

*santé*

**C**ENTRE ONTARIEN D'INFORMATION EN PRÉVENTION

*développement*

*soutien*

*communauté*

*éduquer*

*appartenir*

*pilier*

*partenariat*

*croissance*

*association*



Rapport annuel 2004 - 2005



Ontario  
Prevention  
Clearinghouse

Centre ontarien  
d'information  
en prévention



# **N**otre mission

Dans le but d'améliorer la santé des Ontariens et des Canadiens, le Centre ontarien d'information en prévention renforce la capacité des personnes, des organismes et des collectivités pour qu'ils puissent appliquer des stratégies et des pratiques efficaces en matière de prévention et de promotion de la santé.

# Un message du président et de la directrice générale

Pendant l'année 2004/05, le Conseil d'administration, en collaboration avec le personnel du Centre ontarien d'information en prévention (COIP), a développé un nouveau plan stratégique. Ce dernier concentre notre mission et établit trois buts pour mieux nous aider à démontrer le leadership, soutenir un plaidoyer social et fournir un service plus efficace. Nous nous sommes fixés quatre engagements organisationnels: poursuivre l'excellence, avoir des pratiques responsables, morales, et durables; démontrer le respect et la diversité; et être un organisme sain.

Le but principal du COIP dans les prochaines années sera de soutenir la prévention. La santé est l'intérêt national primaire des Canadiens; et par le mot santé, nous entendons plus que le simple traitement médical et hospitalier. Nous considérons la prévention comme pilier essentiel pour sauvegarder et améliorer la santé des Ontariens, et nous pensons que des ressources allouées aujourd'hui nous éviterons de payer davantage - socialement, aussi bien que financièrement - plus tard. En conséquence, le COIP collaborera de manière stratégique avec d'autres organismes investis dans la santé, le bien-être et la justice sociale afin d'encourager l'engagement envers la prévention.

À l'approche de l'année 2005/06, cet objectif nous aide à raffiner nos programmes et activités. Durant 2004/05 notre programmation et base de clientèle ont connu une croissance importante; en voici quelques points....

- Nous avons augmenté notre capacité à fournir des services en français: nous avons engagé un nouveau consultant francophone en promotion de la santé qui a joint l'équipe de Meilleur départ et avons lancé un comité de services en langue française. Nous continuons à présider le comité en langue française du Réseau des centres ontariens de ressources pour la promotion de la santé, et nous maintenons des partenariats avec des organismes tels que le Regroupement des intervenants francophones en santé et services sociaux.
- Nous avons construit de nouveaux liens pour la promotion de la santé. Parmi les tâches les plus réussies, notons: notre collaboration avec les travailleurs de soins de santé primaires dans le domaine des accidents cérébrovasculaires, un partenariat renforcé avec la profession médicale et la collaboration avec les planificateurs sociaux. .
- Notre travail soutenant la pratique de la promotion de la santé dans de nombreux milieux continue à être imbattable. L'année dernière fut marquée par le fait qu'en partenariat avec le Centre for Health Promotion, de l'université de Toronto, nous sommes devenus l'affilié en promotion de la santé du Réseau canadien de la santé, première source canadienne d'information en ligne sur la santé. Un autre point fort fut le développement et de lancement d'un merveilleux cours d'introduction de promotion de la santé en ligne, en partenariat avec le Réseau des centres ontariens de ressources pour la promotion de la santé.

En 2004/05, pour la première fois, nous avons lancé deux campagnes de marketing social destinées au grand public: J'en fais partie! Une campagne destinée à promouvoir l'inclusion et les déterminants sociaux de la santé, développée en collaboration avec l'association des centres de santé de l'Ontario, marque le début d'un mouvement éducationnel et d'une extension continue en matière d'inclusion. Ne prenez aucun risque: l'alcool pendant la grossesse, notre plus grande campagne de marketing social à aspects multiples à ce jour a atteint un auditoire de plus de 5 millions de contacts.

Nous sommes reconnaissants aux membres du personnel et au Conseil d'administration, pour leur talent et leur engagement, et dont les riches compétences contribuent à rendre les efforts du COIP encore meilleurs. Nous espérons que vous trouverez une raison de travailler avec nous dans l'année qui vient afin d'augmenter les effets de la promotion de la santé et rendre l'Ontario un lieu où il fait bon vivre.

