

**PARTAGER DES PRATIQUES D'ÉTABLISSEMENT ET D'INTÉGRATION  
QUI FONCTIONNENT  
WILLING TO WORK (W2W)  
[DÉSIREUSES DE TRAVAILLER]**

Newcomer Kitchen Inc.  
Toronto, Ontario

**Champ de pratique:**  
Appuis à l'emploi et à l'entrepreneuriat

**Vidéo:**  
<https://youtu.be/rwbmUShaJal>

Un projet de Voies  
vers la prospérité

Janvier 2024

Financé par :

Funded by:



Immigration, Réfugiés  
et Citoyenneté Canada

Immigration, Refugees  
and Citizenship Canada



**PATHWAYS TO  
PROSPERITY**  
Promoting Welcoming Communities in Canada



**VOIES VERS LA  
PROSPÉRITÉ**  
Promouvoir des communautés accueillantes au Canada

## **ORIGINE DE L'ORGANISATION ET IMPULSION POUR LA CRÉATION DU PROGRAMME**

---

Newcomer Kitchen, fondée en 2016 en tant qu'entreprise sociale, vise à offrir des opportunités sociales et économiques aux femmes primo-arrivantes par le biais d'activités basées sur l'alimentation dans la région du Grand Toronto. Au départ, l'organisation proposait un espace de cuisine commerciale dans un restaurant pour que les réfugiées syriennes puissent se rencontrer, cuisiner des aliments traditionnels et interagir avec la communauté locale. En deux ans, le concept a été couronné de succès et a gagné le soutien d'entités privées et d'entreprises désireuses d'engager les femmes pour des ateliers et des événements de restauration. Cependant, étant donné que Newcomer Kitchen n'était pas une agence pour l'emploi et que les femmes n'avaient pas les conseils nécessaires pour poursuivre des entreprises indépendantes, Newcomer Kitchen a décidé de changer son modèle d'entreprise sociale pour inclure également un programme d'entrepreneuriat.

Newcomer Kitchen a piloté le programme « Willing to Work » en 2019. Le programme vise à former les femmes à l'entrepreneuriat alimentaire par le biais d'une expérience réelle, d'activités et de ventes en équipe. L'objectif est de s'appuyer sur le succès de l'entreprise sociale et de doter les femmes nouvellement arrivées des compétences et des connaissances nécessaires pour naviguer dans l'industrie culinaire et créer leur propre entreprise. En outre, le programme vise à impliquer la communauté locale en tant que soutien et bienfaiteur de ces activités. En outre, un autre objectif est de créer un programme standardisé afin qu'il puisse être reproduit et intégré dans les agences d'établissement à travers le Canada. C'est pourquoi Newcomer Kitchen s'est associé au Centre francophone du Grand Toronto en 2022 pour piloter le programme en français et tester son efficacité au sein d'une agence d'établissement plus importante. Grâce à cette collaboration, Newcomer Kitchen a reconnu l'importance de prendre en compte les facteurs culturels, même avec un programme standardisé, soulignant davantage l'importance de l'inclusion et de la diversité dans leur approche.

## **APERÇU DU PROGRAMME**

---

**Nom :**

Willing to Work (W2W)  
[Désireuses de travailler]

**Description :**

Le programme est proposé sous la forme d'un programme hybride sur une période de 12 semaines et demie, comprenant 25 cours. La composante en ligne du programme comprend deux sessions de 3 à 4 heures par semaine avec un formateur en direct, permettant aux femmes d'acquérir des connaissances commerciales à travers trois modules :

- 1) Du produit au marché (comprend la création de produits, le développement de recettes, l'image de marque, l'adaptation des produits aux consommateurs, le calcul des coûts et l'élaboration de calendriers de production).

- 2) Repas préparés (préparation de repas à emporter, chaque femme de l'équipe étant responsable d'un aspect du repas).
- 3) Traiteur (recherche de clients ayant besoin de services de traiteur et adaptation des produits en fonction de la taille de l'événement et des préférences du client, ainsi qu'adaptation d'idées de repas traditionnels en portions « finger food » pouvant être utilisées comme plateaux de fête).

Le module 1 comprend quatre cours théoriques de gestion d'entreprise et deux journées de mise en pratique en personne au cours desquelles les femmes peuvent vendre les produits finis, soit en ligne, soit sur des marchés de producteurs locaux. Les modules 2 et 3 comprennent également des cours en ligne et deux journées de préparation en personne au cours desquelles les aliments sont préparés, les commandes sont prises et les commandes sont ensuite récupérées par les clients.

La composante en ligne utilise un formateur ainsi qu'un programme détaillé sur des plateformes telles que Canva pour les cours et les présentations, et comprend des livrables intégrés. Diverses autres ressources, telles que YouTube, sont également utilisées pour enseigner chaque module en ligne. En outre, les femmes ont la possibilité d'accéder à des séances hebdomadaires de mentorat privé de 30 minutes, qui renforcent considérablement leur confiance et leurs chances de réussite.

