

Cour fédérale



Federal Court

Date: 20210210

**Dossiers: T-2111-16
T-460-17**

Référence: 2021 CF 139

[TRADUCTION FRANÇAISE]

Ottawa (Ontario), le 10 février 2021

En présence de monsieur le juge Fothergill

Dossier: T-2111-16

ENTRE:

**SHERRY HEYDER
AMY GRAHAM
NADINE SCHULTZ-NIELSEN**

demandereses

et

LE PROCUREUR GÉNÉRAL DU CANADA

défendeur

Dossier: T-460-17

ET ENTRE:

LARRY BEATTIE

demandeur

et

LE PROCUREUR GÉNÉRAL DU CANADA

défendeur

**ORDONNANCE
(Financement – notification supplémentaire)**

VU la requête présentée de manière informelle et par écrit au nom du procureur général du Canada;

ET APRÈS avoir lu les documents déposés, y compris le consentement écrit de toutes les parties, signé par leurs avocats respectifs et daté du 14 janvier 2021;

ET CONSIDÉRANT que l'article 3.05 de l'Entente de règlement définitive signée par les parties et approuvée par la Cour dans une ordonnance datée du 25 novembre 2019 prévoit que le Canada financera les coûts raisonnables du programme de notification du fournisseur KCC/Ricepoint jusqu'à un maximum de cinq cent cinquante mille dollars (550 000 \$);

ET CONSIDÉRANT qu'en raison de la pandémie actuelle de COVID-19 et du retard qui en résulte dans le lancement du processus de réclamation, que la mise en œuvre du plan de notification a été étendue sur plusieurs mois, et que les parties ont convenu de mener un programme de notification supplémentaire à l'hiver/au printemps 2021, le Canada fournissant jusqu'à 100 000 \$ (taxes comprises) pour financer ce programme;

ET APRÈS avoir conclu qu'il est dans l'intérêt de la justice d'accorder la réparation demandée;

LA COUR ORDONNE que le Canada finance les coûts raisonnables du programme de notification supplémentaire du fournisseur KCC/Ricepoint joint en tant que pièce « A », ou selon

que ce programme peut être modifié ultérieurement par accord entre les parties, jusqu'à un maximum de cent mille dollars (100 000 \$), toutes taxes comprises.

“Simon Fothergill”

Juge

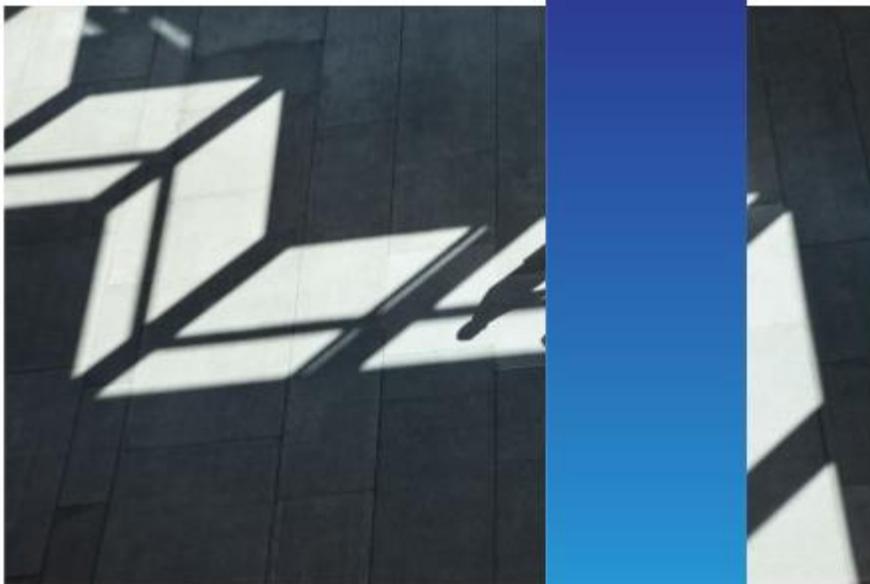
RICEPOINT
A Computershare company.