Graham Clyne  
Président du Conseil d'administration

Connie Clement  
Directrice générale

*En accomplissant un bon travail  
nous rehaussons l'efficacité de  
et de nos partenaires comm*

## NOS PROGRAMMES

Meilleur départ : Centre de ressources sur la maternité, les nouveau-nés et le développement des jeunes enfants de l'Ontario

Appuie les initiatives et les programmes liés à la promotion de la santé des mères, des nouveau-nés et des jeunes enfants.

Centre de ressources en promotion de la santé du COIP

Renforce la capacité des personnes qui se dévouent à la promotion de la santé au sein de leur collectivité.

Secrétariat du réseau des centres ontariens de ressources pour la promotion de la santé (CORPS)

Coordonne à l'échelle du réseau la planification, la reddition des comptes et les projets spéciaux pour le compte de 23 organismes en vue de favoriser la promotion de la santé en Ontario.

Réseau canadien de la santé (le COIP est l'affilié responsable du volet promotion de la santé)

Avec l'aide du Centre for Health Promotion, effectue la collection des ressources liées à la promotion de la santé et les met en valeur au sein du Réseau canadien de la santé.

Initiative de prévention des AVC

Encourage la promotion de la santé en vue d'appuyer la Stratégie de prévention des AVC de l'Ontario et de prévenir les accidents vasculaires cérébraux et les maladies chroniques.

*Une société inclusive est un milieu où  
l'appartenance est à la fois un sentiment  
et une réalité qui permet à chacun de  
réaliser son plein potentiel.*



avail,  
de nos clients  
communautaires.



## NOS PROGRAMMES en bref

Misant sur ses atouts les plus précieux – la qualité, les compétences et l’engagement de son personnel – le COIP a connu une croissance et des réalisations exceptionnelles en 2004-2005. Grâce à de nouvelles initiatives, aux résultats positifs des deux campagnes de marketing et à un engagement renouvelé envers ses programmes et services de base, le COIP a pu continuer de collaborer avec le nombre croissant de ses précieux partenaires en vue de renforcer l’image de la promotion de la santé.

En ce qui a trait à son engagement soutenu envers la concrétisation de sa vision de la « santé pour tous », le COIP est fier des réussites stratégiques réalisées cette année; celles-ci lui ont permis d’élargir sa clientèle et ses partenariats ainsi que la gamme d’organismes et de populations desservis, particulièrement dans les localités francophones.

### Faits saillants de l’année :

- Le 1er avril 2004, de concert avec le Centre for Health Promotion de l’Université de Toronto, le COIP est devenu le premier affilié en promotion de la santé du Réseau canadien de la santé. Un programme en ligne de l’Agence de santé publique du Canada regroupant de nombreux organismes des secteurs bénévole et communautaire, le Réseau se veut la source par excellence où les consommateurs canadiens trouvent de l’information-santé. De nombreux organismes non gouvernementaux associés au Réseau participent au forum national sur la promotion de la santé qu’organise le COIP.
- Le COIP a tenu le forum The Prevention Imperative sur invitation dont l’objectif visait à étudier le caractère impératif de la prévention. Cette activité a convaincu le COIP de continuer à déployer des efforts pour l’avancement de la réforme de la santé et à préconiser l’élaboration de meilleures ressources de prévention. Les Franco-ontariens ont bénéficié de plusieurs initiatives découlant directement de l’aide apportée par le COIP, notamment la première conférence bilingue de l’Ontario Self Help Network.
- Une nouvelle base de données accessible sur le site Web [www.preventionavc.ca](http://www.preventionavc.ca) relie les Ontariens à des milliers de ressources et d’organismes locaux. On peut y faire une recherche par secteur géographique, facteur de risque et déterminant social.
- Le plus important sondage sur la promotion de la santé en milieu de travail a été organisé par le Réseau des centres ontariens de ressources pour la promotion de la santé (CORPS). Les résultats ont démontré que de nombreux organismes partenaires ont amélioré leurs services.
- Un nouveau cours dispensé gratuitement en ligne vise à permettre à la population canadienne de s’informer des pratiques, des théories et des éléments probants en promotion de la santé. Ce cours a été mis au point par le Réseau CORPS en collaboration avec le Centre for Health Promotion et le COIP.
- Grâce aux résultats positifs des deux campagnes de marketing social : Ne prenez aucun risque : Évitez l’alcool pendant votre grossesse et J’en fais partie!, la population ontarienne a pu élargir ses connaissances, et les organismes communautaires ont pu acquérir de nouvelles ressources.

