

Revue de littérature
sur les stratégies et les pratiques efficaces
pour rejoindre les personnes vulnérables

Présenté à :
Conférence régionale des éluEs (CRE)
Bas-Saint-Laurent

Shanoussa Aubin-Horth P.h.D
Avril 2014

Table des matières

Introduction.....	3
1. L'importance de la référence à un territoire	4
2. L'importance des alliances avec les organismes de la communauté	4
3. Des stratégies d'engagement et de recrutement.....	6
3.1 Connaître initialement la problématique et les véritables besoins de la population cible	7
3.2 La stigmatisation et la compréhension des services : une question de perception... ..	9
3.3 L'importance du contact direct lors du démarchage.....	12
3.4 L'importance de donner du temps au recrutement	14
3.5 L'échantillonnage en boule de neige et la chaîne de référence comme méthodes de recrutement.....	15
3.6 L'importance des procédures d'accueil et du contact pré-groupe dans l'engagement des participants potentiels.....	17
4. Mobilisation de clientèles spécifiques	19
4.1 Les familles	19
4.2 Les hommes et les pères	22
4.3 Les adolescents et les jeunes adultes	25
5. Des lieux qui favorisent la rétention	29
6. Des approches et des pratiques innovantes.....	32
Conclusion	41
Références	42

Introduction

Cette revue de littérature avait pour objectif de recenser la littérature scientifique sur les stratégies et les pratiques efficaces pour joindre les personnes vulnérables (*hard-to-reach people*) dans le but d'outiller les milieux locaux du Bas-Saint-Laurent. La recension a été réalisée à l'aide de bases de données de la bibliothèque de l'UQAR pouvant être consultées à des fins de recherche. Les bases de données consultées se reportaient à la littérature scientifique liée aux disciplines suivantes : Développement régional, Développement social, Éducation, Psychologie et Travail social (*Érudit; ÉRIC; SAGE; REPÈRE; Academic Search Complete EBSCO* (incluant le domaine médical et de la santé); *CAIRN; SCOPUS; JSTOR; PSYCNET; Social Services Abstracts*).

La recension a été centrée sur les recherches réalisées au cours des dix dernières années (2004-2014). Si toutefois une recherche avait été réalisée antérieurement et apparaissait intéressante, elle pouvait être incluse dans la recension. La recension considérait les recherches réalisées au niveau national (Québec et Canada) et international (États-Unis, Grande-Bretagne, Australie).

La revue de la littérature est présentée sous la forme d'un entonnoir, c'est-à-dire qu'elle débute par la description de stratégies efficaces plus générales et globales et progresse en entonnoir vers des stratégies plus spécifiques et ciblées. Chacune des sections du texte est suivie d'un encadré des principaux constats recensés.

Les populations dites vulnérables dans ce texte incluent les familles défavorisées (dites vulnérables, socialement exclues, invisibles, à risque, avec des besoins multiples et complexes); les minorités ethniques; les hommes/pères; les jeunes marginalisés ou inactifs; les personnes vivant avec un trouble de santé mentale; les personnes dites invisibles, marginalisées ou isolées socialement ainsi que les personnes isolées socialement vivant en milieu rural. Afin d'éviter la redondance et la répétition des pratiques ou des stratégies efficaces, celles qui sont spécifiques à un groupe en particulier sont précisées dans le texte.

1. L'importance de la référence à un territoire

Afin d'observer l'apport des services de proximité à la construction d'une identité de quartier, Morin et Rochefort (2003) ont étudié neuf services de proximité¹ dans trois quartiers de Montréal (Hochelaga-Maisonneuve, Centre-Sud et Plateau-Mont-Royal). Pour les auteurs, les services de proximité peuvent être définis « comme une réponse à un besoin jugé « d'utilité sociale », qui se veut physiquement et socialement proche de la population desservie. La proximité physique renvoie au territoire d'intervention des organismes prestataires et, en milieu urbain, à la question du quartier » (Morin & Rochefort, 2003, p. 268). Ils soulèvent que le quartier est considéré, par certains chercheurs, comme un espace de vie sociale en perte de signification dans un contexte où la mobilité physique et les réseaux sociaux favorisent une « déterritorialisation » du lien social alors qu'on observe qu'il sert, de plus en plus, depuis une vingtaine d'années, de territoire réactualisé de l'intervention des pouvoirs publics et de l'action collective tant en Europe qu'en Amérique du Nord. Leurs résultats démontrent que lorsqu'un service cherche à instaurer des liens d'appartenance et d'entraide entre ses usagers ou ses bénéficiaires, ce qui est le cas des « organismes communautaires », la référence à un territoire semble une condition nécessaire à sa réussite. De plus, la référence géographique paraît un gage de qualité du service offert puisque la proximité spatiale garantit une proximité sociale et une réponse plus adéquate aux besoins exprimés.

- ⇒ La référence à un territoire (quartier, secteur) semble une condition nécessaire afin d'instaurer des liens d'appartenance et d'entraide entre les usagers
- ⇒ La référence géographique paraît un gage de qualité du service offert puisque la proximité spatiale garantit une proximité sociale et une réponse plus adéquate aux besoins exprimés

2. L'importance des alliances avec les organismes de la communauté

Turcotte (1997) s'est intéressé aux facteurs d'ordre organisationnel qui font obstacles ou qui facilitent le recrutement des populations difficiles à rejoindre. Les résultats empiriques

¹ Les principaux domaines d'activités des neuf services de proximité étaient le recyclage et prêt de jouets pour enfants, éducation populaire, restaurant communautaire, adaptation de logements, soutien familial, loisirs pour personnes âgées, livraison de repas et entretien ménager.

proviennent d'une recherche évaluative portant sur 19 projets réalisés dans le cadre du Programme d'action communautaire pour les enfants (PACE)² mené auprès d'organismes communautaires réalisant des activités pour des familles défavorisées.

Les résultats démontrent que la renommée de l'organisme et la nature des liens qu'il entretient avec les autres organismes de la communauté sont au nombre des facteurs facilitants (enracinement de l'organisme, rayonnement, ouverture des partenaires et intérêt de la communauté). À l'opposé, un nouvel organisme ou un organisme qui est à redéfinir sa mission doit consacrer plus d'énergie à « bâtir ses liens de confiance avec le milieu ». Ces organismes ont avantage à adopter des stratégies proactives afin de rejoindre leur clientèle cible là où elle se trouve et d'établir des liens avec des partenaires éventuels. Selon l'auteur, cette approche exige efforts et originalité, mais lorsqu'un bon contact est établi avec les partenaires de la communauté, ces derniers peuvent se révéler des sources de recrutement très précieuses.