CAMPAGNE D'ANNONCES DE LA POSSIBILITÉ DE FAIRE UNE DEMANDE D'INDEMNISATION

Heyder c. Canada (Procureur général)
14 janvier 2021
RicePoint Administration inc.

HEYDER C. CANADA (PROCUREUR GÉNÉRAL)



RicePoint recommande de réserver 88 500 \$ (taxes en sus) pour la campagne d'annonces de la possibilité de faire une demande d'indemnisation. Le montant total taxes incluses ne doit pas dépasser 100 000 \$.

Voici ce qui est recommandé pour la campagne :

- des annonces à la télévision;
- des annonces numériques à la fine pointe;
- une publication numérique;
- des messages d'intérêt public;
- un communiqué multimédia;
- un travail de sensibilisation auprès des employés.

Les explications sont données ci-dessous pour chaque volet de la campagne.

HEYDER C. CANADA (PROCUREUR GÉNÉRAL)



ANNONCES À LA TÉLÉVISION

Il est possible d'acheter des plages pour des annonces publicitaires à la télévision de partout au pays destinés aux adultes (18 ans et plus) en français et en anglais.

Les émissions choisies sont celles qui s'adressent à des femmes de 18 ans et plus et à une population générale de 18 ans et plus; des émissions en français ont été choisies pour le Québec.

Couverture	Durée/forme	Total d'annonces	Impressions auprès des adultes de 18 ans et +	Distribution
Échelle nationale (anglais)	2 semaines Messages de 30 secondes	211	8 842 700	20# annonces sur CTV, E, History, W et Showcase Nombre de spectateurs approximatif : 8,6 millions CBC News 3 annonces Nombre de spectateurs approximatif : 227 700
Échelle nationale, contenu en français (surtout le Québec)	2 semaines Messages de 30 secondes	61	2 562 200	Annonces sur Séries+ 5# annonces Nombre de spectateurs approximatif : 2,4# millions RDI 3 annonces Nombre de spectateurs approximatif : #2 200
Total		272	11 404 900	

- Les émissions sur CTV Drama, CTV Life, CTV News, E, History, Showcase et W permettent une large diffusion dans tout le Canada anglais.
 - 106 annonces la première semaine
 - 102 annonces la deuxième semaine
- Séries+ est au deuxième rang au Québec pour la portée hebdomadaire et est très populaire chez les femmes.
 - 29 annonces par semaine
- CBC et RDI sont des chaînes regardées dans plus de 10 millions de foyers au Canada.
 - 1 annonce ou 2 par semaine

HEYDER C. CANADA (PROCUREUR GÉNÉRAL)

Répartition approximative du public :