# pilier

## NOS TROIS PRIORITÉS

Au cours de 2004-2005, le COIP a élaboré un nouveau plan stratégique dans lequel il souligne trois points d'intérêt tournant tous autour de la prévention dans son sens le plus large. Les trois points sont où la promotion de la santé peut avoir le plus d'impact sur la santé des Ontariennes et des Ontariens, où elle peut permettre l'établissement de partenariats les plus efficaces, et où elle peut contribuer à protéger notre précieux système de santé menacé de toutes parts en réduisant la demande de traitements et de soins médicaux au fur et à mesure que s'améliore la santé de la population.



### La prévention des maladies chroniques

Les maladies chroniques non contagieuses sont les principales causes de décès, d'incapacité et d'utilisation du système de soins de santé au Canada. La plupart peuvent être prévenues ou retardées, mais ne le sont pas.

### La santé de la petite enfance

Il a été démontré qu'en offrant aux enfants un meilleur départ dans la vie, on influence considérablement et de façon positive la santé des collectivités et des populations futures.

### L'inclusion

L'exclusion de la participation civique et au bien-être individuel pour des raisons de revenu, de race, de sexe et des capacités mentales et physiques empêchent les gens d'être aussi en santé qu'ils le pourraient. Pour assurer la santé de tous, les collectivités et les organismes doivent se montrer plus inclusifs.

*De nombreux facteurs, autres que ceux liés au secteur de la santé, influent considérablement sur la santé. Par déterminants de la santé, on entend le revenu, l'emploi, le sexe, la culture et le cadre physique. En tant que société, nous devons veiller à ce que ces déterminants contribuent au lieu de nuire à la santé.*



Certains de nos programmes tournent évidemment autour de ces points d'intérêt. Nos deux centres de ressources (le Centre de ressources Meilleur départ et le Centre de ressources en promotion de la santé du COIP) continuent de favoriser le transfert des connaissances, la formation, les consultations et le développement d'un réseau de soutien pour accroître la capacité en matière de promotion de la santé.

### Les partenariats

Le COIP a élargi ses partenariats qui comprennent aujourd'hui le ministère des Services aux consommateurs et aux entreprises, le nouveau ministère des Services à l'enfance et à la jeunesse, les services consultatifs de gestion du centre de bénévoles de Toronto et le Consortium national de formation en santé. De nouvelles initiatives ont été entreprises avec le Centre de toxicomanie et de santé mentale et le Regroupement des intervenants francophones en santé et services sociaux (RIFSSSO).

### Les services en langue française

Le personnel de tous nos programmes s'est engagé à développer et à offrir des services en français. À cette fin, au cours l'année 2004-2005, le COIP a présidé le Comité de services de langue française du Réseau des centres ontariens de ressources pour la promotion de la santé (le Réseau CORPS); il a siégé au comité organisateur pour le volet francophone de l'École d'été en promotion de la santé en Ontario en plus de participer à la première conférence pancanadienne du Consortium national de formation en santé qui portait sur la recherche menée en santé des populations minoritaires francophones. Ces démarches ont donné lieu à une évaluation des besoins et à l'élaboration d'une liste de conseillers francophones destinée à l'usage des membres. Les abonnements au Bloc-Notes, le bulletin électronique bimensuel du COIP, continuent d'augmenter. D'ailleurs, on estime à 1 500 le nombre de personnes qui lisent chaque bulletin. On a adapté en français le processus des meilleures pratiques en matière de promotion de la santé créé par le Centre for Health Promotion. L'information afférente est maintenant disponible en ligne. On a donné aux promoteurs de la santé de langue française une formation sur son utilisation.

### La promotion de la santé auprès de la population canadienne

En règle générale, les clients et partenaires du COIP sont des professionnels, des bénévoles et des travailleurs néophytes œuvrant dans les domaines de la santé, des services sociaux et

de l'éducation. Cette année, avec l'aide du Centre for Health Promotion de l'Université de Toronto, notre organisme a mis davantage sur la communication d'information-santé au public canadien, en devenant le premier affilié en promotion de la santé du Réseau canadien de la santé. Il s'agit là d'une importante tribune qui permet au COIP de contribuer à la promotion de la santé à l'échelle nationale et de briser les obstacles qui ont empêché par le passé les organismes de soins de santé traditionnels de mettre en œuvre des stratégies de promotion en matière de santé. Le premier article du COIP dans le Bulletin santé, le bulletin électronique bimensuel du Réseau canadien de la santé, a porté sur une recherche à l'échelle internationale menée sur la santé cardiaque sous l'angle des déterminants de la santé. En étudiant la corrélation entre les résultats de la recherche et le revenu, l'emploi, le logement et l'éducation, le COIP a pu allonger la liste de conseils typiquement dispensés par les médias populaires sur le mode de vie.