Turcotte (1997, p. 114) présente, comment le démarchage des organismes étudiés s'articule autour de stratégies ayant pour objectif de diffuser l'information dans la communauté. L'une des modalités nommées *l'infiltration au sein du réseau des organismes* dépasse la diffusion d'information sur le projet et ses activités. Elle peut être considérée comme une stratégie de démarchage beaucoup plus proactive. Elle mise sur l'établissement d'un lien direct entre la communauté et les personnes œuvrant dans le projet. Par exemple, l'existence dans une communauté de tables de concertation facilite beaucoup cette stratégie. La présence à ces tables serait une occasion privilégiée pour faire connaître son organisme, pour se faire connaître comme intervenant, pour tisser les liens interpersonnels et pour développer un réel partenariat. En effet, l'auteur conclut : « c'est principalement à travers des actions concertées, réalisées en alliance avec les ressources de la communauté et dans le respect des sensibilités des personnes défavorisées que se trouvent les voies les plus prometteuses pour venir en aide aux populations dites difficiles à rejoindre » (Turcotte, 1997, p.122).

² Le Programme d'action communautaire pour les enfants (PACE) est un programme géré par Santé Canada. Il fournit une aide financière à des organismes qui souhaitent développer et offrir des services à l'intention des jeunes enfants à risque (0-6 ans) ou de leur famille (Turcotte, 1997, p. 111).

À cet effet, Boag-Munroe & Evangelou (2012) ont réalisé une recension de la littérature scientifique portant sur les familles difficiles à rejoindre (*hard-to-reach/hard-to-engage families*) publiée de 2000 à 2012 en Grande-Bretagne, aux États-Unis, au Canada et en Australie. Les auteures visaient à recenser les stratégies qui pourraient être déployées afin de surmonter les obstacles à l'accessibilité aux services conçus pour ce type de clientèle. Toutes les recherches recensées mettent l'accent sur la nécessité de travailler de façon holistique avec les familles pour créer des réseaux entre les familles et les services permettant ainsi de s'entraider les uns les autres. Selon les auteurs, c'est par ce processus crucial d'interactions et de coactivités que les personnes en marge de la société seront plus susceptibles d'être amenées plus près du centre.

- ⇒ Il est important de cultiver le lien avec les autres organismes de la communauté (enracinement de l'organisme, rayonnement, ouverture des partenaires et intérêt de la communauté)
- ⇒ Au-delà de la diffusion de l'information sur un projet ou une activité, l'infiltration au sein du réseau des organismes apparaît comme une stratégie de démarchage proactive :
 - les partenaires de la communauté sont des sources de recrutement précieuses
- ⇒ Il est nécessaire de travailler de façon holistique pour créer des réseaux entre les familles et les services (processus déterminant d'interactions et de coactivités)

3. Des stratégies d'engagement et de recrutement...

Un des éléments clés qui ressort de la recension de Boag-Munroe & Evangelou (2012) est que les services doivent utiliser des moyens de communication appropriés pour rejoindre les populations difficiles à joindre. Les auteurs tiennent à souligner à cet effet que les intervenants des services sont souvent conscients de cette problématique et tentent, dans leur capacité, de trouver des solutions imaginatives pour recruter ce type de clientèle. Il ressort tout de même de la recension, certains moyens pouvant être mis en place pour pallier les barrières à l'engagement.

3.1 Connaître initialement la problématique et les véritables besoins de la population cible

La recension de Boag-Munroe & Evangelou (2012) met en évidence l'importance, d'abord, de répondre aux véritables besoins des familles et de favoriser la consultation avec ces derniers. En effet, Temple et coll. (2008) dans leur article sur la perception des prestataires de services de soutien précoce aux enfants handicapés (0-3 ans) de communautés ethniques minoritaires, stipulent que le point de vue et les besoins de la population cible ne doivent plus être postulés à l'avance ou suggérés par les prestataires de services (conception inexacte des besoins). Ils recommandent que la consultation avec les communautés et les organisations qui les représentent doit être étendue et inclusive. Les résultats de la consultation doivent aussi être intégrés dès le départ dans le processus de développement de l'offre de services.

Les conclusions de Turcotte (1997), tirées des observations de la recherche évaluative sur les programmes PACE, vont dans le même sens : initialement, il est essentiel de bien connaître la problématique, et les besoins de la population cible. En effet, selon l'auteur, les intervenants doivent se donner des moyens pour mieux comprendre la réalité et les besoins de cette dernière. Ce type de réflexion permettrait, d'une part, d'offrir des services plus concrets et, d'autre part, d'éviter un manque d'attrait des activités, de prévenir l'inadéquation de la période de réalisation des activités (durée de l'activité, horaire, saison, période de la journée) ainsi que la compétition entre les services.

Également, afin de faciliter l'accès des familles « difficiles à rejoindre » vers les lieux de service, Doherty et coll. (2004 dans Boag-Munroe & Evangelou, 2012) suggèrent que les organismes doivent comprendre pourquoi les familles ont des difficultés à en savoir davantage sur leur service et doivent identifier ce qui le rend apparemment inaccessible. Ils soutiennent que les organismes doivent consulter davantage au sein de la communauté et se concentrer sur les groupes qui éprouvent des difficultés à exprimer leurs besoins parce qu'ils sont rarement sondés ou étudiés.

Glennie et coll. (2005) (dans Boag-Munroe & Evangelou, 2012) mettent l'emphase, à cet effet, sur le besoin d'utiliser les réseaux de contacts déjà établis avec les parents pour connaître les véritables besoins des familles. Ils suggèrent l'utilisation de journées portes ouvertes ou des « drop in services » (halte-garderie, halte-allaitement, etc.) pour profiter de l'occasion pour discuter avec les familles des activités qu'ils pourraient et aimeraient utiliser. Comme l'affirment Boag-Munroe & Evangelou (2012) une fois de plus, l'écoute active des intervenants est essentielle.

Enfin, certains auteurs de la recension de Boag-Munroe & Evangelou (2012) mentionnent qu'il est nécessaire de répondre à certains besoins ou de régler les problèmes plus immédiats de la famille avant même de penser à l'engager. En effet, selon ces auteurs, certaines familles ne sont pas nécessairement « difficiles à rejoindre » mais plutôt mal desservies. Elles s'engageraient davantage dans des activités si des accommodations étaient offertes tels le transport, les services de garde et des services à faible coût (Statham, 2004; Crowley, 2005; Garbers et coll., 2006; Coe et coll., 2008).

Turcotte (1997) mentionne qu'il est nécessaire non seulement de proposer une intervention qui répond aux besoins, mais aussi, de la concevoir de façon stimulante et originale.