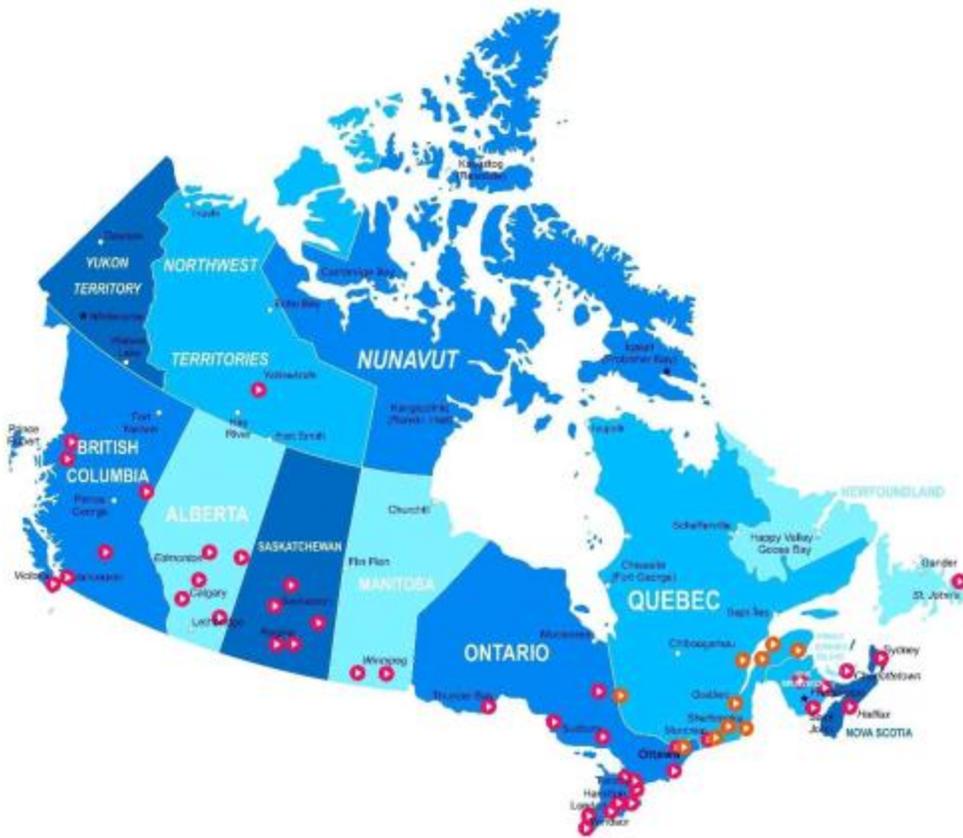
Distribution pour les chaînes anglophones :	21,5 %	Prince Albert	0,7 %
Toronto et sa région urbaine			
Barrie	2,3 %	Prince George/Kamloops	3,1 %
Brandon	0,8 %	Red Deer	1,4 %
Calgary	6,9 %	Regina/Moose Jaw	2,2 %
Charlottetown	0,9 %	Saint John/Moncton	4,5 %
Dawson Creek	0,2 %	Saskatoon	2,5 %
Edmonton	6,9 %	St. John's	2,0 %
Halifax	3,5 %	Sudbury/Timmins/Sault Ste. Marie	2,6 %
Kingston	2,0 %	Sydney	0,9 %
Kitchener	4,4 %	Terrace/Kitimat	0,4 %
Lloydminster	0,8 %	Thunder Bay	1,2 %
London	4,4 %	Vancouver/Victoria	8,6 %
Medicine Hat	0,4 %	Windsor/Sarnia	1,3 %
Montréal (anglophone)	2,3 %	Winnipeg	5,0 %
Ottawa (anglophone)	3,4 %	Yorkton	0,8 %
Peterborough	1,7 %		
Montréal	49 %	Rivière-du-Loup	2 %
Carleton	2 %	Rouyn	3 %
Chicoutimi	4 %	Sherbrooke	8 %
Québec	19 %	Trois-Rivières	5 %
Rimouski	4 %	Ottawa/Gatineau (francophone)	4 %

Créneaux horaires de grande écoute : 46 % du total

Autres créneaux horaires : 54 % du total

* Les chiffres susmentionnés sont des estimations qui donnent une idée des objectifs généraux, de la distribution et de la stratégie à adopter; les achats réels peuvent varier légèrement en fonction des disponibilités saisonnières des chaînes.

HEYDER C. CANADA (PROCUREUR GÉNÉRAL)



HEYDER C. CANADA (PROCUREUR GÉNÉRAL)

**ANNONCES NUMÉRIQUES**

Il y aura un volet numérique sous forme d'affichages officiels ainsi que des publications sur Facebook, Instagram, Twitter et LinkedIn. Un plan à cet effet a été rédigé d'après les informations recueillies aux phases précédentes ainsi que des informations fournies par les parties et l'administrateur des demandes d'indemnisation.