Le programme propose des modules pour deux cohortes par trimestre, l'une de jour et l'autre de nuit. Au total, il y a trois trimestres par an, ce qui donne un total annuel de six cohortes. Chaque cohorte est composée de 6 à 8 femmes.

**Objectif(s) :**

Les objectifs à court terme du programme sont d'améliorer les connaissances des nouvelles arrivantes sur l'environnement des entreprises alimentaires locales et de leur fournir une compréhension réaliste des conditions de réussite dans l'entreprise alimentaire. Le programme vise également à aider les femmes à créer des réseaux sociaux et professionnels, des liens avec la communauté et à prendre confiance en elles. En outre, le programme offre aux nouvelles arrivantes la possibilité de gagner de l'argent.

Les objectifs à moyen et long terme du programme sont de permettre aux femmes de s'engager dans des activités alimentaires génératrices de revenus, de développer un plus grand sentiment d'appartenance au Canada et de mieux connaître les services de soutien disponibles.

**Groupe(s) de clients ciblés :**

Le groupe cible est constitué de femmes primo-arrivantes éligibles aux services d'établissement financés par IRCC. En outre, pour être admissibles au programme, les femmes doivent avoir un niveau de compétence linguistique en anglais d'au moins 4. Aucune durée spécifique de résidence au Canada n'est requise pour participer au programme.

**Partenaires de livraison :**

Newcomer Kitchen s'associe à des marchés de producteurs et à d'autres programmes de livraison pour partager des informations et des services. En outre, le programme reçoit le soutien de partenaires communautaires, tels que des établissements d'enseignement et des entreprises, ainsi que du grand public, qui passent tous des commandes de repas ou de services de traiteur.

**Ressources humaines :**

Le programme est mis en œuvre par deux employés à temps partiel : le formateur du programme et le responsable des ventes du programme. Le formateur du programme est chargé de mettre en œuvre le programme et de s'engager activement auprès des clients pendant les événements. Le responsable des ventes du programme s'occupe des tâches administratives, coordonne les flux de ventes et veille au bon fonctionnement du programme. En cas d'ajout d'une cohorte supplémentaire, un formateur supplémentaire à temps partiel est nécessaire pour répondre aux besoins de formation. Tous les membres du personnel doivent posséder une expérience commerciale et une connaissance de l'industrie alimentaire.

**Financement :**

Le programme est financé par Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada (IRCC) par l'entremise de l'Initiative pilote pour les nouvelles arrivantes racisées (anciennement l'Initiative pilote pour les nouvelles arrivantes appartenant à une minorité visible).

**PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES CONTRIBUANT AU FAIT QU'IL S'AGIT D'UNE PRATIQUE PROMETTEUSE**

---

**Efficace :**

Grâce au programme W2W, les clients acquièrent une expérience pratique dans une cuisine commerciale afin d'organiser de véritables événements de vente pour le public et les partenaires du programme. Cela permet aux clientes du programme de gagner de l'argent en fonction de leurs efforts tout en apprenant les subtilités de la gestion d'une entreprise alimentaire.

Le programme est efficace parce que les clientes apprennent à utiliser des équipements et des techniques de production alimentaire sophistiqués. Ces connaissances peuvent être appliquées à leur propre entreprise alimentaire. En outre, les clientes bénéficient de séances hebdomadaires de mentorat pour obtenir des conseils et un soutien en matière d'entreprise alimentaire, ce qui contribue à renforcer leur confiance et leur réussite globale. Par ailleurs, le programme encourage le travail d'équipe et la collaboration puisque les clientes forment des équipes, créent une identité de marque et progressent tout au long du programme sous cette marque.

**Efficiente :**

L'enseignement hybride du programme améliore l'efficacité du programme, en particulier pour les femmes qui concilient leurs engagements professionnels et leurs responsabilités familiales. En outre, les cours sont enregistrés et mis à la disposition des personnes qui ne peuvent pas y assister, ce qui offre une certaine flexibilité. Ces enregistrements peuvent ensuite être revus lors de séances de mentorat individuelles. En fin de compte, le programme crée une situation gagnant-gagnant : les clients achètent un excellent produit, soutenant les femmes nouvellement arrivées, et les clientes du programme gagnent en confiance, en revenu et en liens avec la communauté.

**Pertinente :**

L'expérience du monde réel acquise dans le cadre du programme est essentielle pour répondre aux besoins des clientes. Le programme plonge directement les clientes dans le contexte canadien, leur

offre une formation pratique dans tous les aspects des petites entreprises alimentaires et facilite l'expansion de leurs réseaux sociaux et commerciaux au Canada.