Au cours du processus de développement de l'offre des services :

- ⇒ les besoins de la population cible ne doivent pas être insinués ou suggérés par les prestataires de service (conception inexacte des besoins)
- ⇒ les intervenants doivent se donner des moyens pour mieux comprendre la réalité et les véritables besoins de la population cible
- ⇒ il est important de consulter les membres de la communauté et les organisations qui les représentent à l'égard de leurs véritables besoins
- ⇒ la consultation doit être étendue et inclusive (se concentrer sur les groupes qui éprouvent des difficultés à exprimer leurs besoins car ils sont rarement sondés)
- ⇒ les résultats de la consultation doivent être intégrés dès le départ dans le processus de développement de l'offre de services

Une consultation pour... :

- ⇒ comprendre pourquoi les familles ont des difficultés à en savoir davantage sur le service
- ⇒ identifier ce qui rend l'organisme apparemment inaccessible
- ⇒ offrir des services plus concrets qui répondent aux véritables besoins
- ⇒ éviter le manque d'attrait des activités
- ⇒ prévenir l'inadéquation de la période de réalisation des activités (durée de l'activité, horaire, saison, période de la journée)
- ⇒ éviter la compétition entre les services

Pour rejoindre les familles et les consulter :

- ⇒ utiliser les réseaux de contacts déjà établis avec les parents pour connaître les véritables besoins des familles
- ⇒ utiliser les journées portes ouvertes ou les « drop in services » (halte-garderie, halte-allaitement, etc.) pour discuter avec les familles des activités et services qu'ils pourraient et aimeraient utiliser

3.2 La stigmatisation et la compréhension des services : une question de perception...

Avis et coll. (2006) ont conduit une recherche qualitative afin d'identifier les facteurs qui font entraver à la participation de parents à un programme visant l'inclusion ciblée de jeunes familles défavorisées dans l'amélioration de leurs conditions de vie en Grande-Bretagne (approche intégrée : l'éducation préscolaire et le jeu, les services de santé, le soutien familial, compétences parentales). Les résultats démontrent très bien comment il est important de connaître les raisons de la non-participation et les perceptions de la clientèle cible à l'égard de l'organisme même pour mieux répondre aux besoins. Par exemple, certaines mères n'utilisaient pas le service car elles avaient peur d'être critiquées à propos du comportement de leurs enfants ou d'être jugées sur leurs compétences parentales. Aussi, certains parents percevaient le service comme étant seulement pour les régions les plus pauvres et les mauvais parents. La nature des visées et des cibles des organismes peut les stigmatiser et faire en sorte que certaines personnes ne veulent pas y être associées. Selon les auteurs, la manière de présenter le service ou l'offre de services universels peut réduire cette stigmatisation en changeant les conceptions des personnes vis-à-vis de l'organisme. Boag-Munroe & Evangelou (2012) suggèrent que les services devraient avoir envie d'être au courant de toute stigmatisation attachée à leur service ou à leur établissement et envisager de mettre en place des stratégies de re-présentation ou de « re-branding ».

En outre, plusieurs recherches relèvent que bien que les intervenants pensent que leur service est bien présenté et expliqué à la population, souvent, plusieurs « personnes difficiles à joindre » ne saisissent pas clairement ce que le programme ou le service peuvent leur apporter. En fait, elles ne comprennent pas ou elles ne sont pas certaines du champ d'application et donc incertaines de ce que le service peut leur apporter. Dans la recherche d'Avis et coll. (2006) les mères ne comprenaient pas l'idée du soutien global aux familles, par exemple, qu'est-ce les bibliothèques ont à voir avec l'amélioration de mes conditions de vie et celles de mon enfant? Les auteurs soutiennent qu'il est important de bien expliquer avec des exemples concrets le pourquoi du service.

À cet effet, Crowley (2005 dans Boag-Munroe & Evangelou, 2012), souligne la nécessité de travailler avec la famille, de reconnaître le parent comme expert et d'utiliser des approches concrètes de résolution de problèmes. Landy et Menna (2006 dans Boag-Munroe & Evangelou, 2012) proposent d'aider le parent à discuter des rêves qu'ils ont pour leur bébé ou leur enfant afin de leur expliquer et de leur faire connaître des stratégies et les ressources qui pourraient les aider à réaliser ces rêves. L'intervenant peut aussi guider et référer le parent vers d'autres services qui peuvent les aider à atteindre leurs objectifs (rêves). Cette avenue semble particulièrement intéressante afin, d'une part, que le parent saisisse bien les champs d'application des différents services et ce que ces derniers peuvent lui apporter, et d'autre part, qu'il s'approprie ou réapproprie son rôle de parents (valorisation et responsabilité).

Aussi, pour pallier la barrière culturelle et du langage de familles d'ethnies minoritaires, la recension met en évidence que les services doivent utiliser un interprète, non seulement pour traduire le langage, mais aussi pour comprendre les signes et les comportements culturels de la famille. Ces familles doivent comprendre les attentes explicites mais aussi les attentes implicites et tacites des services (particulièrement à l'école) (Temple et coll. 2008).

Bref, les difficultés de communication identifiées dans la recension de Boag-Munroe & Evangelou (2012) vont au-delà de l'effet aliénant et « distanciatif » de l'utilisation du jargon

institutionnel par les intervenants, la clé est de saisir la réelle compréhension des services par la clientèle et leur adéquation avec les besoins réels et concrets des personnes difficiles à joindre.

Pour éviter la stigmatisation du service :

- ⇒ importance de connaître les raisons de la non-participation et les perceptions de la clientèle cible à l'égard de l'organisme
- ⇒ la nature des visées des organismes et le choix d'une clientèle cible peuvent créer une stigmatisation du service (perception) et faire en sorte que certaines personnes ne veulent pas y être associées.
- ⇒ importance d'identifier toute stigmatisation attachée au service ou à l'organisme pour mettre en place des stratégies de re-présentation ou de « re-branding »

Pour favoriser une meilleure compréhension des services :

- ⇒ au-delà de l'effet aliénant et « distanciatif » de l'utilisation du jargon institutionnel, plusieurs « personnes difficiles à joindre » ne comprennent pas ou ne sont pas certaines du champ d'application du service et donc incertaines de ce que le service peut leur apporter
- ⇒ les familles doivent comprendre le rôle du service offert et ce qu'il peut leur apporter
- ⇒ il est important de bien expliquer avec des exemples concrets le pourquoi du service :
 - travailler avec la famille, reconnaître le parent comme expert et utiliser des approches concrètes de résolution de problèmes
 - ex. discuter avec les parents des rêves qu'ils ont pour leur enfant afin de leur expliquer et de leur faire connaître les stratégies et les ressources qui pourraient les aider à atteindre leurs objectifs (valorisation et réappropriation du rôle de parents)
- ⇒ pallier la barrière culturelle et du langage de familles d'ethnies minoritaires, les services doivent utiliser un interprète, pour traduire le langage mais aussi :
 - pour comprendre les signes et les comportements culturels de la famille
 - faire comprendre les attentes explicites ET les attentes implicites et tacites des services

3.3 L'importance du contact direct lors du démarchage

Comme mentionné ci-haut, les familles doivent bien comprendre le rôle du service offert et ce qu'il peut leur apporter. Pour Boag-Munroe & Evangelou (2012), un des facteurs clés pour engager ce type de famille (*hard-to-engage*) serait la communication incluant le contact initial. Turcotte (1997), soulève aussi l'importance de privilégier le contact direct lors du démarchage. En effet, plusieurs recherches de la recension de Boag-Munroe & Evangelou (2012) mentionnent que les personnes difficiles à joindre connaissent souvent l'organisme, le programme ou même les activités par l'entremise d'affiches, de dépliants ou d'informations largement diffusées (médiats). Toutefois, les résultats démontrent que ce sont les communications personnelles et le contact direct qui ont le plus d'effets pour encourager la participation de ce type de clientèle.

