autre lieu communal très fréquenté par les citoyennes, citoyens et les membres du personnel communal. Des informations détaillées sur le congé de paternité seront mises à disposition. Un membre du service pilote de l'action sera présent en compagnie d'une personne-ressource compétente en droit du travail, telle que l'Institut de l'Égalité des Femmes et des Hommes, pour garantir que les membres du personnel et les citoyennes et citoyens reçoivent des informations pertinentes et précises.



NOMBRE DE PARTICIPANTES MAXIMUM

Pas de maximum, le but étant d'atteindre un maximum de pères et futurs pères.

CRITÈRES À PRENDRE EN COMPTE

Messages clairs et convaincants : fournir des arguments et des informations précises sur les avantages et l'importance des congés de paternité ainsi que sur le rôle crucial des pères. Il est essentiel de mettre en valeur et de soutenir les pères et les futurs pères, en évitant tout message culpabilisant qui pourrait les mettre sous pression. L'objectif est de les informer et de les encourager positivement.

Viser la pérennité : l'événement en lui-même ne doit pas être isolé. Il est important de mettre en place un suivi et des rappels réguliers concernant les informations et le matériel fourni lors de la journée d'information. Ces ressources devraient être facilement accessibles et distribuables tout au long de l'année.

Contenu attrayant : lors de la journée d'information, l'utilisation de goodies, de musique et d'autres expériences agréables contribuera à attirer et à engager le public cible.

Le contenu informatif doit être visuellement attrayant et facile à manipuler, des supports tels que des dépliants, des brochures et des cartes sont pratiques. L'intégration de vidéos ou de présentations peut également aider à capter l'attention du public.

Moments stratégiques : il est important d'éviter les périodes où les gens sont moins réceptifs ou moins présents, telles que les congés scolaires, les week-ends, la rentrée scolaire et la période précédant les fêtes de fin d'année. Il est préférable de planifier la campagne autour de moments clés, comme les périodes où les naissances sont plus fréquentes ou lors d'autres journées de sensibilisation.

Engagement interne : impliquer les membres du personnel et les citoyennes et citoyens bénévoles est essentiel pour garantir le succès de la campagne. Leur soutien actif peut contribuer à élargir la portée de la campagne et augmenter l'impact.

Surveiller la législation : la législation sur les congés de paternité a évolué récemment, de nouveaux changements pourraient survenir. Il est important de maintenir les informations fournies à jour.



SERVICE PILOTE DE L'ACTION

Beaucoup de services sont possibles : Égalité des chances, Famille, Petite enfance, Communication, Social, Santé, Ressources humaines...



ÉVALUATION

Prévoir du personnel en charge de comptabiliser les participants et le matériel emporté.

Tenir un registre auprès des Ressources humaines afin de voir l'impact sur les demandes de congés de paternité (nombre de demande avant puis après la campagne).

Enquêtes avant et après la campagne : effectuer des interviews auprès des participants avant et après la campagne pour sonder les changements d'attitudes et de connaissances.

Suivi en ligne : maintenir l'attention en publiant les contenus informatifs mis à disposition de l'événement, et comptabiliser les commandes de brochures en version papier ou de téléchargements en ligne.



PARTENAIRES

L'ensemble des services communaux, l'Institut pour l'Égalité des femmes et des hommes, l'ONE (Office de la Naissance et de l'Enfance), les crèches et écoles communales, les ASBL investies dans la parentalité, la médiation parentale ou la santé, les centres PMS.



BUDGET À PRÉVOIR

- Frais de conception du matériel imprimé (dépliants, brochures, etc.).
- Frais de promotion, de publication et d'édition en ligne pour la promotion de la campagne, ainsi que le suivi après la campagne.
- Frais administratifs.
- Frais logistiques pour l'événement : stands d'information, articles promotionnels, éventuelles nourriture et boissons.
- Frais techniques : matériel informatique, enceintes, microphones et écran pour la présentation et la diffusion de vidéos et de musique.
- Frais de nettoyage après l'événement.



LIENS

Inspiré d'une initiative **de la commune d'Evere**.