**Durable :**

Le site web et la liste de diffusion de la Newcomer Kitchen servent de plateforme de vente, permettant aux partenaires communautaires (le public) de soutenir le programme en achetant des biens et des services offerts par les clientes du programme. L'engagement délibéré du public par la Newcomer Kitchen est crucial pour maintenir son implication et son soutien, contribuant ainsi à la durabilité du programme. En outre, Newcomer Kitchen développe actuellement « XP », un programme d'incubateur d'entreprises conçu pour répondre aux besoins spécifiques des anciennes clientes en matière de développement d'entreprises.

**Transférable :**

Avec les conseils de Newcomer Kitchen et l'utilisation du manuel du programme, ce programme peut être reproduit dans d'autres centres urbains à travers le Canada. Newcomer Kitchen estime qu'un programme similaire à W2W pourrait être couronné de succès dans les régions ayant une population de plus de 70 000 personnes et une culture alimentaire diversifiée. Le programme peut également être adapté pour servir une grande variété de groupes de clients, à condition que ces groupes disposent d'une base de soutien au sein de la communauté alimentaire. En termes de ressources humaines, si le soutien administratif est disponible au sein de l'organisme prestataire de services, il est possible que le programme soit mis en œuvre par un formateur à temps plein au lieu de deux membres du personnel à temps partiel.

Newcomer Kitchen a déjà collaboré avec le Centre francophone du Grand Toronto pendant un an, offrant le programme aux femmes francophones nouvellement arrivées. Suite à la mise en œuvre réussie du programme, le Centre Francophone du Grand Toronto a décidé d'offrir le programme une deuxième fois.

**Innovatrice et visionnaire :**

Le programme combine de manière unique un modèle d'entreprise sociale et un modèle d'entrepreneuriat, visant à autonomiser les clientes sur le plan financier grâce à une approche axée sur les affaires. La formation des clientes est basée sur des expériences de vente réelles au sein de la communauté. Le programme fait également participer activement le public canadien en tant que client, ce qui favorise un sentiment de communauté et de soutien pour les clientes. En outre, le programme établit des liens entre divers lieux de vente, y compris les marchés de producteurs, les cadeaux en ligne et les flux de vente aux entreprises, ce qui permet aux clientes d'accéder à diverses sources de revenus. Le programme met également l'accent sur l'importance du matériel de marketing en ligne et l'exploitation des plateformes de médias sociaux pour présenter efficacement les histoires et les produits uniques des femmes.

**Diffère de façon claire d'autres pratiques similaires :**

Le programme est unique en ce qu'il se concentre spécifiquement sur les femmes nouvellement arrivées et sur les services alimentaires. Il permet aux femmes de former des groupes pour créer des entreprises fictives, offrant une expérience pratique tout en générant des revenus pour les clientes du programme et en fournissant de vrais produits au public canadien. L'apprentissage expérientiel en personne du programme s'articule autour d'événements réels, mettant les clientes au défi

d'améliorer leurs compétences culinaires pour répondre aux divers besoins des clients. En outre, le programme permet à la communauté environnante de participer en tant que clients du programme plutôt qu'en tant que bénévoles, créant ainsi un échange transactionnel entre les clients et la communauté qui profite aux deux parties.

**Fort attrait auprès des clients :**

Le programme bénéficie d'une forte adhésion des clientes par le biais de différents canaux. Le bouche-à-oreille joue un rôle crucial, car les clientes satisfaites partagent leurs expériences positives, ce qui permet de créer un solide réseau d'aiguillage. En outre, des partenariats stratégiques avec des organismes d'aide à l'établissement facilitent le partage d'informations, ce qui permet d'atteindre un plus grand nombre de clientes potentielles. Le programme organise également une réunion annuelle, créant ainsi des opportunités de réseautage et de sensibilisation pour attirer les personnes intéressées. En outre, le programme utilise efficacement les médias sociaux pour promouvoir ses offres et communiquer avec les clientes potentielles.

**Forte rétention des clients :**

Plusieurs facteurs contribuent à la fidélisation des clientes. Les clientes signent un accord de partenariat pour s'assurer qu'elles comprennent l'engagement qu'elles prennent envers le programme. En outre, le format de groupe du programme permet aux participantes de se responsabiliser les unes les autres et de maintenir des normes de performance. Enfin, les participantes au programme ne reçoivent des honoraires financiers qu'à l'issue du programme, sauf en cas de circonstances exceptionnelles.

**Preuves solides de résultats concluants :**

De septembre 2019 à décembre 2023, 120 clientes ont participé au programme au cours de 10 trimestres, et 110 clientes ont terminé le programme avec succès (92%). À la connaissance de Newcomer Kitchen, 15 de ces clientes ont créé leur propre entreprise après avoir obtenu leur diplôme.