Selon Turcotte (1997), l'« infiltration » auprès de la clientèle est essentielle. Il est nécessaire de rencontrer les personnes dans leur milieu. L'« infiltration » consiste à aller rejoindre les personnes là où elles se trouvent. Turcotte (1997, p.113) énumère différentes stratégies pour les rejoindre : « en étant présent aux endroits qu'elles fréquentent, en étant présent dans les organismes qu'elles consultent, en s'associant à des personnes avec qui elles sont en contact ».

Il précise que les moyens utilisés exigent la collaboration des organismes de la communauté car c'est souvent par l'intermédiaire de ces derniers que l'information est diffusée (par des dépliants dans les présentoirs, par des références ainsi que des contacts directs). En outre, il ajoute qu'une personne intermédiaire connue dans le milieu est parfois nécessaire pour introduire un projet ou une action auprès de cette clientèle.

Garbers et coll. (2006) et Crowley (2005 dans Boag-Munroe & Evangelou, 2012) recommandent l'utilisation de travailleurs de proximité et de « befrienders » (*bénévole outillé en relation d'aide*)³ pour rejoindre ces groupes et accroître la connaissance et la compréhension concrète

³ Le « befriending » est une forme de soutien qui s'apparente au mentorat. Comme ce dernier, cette forme de support vise à construire des relations de confiance et de soutien. La principale différence entre les deux est l'accent mis sur les objectifs. Le mentorat se concentre davantage sur l'établissement d'objectifs dans un processus limité dans le temps alors que le

des services offerts, surtout auprès des personnes difficiles à joindre. À cet effet, quelques auteurs de la recension mentionnent quelques stratégies spécifiquement pour rejoindre les personnes isolées socialement ou de manière situationnelle (sans transport) ou vivant en milieu rural (Doherty et coll. 2004; Statham, 2004; Crowley, 2005; Glennie et coll. 2005; Coe et coll., 2008). Ces auteurs proposent que ces clientèles « difficiles à joindre » soient desservies par le biais de visites à domicile (travaillant aux côtés de partenaire de la santé) ou par le biais d'un travailleur de proximité. Il est suggéré que ces clientèles pourraient être repérées dans les salles communautaires locales.

Selon Avis et coll. (2006), pour accroître le contact avec les familles difficiles à joindre et pour combler leur manque de confiance et leur méfiance envers les services, il est nécessaire de créer des réseaux de communication afin qu'ils sentent « qu'ils font partie de quelque chose ». Ils proposent comme stratégie une gamme d'outils de communication non stigmatisants comme la création de réseau de parents soutenu par l'organisme pour briser l'isolement, l'utilisation de « parents ambassadeurs » pour rejoindre, attirer et informer les familles ainsi que l'utilisation des médias sociaux comme le forum d'échanges ou la messagerie texte pour maintenir l'engagement. Cette stratégie de réseau exige des efforts constants pour le maintenir et l'entretenir et suppose aussi l'implication des parents de la communauté locale et le personnel des organismes. L'utilisation de modèle partenarial qui reconnaît le parent comme l'expert de leur propre enfant est aussi proposée (Crowley, 2005 dans Boag-Munroe & Evangelou, 2012).

Fowler (2013) donne un exemple de l'utilisation des parents de la communauté comme recruteurs (parents ambassadeurs). Les organismes peuvent recruter et former des bénévoles, généralement des parents qui ont reçu les services, pour servir d'ambassadeurs du programme. Les parents ambassadeurs assistent, par exemple, à des événements communautaires (avec un t-shirt de couleur identifié) ou font du porte-à-porte dans leur voisinage pour parler avec les

« befriending » vise le développement de relations de soutien plus informelles et souvent sur une période de temps plus longue (Mentoring et befriending Network. *What is mentoring and befriending?* Accès : <http://www.mandbf.org/mbf-membership/what-is-mentoring-and-befriending>).

familles des services (par exemple, sur l'importance d'aider leurs enfants à être prêts pour leur entrée à l'école maternelle).

Pour rejoindre et encourager la participation des personnes difficiles à joindre lors du démarchage :

- ⇒ privilégier les communications personnelles et le contact direct
- ⇒ l'« infiltration » auprès de cette clientèle est essentielle
- ⇒ il est nécessaire de rencontrer les personnes dans leur milieu ce qui exige la collaboration des organismes de la communauté :
 - être présent aux endroits qu'elles fréquentent
 - être présent dans les organismes qu'elles consultent
 - s'associer à des personnes avec qui elles sont en contact

Comment faciliter la diffusion et favoriser une meilleure compréhension des services pour mieux les rejoindre?

- ⇒ par le biais d'une personne intermédiaire connue dans le milieu
- ⇒ par l'intermédiaire de travailleurs de proximité ou de « befrienders »
- ⇒ par le biais de visites à domicile (travaillant aux côtés de partenaire de la santé)

Pour combler leur manque de confiance et diminuer leur méfiance envers les services et l'isolement :

- ⇒ utiliser une gamme d'outils de communication non stigmatisants :
 - en créant des réseaux de communication afin que ces personnes perçoivent « qu'ils font partie de quelque chose » (création de réseau de parents, modèle partenarial qui reconnaît le parent comme expert)
 - en utilisant des « parents ambassadeurs » pour rejoindre, attirer et informer les familles
 - en utilisant les médias sociaux (forum d'échanges, messagerie texte) pour maintenir l'engagement

3.4 L'importance de donner du temps au recrutement

En outre, l'engagement passerait par la construction d'une bonne relation. À cet égard, l'un des éléments importants qui ressort de la recherche de Turcotte (1997) est la nécessité de consacrer du temps au recrutement. Comme mentionné par un intervenant de l'étude : « il ne faut pas hésiter à investir du temps auprès de ces personnes, il faut “perdre” du temps » pour établir un véritable contact avec elles » (Turcotte, 1997 : p. 113). Pour réussir à engager les personnes difficiles à joindre, la majorité des écrits de la présente recension ainsi que la recension de Boag-Munroe & Evangelou (2012) mettent l'accent sur la nécessité, pour les intervenants, d'avoir du temps pour le recrutement et d'avoir du temps pour développer une relation de qualité et de confiance avec ces personnes (Flanagan et Hancock, 2010; Watson, 2005).

Turcotte (1997) conclut que même si la tâche n'est pas facile, la créativité, la ténacité, la conviction et l'ouverture sont des caractéristiques présentes dans l'action quotidienne des intervenants interrogés.