### La promotion de la santé en ligne

Le Réseau des centres ontariens de ressources pour la promotion de la santé a lancé en ligne un nouveau cours sur la promotion de la santé. Disponible à l'adresse [www.putURLhere](http://www.putURLhere), on y dénombrait déjà dans les deux premiers mois de son lancement 32 000 visites, dont 700 visiteurs acquis. En mars 2005, on avait enregistré 85 000 visites. Les membres du Réseau CORPS ont franchi une autre étape importante en inaugurant une nouvelle application visant à surveiller la prestation des services, à former les membres à l'utilisation du logiciel et à générer des rapports périodiques.

Le COIP a publié avec fierté le 400e numéro de l'Ontario Health Promotion E-bulletin avec l'aide de l'unité de communication de la santé du Centre for Health Promotion. Les abonnements se sont accrus de 22 p. cent, et on estime à 1 855 800 le nombre de personnes qui lisent chaque édition, soit un total d'un million pour l'année 2004-2005.



# La prévention des maladies chroniques

Pour appuyer la Stratégie de prévention des accidents vasculaires cérébraux de l'Ontario, le COIP a mis de l'avant l'initiative de prévention des AVC qui s'est révélée chef de file par rapport à notre priorité en matière de prévention des maladies chroniques.

## La prévention intégrée des maladies chroniques

Le COIP a joué un rôle crucial à l'établissement de l'Alliance pour la prévention des maladies chroniques en Ontario. En 2004-2005, l'organisme a formalisé ses engagements envers cette nouvelle Alliance. Connie Clement, la directrice générale du COIP a, en effet, accepté d'en être la présidente. Par son engagement, le COIP a pu renforcer ses partenariats avec les organismes de charité voués aux maladies. L'une des principales démarches a pris la forme d'une collaboration avec des fonctionnaires du gouvernement ontarien en vue de planifier des activités susceptibles d'avoir des répercussions plus importantes.

## Construire des liens entre la promotion de la santé et les soins primaires

Les réactions positives aux nombreuses nouvelles initiatives qui visaient à créer des liens entre les promoteurs de la santé et les tenants des soins primaires se sont révélées très encourageantes. Nous continuons à élargir nos relations de travail en incluant les cliniciens intéressés par les maladies chroniques, nous donnant ainsi l'occasion de diffuser nos connaissances en promotion de la santé et d'intégrer des stratégies en promotion de la santé dans le milieu clinique.

À cette fin, nous avons facilité l'établissement de réseaux avec les centres d'accidents vasculaires cérébraux régionaux et de district, les coalitions de la santé cardiaque et d'autres organismes locaux. Les ateliers De maille en maille pour former un réseau tenus à Grey-Bruce, Thunder Bay et Windsor Essex se sont traduits par une amélioration de la mise en commun des renseignements et de la planification conjointe dans ces secteurs.

## L'éducation et les ressources visant à modifier les pratiques

Nous avons mis à jour la ressource bilingue Action prévention : promotion de la santé et prévention des AVC. Cet outil convivial aide les fournisseurs de soins de santé à mieux comprendre en quoi consiste la promotion de la santé et à l'appliquer efficacement dans le milieu clinique. Disponible en français et en anglais, 850 exemplaires ont été distribués dans les sites de prévention des accidents vasculaires cérébraux lors d'ateliers et de conférences.

Une nouvelle base de données en ligne et un nouveau site Web dressant la liste d'environ 2 000 ressources et services communautaires se rapportant à la prévention des accidents vasculaires cérébraux et des maladies chroniques ont été mis à l'essai cette année. Le site Web sera enrichi de ressources éducatives, et la base de données est conçue de façon à faciliter son utilisation par les fournisseurs de soins de santé et de multiplier ainsi le renvoi des patients à du matériel de promotion de la santé. Le personnel de l'initiative de prévention des AVC a fourni des mises à jour sur l'information et le programme au personnel des centres d'AVC régionaux et de district ainsi qu'aux employés et bénévoles de la Fondation des maladies du cœur de l'Ontario.