Les résultats des groupes de discussion avec les clientes en 2021 ont révélé des réponses positives quant à l'impact du programme. Les clientes ont non seulement appris à connaître le fonctionnement des entreprises alimentaires au Canada, mais elles se sont également senties capables d'être indépendantes et confiantes dans la poursuite de leurs rêves. Voici quelques témoignages :

*« Aujourd'hui, je me sens plus forte et je peux sortir et travailler. Nous avons appris à nous remettre en question et nous avons appris que nous pouvions faire bien plus que ce que nous avons imaginé. Nous avons appris à compter sur nous-mêmes. Nous avons appris à nous faire confiance. J'ai beaucoup appris sur moi-même et sur mes compétences. »*

*« Oui, j'ai réalisé qu'ici, au Canada, je dois apprendre à gagner de l'argent. Chez moi, je n'avais pas besoin de travailler. Je me contentais de faire de la charité. Maintenant, je dois apprendre à aller gagner de l'argent. Au Canada, tout va vite. J'ai même appris à cuisiner rapidement. Chez moi, je mets des heures à cuisiner, ici nous devons apprendre à cuisiner très vite. De plus, au Canada, ils aiment mélanger*

*beaucoup de saveurs. J'ai goûté des choses que je n'aurais jamais imaginées aller ensemble. Nous avons également appris à prendre soin des aliments et à les conserver correctement pour ne blesser personne, ainsi que les règles en vigueur au Canada à ce sujet. »*

*« Le programme a dépassé mes attentes. Je n'ai pas seulement appris sur la nourriture, le commerce et les différentes cultures, j'ai aussi beaucoup appris sur moi-même. Le programme nous a poussés à nous dépasser et à briser la barrière de la peur. Nous avons parlé anglais alors que nous ne savions pas comment le faire. Nous avons parlé à des Canadiens, nous avons conversé et nous avons commis tant d'erreurs. Mais nous avons appris qu'il n'y avait pas de mal à faire des erreurs. J'ai aussi appris à cuisiner. Je ne savais pas le faire avant. J'ai aussi appris à gérer mon temps parce que maintenant nous avons plus de responsabilités et nous devons faire beaucoup de travail. »*

En outre, les enquêtes de satisfaction menées auprès de 64 clientes ont révélé que 95 % d'entre elles étaient d'accord ou tout à fait d'accord pour dire qu'elles avaient tiré profit du programme de formation en gestion d'entreprise alimentaire. Entre 45 % et 60 % des clientes ont estimé qu'elles avaient beaucoup appris sur les liens avec la communauté et la culture canadienne, et qu'elles avaient acquis de nombreuses compétences, notamment en matière de production alimentaire, de budgétisation et d'établissement des coûts, de conception de menus, de marketing et de vente, de compétences numériques et de compétences linguistiques.

En outre, 53 % des participantes ont déclaré avoir l'intention de créer leur propre entreprise à l'issue du programme, tandis que les autres l'envisagent. Environ 37 % des clientes ont déclaré qu'il était assez important pour elles de gagner un revenu tout en participant au programme, tandis que 52 % ont déclaré que c'était extrêmement important pour elles. Toutes les clientes ont indiqué qu'elles recommanderaient le programme et 83 % d'entre elles ont exprimé leur intérêt pour de futures opportunités avec Newcomer Kitchen.

## **MESURE DE RENDEMENT ET STRATÉGIE D'ÉVALUATION**

---

Le programme vise à mesurer le succès par le biais de plusieurs méthodes. Au début du programme, un formulaire d'admission est distribué pour évaluer les objectifs des clientes. À la fin du programme, des formulaires individuels sont distribués pour évaluer divers aspects de l'expérience des clientes, notamment les résultats de l'apprentissage, les difficultés rencontrées tout au long du programme, les suggestions d'amélioration et la question de savoir si elles recommanderaient le programme à une amie. De plus, Newcomer Kitchen organise des groupes de discussion avec un traducteur pour recueillir des commentaires et des conversations plus approfondies de la part des clientes.

Le programme utilise également des mesures indirectes de la réussite, telles que l'évaluation de l'achèvement des livrables du programme dans les classes en ligne par les clientes, le suivi du nombre de ventes générées après chaque événement, le suivi du nombre de clients qui reviennent et de références, et le comptage du nombre de nouvelles entreprises lancées après l'obtention du diplôme.

Les commentaires recueillis ont conduit à plusieurs modifications du programme, y compris des ajustements de la durée, de la fréquence et des horaires des cours. Le retour d'information a également permis d'orienter la phase suivante du programme W2W, qui a abouti à la création de « XP », un programme d'incubateur d'entreprises conçu pour répondre aux besoins commerciaux spécifiques des anciens clients.

## **POUR PLUS D'INFORMATIONS**

---

**Newcomer Kitchen**

[www.newcomerkitchen.ca](http://www.newcomerkitchen.ca)