Nécessité, pour les intervenants...

- ⇒ d'avoir du temps pour le recrutement
- ⇒ d'avoir du temps pour développer une relation de qualité et de confiance avec les clientèles difficiles à joindre
- ⇒ la conviction, l'ouverture et la créativité sont des caractéristiques essentielles dans l'action quotidienne

3.5 L'échantillonnage en boule de neige et la chaîne de référence comme méthodes de recrutement

Dans la littérature scientifique, il est suggéré que les organismes utilisent les techniques de l'échantillonnage en boule de neige (*snowball sampling*) ou la chaîne de référence (*chain referral*) pour rejoindre les membres de populations traditionnellement mal desservies ou vulnérables (Atkinson et Flint, 2001 ; Penrod et coll., 2003 ; Emmel et coll. 2007; Coe et coll. 2008; Sadler et coll., 2010a). Originellement utilisées par les chercheurs en santé ou en travail social, ces méthodes de recrutement par échantillonnage ont été conçues pour surmonter un grand nombre de problèmes liés au recrutement des communautés dites invisibles afin qu'elles participent à des projets d'intervention en soins de la santé ou à des recherches scientifiques (Penrod et coll. 2003).

La technique de *l'échantillonnage en boule de neige* (ou *échantillonnage par réseau ou superposé*) est modélisée suivant l'approche de « la recherche de contacts » (*contact tracing*) utilisée en santé publique (Sadler et coll., 2010a). La base conceptuelle de l'échantillonnage en boule de neige est que les membres d'une population particulière (itinérants, familles socialement invisibles, personne vivant avec le V.I.H., etc.) sont familiers les uns avec les autres dans cette même population. C'est une forme d'échantillonnage non probabiliste dans laquelle des personnes initialement choisies dans l'échantillon sont utilisées comme informateurs pour

identifier et localiser quelques personnes qui possèdent ou correspondent aux caractéristiques du groupe ciblé (Penrod et coll. 2003).

Concrètement, l'intervenant trouve une personne (la « source ») qui a les caractéristiques souhaitées. La source utilise son réseau social pour recruter des participants similaires. Après que la source initiale ait aidé à recruter des répondants, ces derniers recrutent eux-mêmes de nouveaux participants et ainsi de suite, amorçant alors un processus analogue à une boule de neige dévalant une colline. Le processus se poursuit jusqu'à saturation (jusqu'à ce qu'aucun nouveau nom ne soit donné). Ainsi, ce mécanisme semi-autonome de références permet d'atteindre le groupe ciblé habituellement difficile à atteindre mais d'une manière plus efficace, structurée et pragmatique (Sadler et coll., 2010a). Cette méthode doit être accomplie de manière éthique, chaque référence doit donner son consentement (autorisation de chaque source).

L'échantillonnage par chaîne de référence est défini de manière assez similaire à l'échantillonnage en boule de neige. La méthode s'appuie sur une série de références en chaîne d'informateurs à d'autres sujets qui ont vécu la même problématique ou qui ont les mêmes caractéristiques retenues du groupe ciblé. Toutefois, afin d'élargir le champ d'investigation et pour accéder à plusieurs réseaux, chaque réseau social des chaînes sont stratégiquement liés entre eux pour former l'échantillon. Autrement dit, chacune des chaînes de référence sont soigneusement établies et maillées ensemble pour former un échantillon qui ressemble à l'échantillon représentatif du groupe visé (Penrod et coll. 2003).

Sadler et coll. (2010a) mentionnent qu'un autre exemple de cette stratégie peut être accompli par les travailleurs sociaux communautaires ou les travailleurs de proximité qui identifient des « sources » qui sont sensibles à l'importance du projet et qui sont bien placées pour diffuser l'information à leurs membres de la communauté (une personne considérée influente en quelque sorte). Les sources de la communauté deviennent alors des facilitateurs (*connecteurs*)

(animateur communautaire ou d'organisation civique ou minoritaire, parents impliqués, chefs de quartier, résidents de projets de logement) (Sadler et coll., 2010b).

Enfin, selon Sadler et coll. (2010b), la capacité de réseautage des médias sociaux toujours en pleine expansion génère des options supplémentaires pour la diffusion de l'information dans le cadre d'un recrutement. Ces options incluent, par exemple, des courriels ciblés, l'utilisation des sites internet ou les pages sur les médias sociaux et les blogues des organismes ou des individus intéressés à partager l'information (Facebook, LinkedIn, etc.). Les recruteurs peuvent ainsi placer l'invitation et la description du projet sur ces sites pour une large diffusion. Ensuite, les répondants peuvent ainsi soit contacter le recruteur directement ou contacter « la source » qui a envoyé le message du recruteur, ou transférer le message à d'autres personnes de leur cercle social, ce qui est l'essence même de la stratégie de l'échantillonnage en boule de neige.

Utiliser la technique de l'échantillonnage en boule de neige (ou échantillonnage par réseau ou superposé) ou l'échantillonnage par chaîne de référence pour rejoindre les clientèles dites invisibles :

- ⇒ consulter les travailleurs sociaux communautaires ou les travailleurs de proximité pour identifier des « sources » qui sont sensibles au projet et capables de bien transmettre l'information (vendre le projet)
- ⇒ les sources de la communauté sont des facilitateurs (*connecteurs*) : personne considérée influente, animateur communautaire ou d'organisation civique ou minoritaire, parents impliqués, chefs de quartier, résidents de projets de logement, etc.)
- ⇒ utiliser la capacité de réseautage des médias sociaux pour la diffusion de l'information dans le cadre d'un recrutement

3.6 L'importance des procédures d'accueil et du contact pré-groupe dans l'engagement des participants potentiels

Également, Turcotte (1997, p. 121) souligne que la qualité de l'accueil est très importante. Non seulement elle influence l'engagement, mais peut aussi enrichir ou éroder les efforts consacrés au moment du recrutement. En effet, l'auteur met l'emphase sur le fait qu'il est essentiel de

mettre en place des procédures d'accueil ou de contacts pré-groupe pour maintenir et stimuler l'intérêt suscité par les stratégies initiales de recrutement chez les participants potentiels.

Selon Turcotte (1997), l'accueil peut remplir diverses fonctions : elle établit les bases d'un climat de confiance, clarifie les attentes du participant, permet de cerner sa motivation, obtenir des informations plus précises sur le participant et aide à fournir des informations sur le projet et à préciser les conditions de participation. Elle peut également prendre diverses formes : contact téléphonique, visite à domicile, entrevue individuelle dans les locaux de l'organisme, rencontre de groupe (contact pré groupe). Watson (2005) mentionne, à cet effet, qu'une des pratiques efficaces pour augmenter la rétention initiale des personnes difficiles à engager est de faire un suivi rapide par téléphone. Également, il suggère d'envoyer un message de relance (lettre, courriel ou téléphone) quelques jours à l'avance pour rappeler le rendez-vous ou l'atelier prévu. Selon l'auteure, l'entretien régulier du contact est aussi nécessaire.