- Des impressions dans les médias numériques seront achetées par lots et distribuées sur divers sites Web et sur les plateformes de médias sociaux Facebook, Instagram, Twitter et LinkedIn pendant une période de 30 jours en français et en anglais. Le ciblage sera divisé en catégories, chacune ayant sa stratégie de manière à aller chercher les personnes concernées par l'action collective et les encourager à faire une demande d'indemnisation. Le volet numérique fera appel à des bannières d'affichage et à des annonces natives sur les sites Web ainsi qu'à des images dans les fils d'actualité et à des annonces Stories sur Facebook, à des photos dans les fils d'actualité et à des annonces Stories sur Instagram, à des gazouillis commandités sur Twitter et à des annonces textuelles sur LinkedIn. Une vérification IAS sera également utilisée au besoin pour réduire au minimum les fraudes.
- La campagne :
 - ciblera les utilisateurs francophones et anglophones, selon le cas;
 - sera divisée en zones géographiques de manière à assurer une couverture nationale ainsi qu'une couverture au prorata dans les provinces en fonction des populations d'anciens combattants;
 - ciblera les adultes de 18 ans et plus sur des sites Web dont le contenu est lié à l'actualité, aux questions sociales et à la défense de causes, aux LGBTQ, au gouvernement, au secteur juridique et à l'armée;
 - ciblera les adultes de 35 ans et plus sur Facebook et les adultes de 18 à 34 ans sur Instagram ainsi que les adultes de 18 ans et plus qui ont montré un intérêt pour l'Aviation royale canadienne, les anciens combattants, les unités spéciales, les forces armées, l'armée canadienne, le ministère de la Défense, le gouvernement du Canada ou les forces armées canadiennes (ou en sont des employés ou suivent des pages qui y sont liées), ont montré un intérêt pour le drapeau arc-en-ciel (mouvement LGBT), les droits LGBT par pays ou territoire, la fierté, le genre queer, la culture LGBT, la communauté LGBT, la nation LGBTQ ou les mouvements sociaux LGBT (ou suivent des pages qui y sont liées) ou ont montré un intérêt pour les enjeux communautaires, la ligne d'assistance téléphonique, le centre d'aide aux victimes de viol et d'agression sexuelle, l'égalité sociale, les initiatives de prévention de la violence sexuelle, le mois de sensibilisation aux agressions sexuelles, la National Organization for Women, le National Sexual Violence Resource Center, la communication en temps de crise ou l'autoguérison (ou en sont des employés ou suivent des pages qui y sont liées);
 - ciblera les adultes de 18 ans et plus sur LinkedIn en fonction de leur affiliation à une entreprise ou à une école, par exemple 113th Field Artillery Regimental Association Inc, 11th Field Artillery Regiment, Royal Canadian Artillery, Canadian Armed Forces, 188 Cobra Squadron, 1913 Ontario Regiment Royal

HEYDER C. CANADA (PROCTEUR GÉNÉRAL)