# santé

## La santé de la petite enfance

Dans le but d'avoir une influence à long terme sur la santé des jeunes, Meilleur départ : Centre de ressources sur la maternité, les nouveau-nés et le développement des jeunes enfants de l'Ontario, a décidé de jouer un rôle de chef de file dans ce secteur prioritaire. Il a obtenu des résultats très probants sur plusieurs plans d'importance, cette année.

### Les campagnes provinciales

La campagne de marketing social à volets multiples la plus importante à ce jour Ne prenez aucun risque : Évitez l'alcool pendant votre grossesse a été lancée en mai 2004. Les résultats se sont révélés impressionnants. En effet, la campagne a atteint une audience de plus de cinq millions de personnes. Elle a également accru de 65 p. cent le nombre de personnes sensibilisées au lien entre les anomalies congénitales et l'alcool pendant la grossesse. Les médias locaux et nationaux ont couvert la campagne. Les ressources ont attiré l'attention d'autres provinces et pays, si bien que la campagne a reçu cette année le Prix d'excellence de la Société canadienne des relations publiques, inc.

### Le développement des ressources

En travaillant avec divers partenaires, Meilleur départ a pu élaborer des outils de formation en ligne destinés aux fournisseurs de soins de santé dont, entre autres, une vidéo sur le dépistage de la consommation d'alcool pendant la grossesse. Plusieurs nouvelles publications ont paru en collaboration avec le Ontario Self-Help Network. La collaboration avec le Centre de toxicomanie et de santé mentale, le centre de santé publique de Toronto et le Journey Support Services a abouti à la création d'un nouveau guide sur la dépression post-partum destiné aux fournisseurs de soins de santé et des services sociaux de première ligne. Plus de 1 000 exemplaires de ce guide, disponible auprès du Centre de toxicomanie et de santé mentale, se sont envolés dans la première semaine de parution. Nous espérons en produire une version française en 2005-2006. À la fin de l'année, Meilleur départ avait répondu à près de 600 demandes de ressources, ce qui correspond à environ 400 000 ressources distribuées partout en Ontario.

### Les consultations et la formation

La conférence annuelle de Meilleur départ, Relever les défis, saisir les occasions, a attiré 253 délégués de partout en Ontario (46 p. cent provenaient du secteur de la santé publique et 25 p. cent d'organismes voués aux jeunes). Les ateliers ont couvert le rôle du parent aux prises avec une incapacité; la dépression post-partum; le travail avec les

familles autochtones; l'environnement et la santé de l'enfant.

Sept séances de formation sur l'usage de l'alcool pendant la grossesse, la dépression post-partum, les compétences culturelles et le parentage ont été offertes à 280 médecins participants. Plus d'une centaine de consultations (dont deux en français) ont été offertes à l'échelle de la province dans les unités de santé publique, les organismes communautaires et de bénévoles, les centres de santé communautaires, les hôpitaux et les collectivités des Premières nations, pour le bénéfice de 12 165 clients.

### Les partenariats

Le programme Meilleur départ a permis d'élargir les réseaux de travail de façon importante cette année et a remporté des résultats tangibles. Les responsables ont conclu des partenariats avec le gouvernement fédéral pour mener une analyse de l'environnement à l'échelle nationale concernant les campagnes de sensibilisation contre la consommation d'alcool pendant la grossesse et ont rencontré les fonctionnaires du ministère des Services aux consommateurs et aux entreprises du gouvernement ontarien afin de faire adopter le projet de loi Sandy. Cette loi oblige maintenant tous les établissements et distributeurs ayant un permis d'alcool à apposer des affiches sur les effets de la consommation d'alcool pendant la grossesse.

Également dans le but d'élargir sa portée, le personnel de Meilleur départ a organisé, dans le cadre de la stratégie des services en langue française, cinq groupes de discussion réunissant les fournisseurs de services de langue française des régions de Sudbury, de Cornwall, d'Ottawa, de Casselman et de Toronto. L'objectif visait à connaître les besoins des francophones œuvrant dans le domaine de la santé de la mère, des nouveau-nés et des jeunes enfants. Cette diffusion a entraîné une augmentation du nombre d'adhésions au Réseau de promotion de la santé des mères, des nouveau-nés et des jeunes enfants. Le Réseau compte maintenant 700 membres dont 42 p. cent proviennent du secteur de la santé publique, 22 p. cent sont des fournisseurs de soins de santé et 13 p. cent, des organismes desservant les enfants et les jeunes.