Pour maintenir et stimuler l'intérêt suscité par les stratégies initiales de recrutement chez les participants potentiels...

- ⇒ il est essentiel de mettre en place des procédures d'accueil ou de contacts pré-groupe se présentant sous diverses formes :
- contact téléphonique (suivi rapide par téléphone)
 - visite à domicile
 - entrevue individuelle dans les locaux de l'organisme
 - rencontre de groupe (contact pré groupe).
 - message de relance (lettre, courriel ou téléphone) quelque jour à l'avance pour rappeler le rendez-vous ou l'atelier prévu
 - entretien régulier du contact

Les contacts initiaux et pré-groupe permettent :

- d'établir les bases d'un climat de confiance
- de clarifier les attentes du participant et cerner sa motivation
- d'obtenir des informations plus précises sur le participant
- de fournir des informations sur le projet
- de préciser les conditions de participation

4. Mobilisation de clientèles spécifiques

4.1 Les familles

L'une des recommandations les plus utiles de sa recension selon Boag-Munroe & Evangelou (2012) est que les familles difficiles à joindre soient engagées par le biais de « drop in » (halte, centres d'accueil) où le parent initie lui-même le contact et se sent donc plus en contrôle de la relation. L'utilisation d'organismes pour lesquelles les familles ont confiance pour diffuser l'information est aussi proposée (centre communautaire ou de loisirs, bibliothèque, organisme de la petite enfance, école) (Landy et Menna, 2006; NESS, 2005).

Cleveland (2012) a recensé les différentes pratiques considérées efficaces pour rejoindre les familles difficiles à joindre au Canada, en Grande-Bretagne et en Australie. Pour mieux rejoindre et recruter les familles, il est essentiel d'aller là où les familles se trouvent (par exemple par le biais d'un programme mobile, de partenariats avec des professionnels comme des infirmières qui font des visites à domicile). Il est suggéré aussi d'aller rencontrer les familles dans les endroits de la communauté où ces dernières passent leur temps (kiosque dans un centre d'achats, restaurant, salle communautaire ou paroissiale, cuisine communautaire, etc.). Les journées portes ouvertes et les fêtes de quartier s'avèrent être des moyens efficaces.

Aussi, il est important de personnaliser l'approche pour chacune des familles (lorsque possible). Il est essentiel aussi de se concentrer sur le message, mais aussi sur le messenger (choisir le recruteur en adéquation avec les clientèles ciblées, promouvoir ses idées clairement). Il est nécessaire aussi de faire preuve de créativité pour diffuser le message (utiliser une variété de méthode de communication). Il faut s'assurer de présenter la participation comme étant simple, facile et stimulante.

Pour favoriser la rétention, il est nécessaire d'utiliser des stratégies qui autonomisent (*empower*) les familles. À cet effet, il est efficace d'impliquer le parent comme lui demander s'il veut aider. Cependant, il est fondamental d'impliquer le parent à un niveau avec lequel ce

dernier est confortable. Cette implication aide à créer un sentiment d'appartenance et une autonomisation qui peut l'encourager à rester engagé.

Lors de l'accueil (dans un organisme, le déroulement d'une activité ou d'un évènement), il faut s'assurer de créer un environnement et une atmosphère non menaçants impliquant un minimum de formalités pour les parents. Il est essentiel de mettre au point un accueil chaleureux dès l'entrée du parent dans le bâtiment (l'accueil est la première impression). À cette étape, il est essentiel d'informer le parent de manière claire de la procédure ou du déroulement : vestiaire, locaux où se diriger, programme de l'activité le tout réalisé avec un bon contact visuel et beaucoup de sourires. Une halte-garderie est toujours pratique et favorise la participation. Lors d'activité ou d'évènements, utiliser un système de jumelage pour aider les nouveaux participants à se sentir à l'aise est aussi efficace. L'offre de prix (par exemple, petit concours pour les enfants) est toujours un incitatif. Offrir de la nourriture (collation, pause-santé) et des rafraîchissements est aussi un élément important à inclure.

Pour favoriser le contact et rejoindre les familles difficiles à joindre :

- ⇒ elles doivent être engagées par le biais d'activités informelles où le parent initie lui-même le contact et se sent donc plus en contrôle de la relation
- ⇒ passer par des organismes pour lesquelles les familles ont confiance pour diffuser l'information (centre communautaire ou de loisirs, librairies, organisme de la petite enfance, écoles)
- ⇒ il est essentiel d'aller là où les familles se trouvent :
 - par le biais d'un programme mobile
 - par l'entremise de partenariats avec des professionnels comme des infirmières qui font des visites à domicile)
- ⇒ aller rencontrer les familles dans les endroits de la communauté où ces dernières passent leur temps : centre d'achats, restaurant, salle communautaire ou paroissiale, cuisine communautaire, journées portes ouvertes, fêtes de quartier, etc.

Se concentrer sur le message et le messager...

- ⇒ personnaliser l'approche pour chacune des familles
- ⇒ promouvoir ses idées clairement (par l'entremise d'un recruteur facilitant la démarche)
- ⇒ faire preuve de créativité (variété de méthode de communication)
- ⇒ présenter la participation comme étant simple, facile et stimulante

Pour favoriser la rétention...

- ⇒ utiliser des stratégies qui autonomisent (*empower*) et qui créent un sentiment d'appartenance chez les familles :
 - impliquer le parent dans le projet (demander s'il veut aider)

La qualité de l'accueil, une grande influence sur la participation et la rétention...

- ⇒ l'accueil débute dès que les familles difficiles à joindre franchissent le pas de la porte
- ⇒ dès l'entrée
- ⇒ informer le parent de manière claire de la procédure ou du déroulement
- ⇒ créer une atmosphère non menaçante avec un minimum de formalités
- ⇒ utiliser un système de jumelage pour aider les nouveaux participants à se sentir à l'aise
- ⇒ une halte-garderie, un petit concours avec prix ou l'offre de nourriture et de rafraîchissements favorise la participation

4.2 Les hommes et les pères

Suite à une enquête réalisée en 2003 auprès de plus de 1 000 organismes canadiens⁴, Forget et coll. (2005) relèvent que l'un des facteurs importants de la promotion de l'engagement paternel est la capacité des organismes et de leurs intervenants à rejoindre les pères et à leur offrir des activités, services, ressources ou programmes. Bien que les auteurs constatent une offre de services destinés aux pères plus importante, plusieurs obstacles demeurent pour que ceux-ci soient davantage accessibles.