Canadian Army Cadet Corps, 1st Ranger Battalion, 2 Intelligence Company, 2e Compagnie du Renseignement, 2573 6 Engineer Squadron Royal Canadian Army Cadet Corps, 2d Ranger Battalion, 3069 (1 Field Ambulance) Royal Canadian Army Cadet Corps, 30th Field Artillery Regiment, 32 Combat Engineer Regiment, 329 CFHSTC Royal Canadian Army Cadet Corps, 330 Squadron - Royal Canadian Air Cadets, 34 Combat Engineer Regiment, 538 'Buffalo' Royal Canadian Air Cadet Squadron, 61st Communication Squadron, 77th Field Artillery Regiment Association, 9 EME REGIMENT DU GENIE CLUB DES ANCIENS SAPEURS, AMICALE ARDENNAISE DES ANCIENS DU GENIE ET DUE 3EME REGIMENT DU GENIE, AMICALE DE LA 3EME COMPAGNIE DU 13EME REGIMENT DU GENIE, AMICALE DES ANCIENS DU 406 EME REGIMENT D'ARTILLERIE ANTI AERIENNE, AMICALE DES ANCIENS DU 41E REGIMENT D'ARTILLERIE DE MARINE ET DU 41E REGIMENT D'ARTILLERIE COLONIALE, AMICALE DES OFFICIERS DU 19E REGIMENT DU GENIE, Armée de Terre 31ème Régiment du Génie, ASSOCIATION DES OFFICIERS DU 93E REGIMENT D'ARTILLERIE DE MONTAGNE, Base des Forces canadiennes Valcartier, Black Watch, Canadian Armed Forces, Forces armées canadiennes, Canadian Forces Base 9 Wing Gander, Canadian Forces Base Borden, Canadian Forces Base Cold Lake, Canadian Forces Base Edmonton, Canadian Forces Base Greenwood, Canadian Forces Morale and Welfare Services, Canadian Ranger Service, Canadian Special Operations Regiment, Canadian Special Operations Regiment Association, Collège militaire royal de Saint-Jean / Royal Military College Saint-Jean, Collège militaire royal du Canada (CMR), Department of National Defence, Dragoon ITCN, Edmonton Garrison Military Family Resource Centre, Esquimalt Military Family Resource Centre (MFRC), Forces Canadienne - Recrutement 34 Bataillon des Services du Canada, HMCS Bytown Wardroom, HMCS Discovery, HMCS Halifax, HMCS Sackville - Canadian Naval Memorial Trust, HMCS York, La Légion Royale Canadienne, Legion Royale Canadienne, Légion Royale Canadienne filiale 265, LES AMIS DE LA 5EME ESCADRE, LES EVAT DU 3E REGIMENT D'ARTILLERIE DE MARINE, Mainland BC Military Family Resource Centre, MBA Royal Military College of Canada, Military Family Resource Centre - National Capital Region, Military Family Services, Military Police Regimental Association, Military Police Regimental Association Mile High Chapter, Military Police Regimental Association The Old West Chapter, Petawawa Military Family Resource Centre, Princess Patricia's Canadian Light Infantry (PPCLI), Princess Patricia's Canadian Light Infantry Regimental Museum and Archives, RMC '81 - Royal Military College of Canada Class of 1981, Royal Canadian Air Cadet Alumni, Royal Canadian Air Cadets 521 Squadron, Royal Canadian Air Cadets 655 Squadron, ROYAL CANADIAN AIR FORCE (RCAF), Royal Canadian Air Force Association de l'Aviation royale Canadienne, Royal Canadian Army Cadet Corp 903, Royal Canadian Army Cadets, Royal Canadian Army Cadets-Bcr., Royal Canadian Legion, Royal Canadian Legion Branch 15, Royal Canadian Legion Branch 176, Royal Canadian Legion Branch 258, Royal Canadian Sea Cadets
292 Coverdale, Royal Military College of Canada/Collège militaire royal du Canada, Royal Military College Saint-Jean, The Calgary Highlanders, The Fusiliers, The Rifles, The Royal Canadian Dragoons, The Royal Canadian Legion, The Royal Dragoon Guards Network, Toronto Military Family Resource Centre, Trenton Military Family Resource Centre (MFRC), Voltigeurs de Québec Armoury, Winnipeg Military Family Resource Centre;

- o ciblera les adultes de 18 ans et plus sur Twitter dont les comportements en ligne se rapprochent de ceux des abonnés de comptes dans les catégories suivantes :
 - o aide aux victimes d'agressions sexuelles - Men Recovering from Military

HEYDER C. CANADA (PROCUREUR GÉNÉRAL)

Sexual Trauma (@MR_MST_ORG); It's Just 700 (@ItsJust700); Sexual Assault & Violence Intervention Services of Halton (@SAVISofHalton); Kawartha Sexual Assault Centre (@KawarthaSAC); Kenora Sexual Assault Centre (@KenoraSAC); Womens Sexual Assault Centre Renfrew County (@WSACRenfrew); Timmins & Area Women in Crisis (@TAWCTimmins); Women's Support Network York Region (@WSNYorkRegion); Men and Healing (@MenAndHealing); Men and Families Center (@MenandFamiliesC); Men's Trauma Centre (@Menstrauma); Men Therapy Toronto (@mentherapyTO); Ontario Sexual Assault/Domestic Violence Network (@SADVTC)