# partenariat

## L'inclusion

*Faire partie d'une famille, d'une collectivité et d'une société est l'un des aspects les plus importants de la vie. Cela rend heureux. Cela garde en santé. Cela motive à tendre la main aux autres. Le sentiment d'appartenance améliore la santé des collectivités.*

### Le marketing social et les ressources pratiques

Le COIP a jeté des ponts entre les professionnels de la santé et les partenaires communautaires qui s'intéressent à la santé et à l'inclusion dans la société. Le Centre de ressources en promotion de la santé a dirigé le volet de l'inclusion au sein de notre organisme, et ailleurs. Il a favorisé la compréhension des déterminants de la santé dans le cadre des stratégies de promotion de la santé.

À cette fin, nous avons lancé une campagne de marketing social à volets multiples ainsi que l'outil J'en fais partie!, deux initiatives qui ont porté fruit. Un guide de 53 pages et une trousse sont maintenant disponibles dans les deux langues officielles. Les groupes, les organismes et les collectivités peuvent déterminer s'ils sont inclusifs, et sinon, peuvent utiliser ces outils pour les aider à le devenir. Des annonces télévisées, des affiches et des dépliants bilingues se sont révélés des éléments importants de cette campagne.

### L'élargissement des réseaux

L'esprit coopératif du partenariat entre le Social Planning Network of Ontario et d'autres organismes provinciaux et locaux en vue d'établir le Ontario Inclusion Learning Network s'est avéré particulièrement gratifiant, surtout si on tient compte du fait que de nouveaux membres de divers secteurs continuent de se greffer au réseau. Nous sommes enchantés à l'idée de pouvoir intégrer d'autres organismes provinciaux et de renforcer la viabilité du réseau.

En 2004-2005, nous avons encouragé les organismes partenaires à mettre en place des initiatives sur l'inclusion dans leur milieu de travail. Notre partenariat avec l'Ontario Women's Health Network, un organisme qui partage des bureaux avec le COIP, s'est avéré particulièrement efficace et a donné lieu à des projets en développement pour 2005-2006.





# Le rapport du trésorier

États financier à la date du 31 mars 2005

États des recettes et des dépenses des fonds d'administration générale

## RECETTES

Province de l'Ontario	\$3,118,747
Intérêts	18,107
Autres	357,906
<b>Total des recettes</b>	<b>3,494,760</b>

## DÉPENSES

Salaires et honoraires	2,230,138
Activités et matériel des programmes	780,937
Frais administratifs et financiers	296,303
<b>Total des dépenses</b>	<b>3,307,378</b>

Excédent	187,382
<b>Total des dépenses plus excédent</b>	<b>\$3,494,760</b>



# Le Conseil d'administration du COIP

Conseil d'administration du COIP  
1<sup>er</sup> avril 2004 au 31 mars 2005

Le COIP a le privilège de compter sur un Conseil d'administration dévoué et compétent. Nous tenons à remercier les membres de leur rôle individuel et collectif.

**Andrew McBride**  
Trésorier (depuis déc. 04)

**Carmen Connolly**

**Eliseo Martel**

**Jane Fitzgerald**

**Paul Chaput**

**Richard Christie**

**Graham Clyne**  
Président

**David Baker**

**Carmen Robillard**

**Mary Sylver**  
Secrétaire

**Jane Bertrand**  
Vice Président

**Marie-Noelle Lefèbvre**  
Officière sans portefeuille

**Tony Anderson**  
Trésorier (nov 01- déc. 04)

**Ray Peters**

**Helen Cooper**

**Simon Mielniczuk**

Pour en savoir plus sur les programmes, les services et le personnel du COIP,  
visitez notre site Web à [www.opc.on.ca](http://www.opc.on.ca), ou contactez-nous à:

180, rue Dundas Ouest Bureau 1900, Toronto, Ontario M5G 1Z8  
Tél. (416) 408-2249 1-800-263-2846 Téléc. (416) 408-2122 [info@opc.on.ca](mailto:info@opc.on.ca)