D'abord, les résultats de Forget et coll. (2005) mettent en évidence que l'absence d'un mandat clair, soit le développement d'interventions spécifiquement destinées aux pères, peut constituer un obstacle. Les heures d'ouverture des points de service semblent également poser problème pour rejoindre les pères. En effet, les pères peuvent être moins disponibles le jour compte tenu de leur travail. Les pères demanderaient des services les soirs ou la fin de semaine. Toutefois, les auteurs constatent que les organismes œuvrant depuis plus longtemps auprès des pères ne voient plus les heures d'ouverture comme un obstacle majeur d'autant qu'il semble avoir un personnel mieux qualifié pour répondre aux besoins des pères. En outre, les organismes qui rejoignent les pères depuis plus longtemps semblent intégrer davantage ce volet de leur activité à l'intérieur de leur mandat et rejoindre les clientèles plus vulnérables. Bref, la pérennité de services aux pères diminue certaines des difficultés et surtout, permet de rejoindre davantage les pères en difficulté. Ainsi, d'après Forget et coll. (2005), il est difficile de penser que les pères participeront aux programmes sans qu'un effort spécifique soit déployé pour les rejoindre. Il apparaît clair pour eux que l'approche aux pères dépend de la priorité qu'en font les organismes eux-mêmes.

Un obstacle demeure, soulignent les auteurs, celui de la représentation des pères à l'égard des services. L'un des défis est celui de changer la perception des pères quant à leur participation à des interventions qui leur sont destinées. À cet effet, Forget et coll. (2005) notent que non

⁴ 1 015 organismes ont reçu un questionnaire par la poste (382 ont retourné le questionnaire). Les répondants comprenaient tous les organismes associés « au Programme canadien d'action communautaire pour les enfants et au Programme canadien de nutrition prénatale de Santé Canada, des organismes qui avaient participé au sondage précédent ainsi que des organismes ou institutions identifiés par les chercheurs » (Forget et coll. 2005, p. 199).

seulement les intervenants doivent réfléchir sur leurs pratiques mais la société (paliers de gouvernement et ceux qui influencent les images sociales) et les hommes eux-mêmes doivent de plus en plus considérer leur participation à ces interventions comme stimulante, soutenante et positive. Ces derniers : « ne doivent plus voir la participation à des interventions comme une contradiction intérieure profonde entre la demande d'aide et la masculinité » (Forget et coll. 2005, p. 126), soit la vision traditionnelle de la masculinité prônant l'indépendance, l'autonomie et l'autosuffisance (Ghate et coll. 2000 dans Boag-Munroe & Evangelou, 2012).

Néanmoins, comme Forget et coll. (2005), le rapport Rondeau relève la nécessité de valoriser la masculinité. À cet effet, Ghate et coll. (2000) affirment que des activités pour lesquelles les pères sont à l'aise de s'engager peuvent servir de catalyseur à l'engagement.

Selon les auteurs, les organismes doivent reconnaître que certains hommes sont inconfortables à être seulement assis et discuter et que l'offre de service pourrait inclure des activités physiques comme du sport, des voyages, des barbecues et des sorties en famille. Elle pourrait inclure aussi des activités telles que la menuiserie, l'entretien automobile, le bricolage (DIY) ou des groupes d'hommes. Le problème, d'après Ghate et coll. (2000) est la réticence des organismes à renforcer les modèles traditionnels du rôle masculin. S'il en est ainsi, les auteurs affirment que les organismes doivent s'assurer que les hommes sont à l'aise avec ce qui est proposé et qu'ils sentent qu'ils sont reconnus.

À cet effet, Forget et coll. (2005) mentionnent que les conditions objectives des interventions constituent le principal obstacle : les obstacles de financement et du manque de personnel masculin ou formé sont les obstacles les plus souvent mentionnés par les répondants de l'enquête. Selon le Rapport Rondeau pour les services aux hommes (Québec, 2004)⁵, si on veut rejoindre les hommes, il est impératif d'orienter les interventions vers la recherche de solutions concrètes. L'une d'elles est de former rapidement des intervenants masculins. Pour engager les

⁵ Le mandat du Comité de travail en matière de prévention et d'aide aux hommes consistait à tracer le portrait de la situation des hommes, à réaliser un inventaire des ressources disponibles et à définir des priorités d'action. Le rapport fait état des travaux de cueillette d'informations, de réflexion et d'analyse qui ont été menés pour répondre au mandat (Gouvernement du Québec, 2004).

familles marginalisées, Boag-Munroe & Evangelou (2012) relèvent également qu'il est important de s'assurer de la mixité des genres dans le personnel des intervenants.

En outre, étant donné que l'image et la philosophie des organismes, davantage orientées vers les mères, semblent un obstacle au développement d'activités et à la participation des pères, Forget et coll. (2005) affirme qu'il est primordial de souligner l'importance de considérer les deux parents dans toute approche familiale. Le rapport Rondeau mentionne également qu'une grande importance doit aussi être accordée à la paternité afin notamment de mieux sensibiliser les hommes et les femmes à l'importance du rôle capital joué par les pères auprès de leur enfant.

Pour mieux rejoindre les hommes/pères :

- ⇒ développer des interventions spécifiquement destinées aux pères (mandat clair et effort spécifique déployé pour les rejoindre)
- ⇒ dans les services, favoriser la présence d'intervenants masculins et d'intervenants qualifiés pour répondre aux besoins des pères/hommes
- ⇒ l'intégration et la pérennité de services aux pères diminuent certaines des difficultés et permettent de rejoindre davantage les pères en difficulté (clientèle plus vulnérable)
- ⇒ présenter la participation aux services comme étant stimulante, soutenante et positive afin de changer la perception que la demande d'aide entre en contradiction avec la masculinité
- ⇒ il est nécessaire de valoriser la masculinité
- ⇒ des activités pour lesquelles les pères sont à l'aise de s'engager peuvent servir de catalyseur à l'engagement :
 - activités physiques (sport), voyages, barbecues, sorties en famille, menuiserie, entretien automobile, le bricolage (DIY), groupes d'hommes
- ⇒ accorder de l'importance à la paternité :
 - Considérer les deux parents dans toute approche familiale
 - Mieux sensibiliser les hommes et les femmes à l'importance du rôle capital joué par les pères auprès de leur enfant.
- ⇒ les pères demanderaient des services les soirs ou la fin de semaine

4.3 Les adolescents et les jeunes adultes

Simard et coll. (2003) ont réalisé une recherche analysant la démarche d'implantation du travail de rue à Rouyn-Noranda, de même que la collaboration établie entre les travailleurs de rue et les personnes qui interviennent auprès des jeunes. Leurs propos s'articulent, entre autres, sur les transformations souhaitables dans le réseau de la santé et des services sociaux pour mieux rejoindre les jeunes marginalisés

Selon Simard et coll. (2003), du point de vue des jeunes, le travail de rue apparaît comme un moyen efficace pour les rejoindre et les appuyer dans leurs démarches, que ce soit par des contacts réguliers, de l'écoute, du soutien et parfois de la référence. La présence des travailleurs de rue serait appréciée des jeunes.