- o militaires et anciens combattants - True Patriot Love Foundation (@tplfoundation); The War Amps (@TheWarAmps); RCAF Association (@RCAFAssociation); Wounded Warriors Canada (@WoundWarriorCA); Royal Canadian Air Force (@RCAF_ARC); The Royal Canadian Legion (@RoyalCdnLegion); Canadian Armed Forces (@CanadianForces); Veterans Affairs CA (@VeteransENG_CA); Canadian Army (@CanadianArmy); Solder On/Compte officielle du Sans limites (@SoldierOnCAN); Royal Canadian Navy (@RoaylCanNavy); Canadian Armed Forces Operations (@CFOperations); Support Our Troops (@CDNForceSupport); Canada Army Run (@CanadaArmyRun); VETS Canada (@vetscanada); Canadian Military News (@CanMNews); National Defence (@NationalDefence); Aviation royale canadienne (@ARC_RCAF); Opérations des Forces armées canadiennes (@operationsFC); Forces armées canadiennes (@ForcesCanada); Armée canadienne (@Armeecanadienne); La Marine Canadienne (@MarineRoyaleCan)
 - o aide aux hommes - Men Recovering from Military Sexual Trauma (@MR_MST_ORG); Men and Healing (@MenAndHealing); Men and Families Center (@MenandFamiliesC); Men's Trauma Centre (@Menstrauma); Male Survivorship Partnership (@MaleSurvivorUK); ManKind initiative (@ManKindInit); Sick Not Weak (@SickNotWeak); CAFÉ (@equalitycanada)
 - o prévention des violences sexuelles - #metoo, #moiaussi, #WeBeleiveYou, #OnVouscroit, #OnTecroit, #Ibeleiveyou, #JeTeCrois, #enough, #assez, #TimesUp, #JamaisAcceptable, #mentoo
 - o groupes d'aide aux victimes - À déterminer en consultation avec l'avocat-conseil et l'administrateur des demandes d'indemnisation.
- Les annonces numériques s'afficheront sur les appareils de bureau et les appareils mobiles (tablettes et téléphones intelligents) et comprendront un lien intégré vers la partie du site Web du règlement consacrée au formulaire de demande d'indemnisation.
 - Des spécialistes numériques de KCC feront un suivi régulier du volet numérique afin d'analyser les indicateurs clés de rendement de la campagne (taux de clics et coûts par action). L'information qui en ressortira servira au choix des sites dont les indicateurs donnent les meilleurs résultats pendant la campagne.
 - Le volet numérique a l'avantage de pouvoir faire l'objet d'un suivi et d'être évalué en temps réel; on peut alors l'interrompre ou y mettre fin à tout moment, par exemple lorsque le taux de demandes d'indemnisation est élevé.

Plateforme	Cibles	Répartition (%)	Impressions
Display (Google)	Adultes de 18 ans et plus de catégories sélectionnées	80 % anglais, 20 % français	3 910 000
Facebook	Adultes de 35 ans et plus	80 % anglais, 20 % français	2 000 000

HEYDER C. CANADA (PROCUREUR GÉNÉRAL)

Instagram	Adultes de 18 à 34 ans	80 % anglais, 20 % français	2 500 000
Facebook/Instagram	Adultes de 18 ans et plus du milieu militaire/anciens combattants	80 % anglais, 20 % français	1 000 000
Facebook/Instagram	Adultes de 18 ans et plus LGBTQ+	80 % anglais, 20 % français	1 000 000
Facebook/Instagram	Adultes de 18 ans et plus Groupes de victimes d'agressions sexuelles	80 % anglais, 20 % français	1 000 000
LinkedIn	Adultes de 18 ans et plus Groupes d'entreprises du milieu de la défense/de l'éducation	80 % anglais, 20 % français	50 000
Twitter	Adultes de 18 ans et plus Abonnés semblables : comptes de groupes de victimes d'agressions sexuelles	80 % anglais, 20 % français	40 000
Twitter	Adultes de 18 ans et plus Abonnés semblables : comptes de militaires et d'anciens combattants	80 % anglais, 20 % français	150 000
Twitter	Adultes de 18 ans et plus Abonnés semblables : comptes de groupes d'aide aux hommes	80 % anglais, 20 % français	150 000
Production de concepts créatifs	Annonces en français/anglais		
		TOTAL	11 800 000



PUBLICATION NUMÉRIQUE

Aux annonces du volet numérique s'ajoutera une publication de langue française sur les plateformes d'information mobiles (y compris les tablettes)

- Une annonce sera publiée en français un jour de semaine dans l'application pour tablette *La Presse+* et la plateforme d'information mobile connexe dans la section juridique.
 - Lectorat moyen
 - Accès à la rubrique Affaires par 86 117 tablettes uniques chaque jour
 - 160 000 impressions quotidiennes pour les avis d'action collective
 - Taux de clic de 0,09 % pour les avis d'action collective
 - Profil du public
 - 60 % sont des hommes
 - 40 % sont des femmes
 - 49 % ont un revenu familial de 100 000 \$ ou plus
 - 23 % ont un revenu familial de 60 000 à 99 999 \$
 - 27 % ont un revenu familial inférieur à 60 000 \$
 - 48 % sont des professionnels

HEYDER C. CANADA (PROCUREUR GÉNÉRAL)



MESSAGES D'INTÉRÊT PUBLIC

Annonce faite gratuitement dans l'intérêt de la population

- Les messages d'intérêt public seront diffusés numériquement sur les ondes de radio ou de télévision dans tout le Canada ou dans les cinq principaux marchés. RicePoint travaillera directement avec toutes les stations afin de leur fournir toute l'information souhaitée, y compris des concepts créatifs et d'éventuelles entrevues avec l'avocat-conseil.
 - Les messages d'intérêt public ne sont pas des publicités payantes; par conséquent, il n'y a aucune garantie que les messages seront diffusés d'une manière ou d'une autre par les stations.
- RicePoint soumettra le message d'intérêt public à au moins une douzaine de stations.

HEYDER C. CANADA (PROCUREUR GÉNÉRAL)



COMMUNIQUÉ MULTIMÉDIA

Un communiqué peut être distribué à l'échelle du pays et inclure des images ou des extraits vidéo pour attirer l'attention des médias

- Un communiqué sera diffusé en français et en anglais sur le vaste réseau canadien de CNW, y compris sur les plateformes de médias sociaux de CNW.
- Une image ou des vidéos seront jointes au communiqué pour que les gens puissent mieux s'y identifier et afin d'encourager d'autres personnes à faire une demande d'indemnisation.



SENSIBILISATION AUPRÈS DES EMPLOYÉS

Il est recommandé de prévoir un volet de sensibilisation auprès des employés pour favoriser le bouche-à-oreille par l'intermédiaire de groupes de confiance

- Des informations, y compris un avis sommaire et des avis numériques, seront envoyées à plusieurs groupes concernés au sein d'organisations. Le message sera diffusé numériquement par courriel ou formulaire en ligne afin de réduire les coûts.
- Il faut suivre cette voie si nous voulons joindre les anciens combattants et les membres d'associations ainsi que les groupes de soutien. RicePoint a déjà identifié plus de 190 directions d'organisation, par exemple :
 - The Royal Canadian Legion
 - Army, Navy & Air Force Veterans in Canada (ANAVETS/ANAF)
 - Canadian Airborne Forces Association (CAFA)
 - Canadian Association of Veterans in United Nations Peacekeeping
 - Royal Canadian Air Force Association (RCAFA)
 - Ste. Anne's Hospital
 - True Patriot Love Foundation
 - Veterans' and Active Force
 - The War Amps
 - Canadian Military Police Association (CMPA)
 - Canadian Forces Logistics Association (CFLA)
 - NATO Veterans Organization of Canada
 - It's Just 700
 - The Gatehouse
 - Sherbourne Health
 - TRCC Stop Rape Now MWAR
 - A Time For Men
 - Women In Crisis
 - Huronia Transition Homes
 - Sexual Assault Centre
 - Paths of Courage Healing & Retreat Centre
 - Sexual Assault Centre Of Brant
 - Women's House Serving Bruce & Grey
 - Chatham-Kent Sexual Assault Crisis Centre
 - Sexual Assault Support Services SDG&A
 - Durham Rape Crisis Centre
 - Counselling Centre East Algoma
 - Guelph-Wellington Women In Crisis
 - Savis Of Halton

HEYDER C. CANADA (PROCUREUR GÉNÉRAL)

- Kawartha Sexual Assault Centre
 - Kenora Sexual Assault Centre
 - SAC Kingston
 - Niagara Sexual Assault Centre
 - Amelia Rising Sexual Violence Support Centre
 - DRCC-Durham Rape Crisis Centre
 - The Sexual Assault Support Centre of Ottawa
 - Ottawa Rape Crisis Centre
 - Hope 24/7: Sexual Assault Centre of Peel
 - Women's Sexual Assault Centre of Renfrew County
 - Sexual Assault Survivors' Centre Sarnia-Lambton
 - Athena's Sexual Assault Counselling & Advocacy Centre
 - Voices for Women Sudbury
 - Thunder Bay Sexual Abuse & Sexual Assault Counselling & Crisis Centre
 - Timmins and Area Women in Crisis
 - Toronto Rape Crisis Centre
 - Sexual Assault Support Centre of Waterloo Region
 - Sexual Assault Crisis Centre of Essex County
 - Women's Support Network of York Region
 - Cedar Centre
 - Men & Healing
 - Canadian Centre for Men & Families
 - Canadian Centre for Men and Families Ottawa
 - Canadian Centre for Men and Families – Ontario West
 - Canadian Centre for Men and Families – York Region
 - Canadian Centre for Men and Families Calgary
 - Canadian Centre for Men and Families Edmonton
 - Canadian Centre for Men and Families Vancouver
 - Saskatoon Sexual Assault & Information Centre
 - Men's Therapy Centre
 - Association of Alberta Sexual Assault Services
 - British Columbia Society for Male Survivors of Sexual Abuse
 - Men Therapy Toronto
 - Calgary Communities Against Sexual Abuse
 - Institut national de santé publique du Québec
 - Men's Group
 - ManKind Project Canada
 - Canadian Association for Equality
 - The Men's Centre
 - Saskatoon Men's Resource Centre
 - Men's Health Foundation
- Le volet de sensibilisation des employés n'est pas de la publicité payante; il n'y a donc aucune garantie que les informations seront transmises. Cependant, étant donné la nature du cas et les groupes qui ont été trouvés, le travail devrait produire des résultats fort intéressants.

HEYDER C. CANADA (PROCUREUR GÉNÉRAL)

ANNEXE – Traduction des termes généraux

ANGLAIS	FRANÇAIS
Royal Canadian Air Force (RCAF)	Aviation royale canadienne (ARC)
veterans	vétérans/vétéranes, anciens combattants/anciennes combattantes
special forces	unités spéciales
Canadian Armed Forces (CAF)	Forces armées canadiennes (FAC)
Canadian Army	Armée canadienne
Department of National Defence (DND)	ministère de la Défense nationale (MDN)
Government of Canada	gouvernement du Canada
crisis hotline	ligne d'assistance téléphonique
rape crisis centers	centres d'aide aux victimes de viol et d'agression sexuelle
social equality	équité sociale, égalité sociale
military sexual trauma (MST)	traumatisme sexuel pendant le service militaire
regiment	régiment
HMCS	NCSM
LGBT	LGBT
LGBTQ	LGBTQ
LGBTTIQQ2SAA	LGBTTIQQ2SAA
LGBTQ2S+	LGBTQ2S+
lesbians	lesbiennes
gays	gais
bisexuals	bisexuels
transgender	transgenres
questioning	en questionnement
2-spirit	bispirituels