Également, les auteurs soulignent que pour mieux rejoindre les jeunes marginalisés, il est nécessaire de remettre en question les services traditionnels. Ils mentionnent, à ce propos, que

plusieurs recherches menées en Abitibi-Témiscaminque sur les approches de proximité de même que des études réalisées ailleurs au Québec démontrent que le principal besoin des jeunes est de pouvoir entrer en contact avec des adultes « ouverts » et disponibles dans leur milieu, idéalement dans un délai très court.

Les jeunes marginalisés seraient aussi très réticents à utiliser les services qui les soumettent à une autorité imposée. Simard et coll. (2003) avancent qu'il semble nécessaire de modifier les relations qui s'établissent entre les jeunes et les personnes intervenant en milieu institutionnel (fondées souvent sur des rapports de pouvoir). À cet égard, les auteurs font remarquer qu'un peu partout se développent des approches alternatives de proximité comme l'infirmière de rue, le travailleur de pénitencier, etc. Selon eux, ces approches auraient en commun d'aller à la rencontre des jeunes, de les respecter dans ce qu'ils sont et de les appuyer dans leur propre démarche. Les auteurs se questionnent :

Pourquoi les ressources institutionnelles et communautaires s'adressant aux jeunes marginalisés ne s'inspireraient-elles pas de ces pratiques? En fait, on doit se demander s'il faut mettre en place de nouvelles ressources ou s'il ne faut pas simplement repenser les ressources existantes en fonction des besoins des jeunes. Il y a moyen d'innover (Simard et coll. (2003), p.

Selon Simard et coll. (2003, le travail de proximité en est un exemple réussi. Néanmoins, ils constatent qu'il est nécessaire de repenser l'articulation entre les différentes ressources. Ainsi, l'établissement et le maintien d'un réseau de contacts et de collaboration (d'organismes d'action concertée, par exemple) pour la référence des jeunes devraient constituer une priorité. Pour eux, c'est le défi que doit surmonter l'ensemble des ressources jeunesse et par lequel le travail de proximité pourrait apporter une contribution significative.

Simard et coll. (2003, p. 157) concluent leur article par l'affirmation suivante :

Cependant, au-delà de cette adaptation souhaitée des services individuels, peut-être faut-il arrêter de penser les approches de proximité en termes d'intervention individuelle.

Ils ajoutent, par exemple, dans les centres urbains de petite taille et dans les milieux ruraux, où les jeunes marginalisés sont moins nombreux, il y aurait-il lieu d'envisager des approches plus globales permettant d'intervenir sur un éventail complet de déterminants de la santé? Est-ce que le travailleur de proximité pourrait-il avoir une approche plus collective visant à influencer cet environnement?

Dans une recherche réalisée dans la MRC la Haute-Gaspésie, Aubin-Horth (2010)⁶ a interrogé 28 jeunes âgés entre 16 à 24 ans (entretien individuel et de groupe) pour connaître leurs besoins relativement à leur insertion sociale et professionnelle. Ses recommandations vont dans le même sens que ceux de Simard et coll. (2003) surtout pour les jeunes inactifs hors réseau⁷ et vivant dans des secteurs éloignés. En effet, elle recommande la mise en place ou le maintien d'intervenants mobiles en intégration de milieu sur le terrain pour favoriser la circulation de l'information sur les mesures d'aide à l'insertion sociale, professionnelle ou scolaire.

Selon l'auteur, il est question ici d'une « désaffiliation institutionnelle et informationnelle » de ces jeunes, qui de prime abord, auraient le plus besoin de ces mesures d'aide. Étant donné cette désaffiliation institutionnelle et que les résultats démontrent que les jeunes préfèrent que l'information se transmette de manière directe, il est nécessaire de transmettre l'information à la base, c'est-à-dire dans le milieu du jeune. Pour Aubin-Horth (2010), l'intervenant mobile et proactif viserait à rapprocher les jeunes du processus d'insertion quels que soient leurs problématiques ou leurs obstacles. Par un suivi individualisé et le développement d'un plan d'action avec le jeune, il servirait également de véritable pont de référence vers les différentes ressources offertes dans l'escalier de service (de la mise en mouvement, au développement du savoir-être, du savoir-faire et du savoir à l'insertion professionnelle). Bref, son rôle d'accompagnateur ainsi que celui de pont entre le jeune et les ressources permettraient de

⁶ Recherche réalisée pour le Comité *Lacunes dans l'offre de services des 16-24 ans* de la Table consultative jeunesse de la Haute-Gaspésie.

⁷ *Jeunes âgés de 16 à 24 ans, sans emploi (déclaré) et inactifs depuis au moins 12 mois (période d'inactivité : assurance-emploi, assistance-emploi, sans chèque) après la date de fin des études ou d'un décrochage scolaire n'ayant jamais participé à des mesures d'insertion dans le référentiel des services* (Aubin-Horth, 2010, p. 38).

surmonter divers obstacles rencontrés par le jeune tout au long de son cheminement vers son processus d'insertion.

Toujours d'après Aubin-Horth (2010), le travail de l'intervenant de milieu serait d'autant plus facilité par la mise en place de lieux où les jeunes adultes peu scolarisés et provenant de milieux plus défavorisés pourraient se rencontrer et où il serait possible de les rejoindre et de les accompagner (lieu de rencontre, maison des jeunes adultes, centre de loisirs, activités de sports et de loisirs, autant l'été que l'hiver). En effet, pour mieux répondre aux besoins des jeunes hommes de 16 à 18 ans en difficulté d'insertion, l'auteur recommande que le développement du savoir-être doit passer par l'intermédiaire d'activités de développement du savoir-faire (travail manuel, loisirs), avenue que semblent préconiser ces jeunes hommes. D'après Aubin-Horth (2010), il est nécessaire d'œuvrer à la base pour les rejoindre et faciliter une future mise en mouvement. Ces lieux devraient d'abord permettre de briser l'isolement de plus en plus important chez les jeunes et favoriser la création d'un lien avec la communauté. Aussi, la mise en mouvement vers l'insertion pourra être encouragée en facilitant l'accès des jeunes 16-24 ans à des activités sportives, de loisirs et culturelles. En effet, pour l'auteur, il est fondamental de partir de la base afin de les activer, de les stimuler et de développer leur curiosité pour créer une mise en mouvement vers les services.

Les jeunes marginalisés seraient très réticents à utiliser les services qui les soumettent à une autorité imposée...

- ⇒ nécessité de continuer à développer des approches alternatives de proximité pour aller à la rencontre des personnes difficiles à joindre (ex. infirmière de rue, travailleur de pénitencier)
- ⇒ le principal besoin des jeunes est de pouvoir entrer en contact avec des adultes « ouverts » et disponibles dans leur milieu et dans un délai très court (contacts réguliers, écoute, soutien)
- ⇒ les travailleurs de proximité seraient un moyen pour rejoindre et appuyer les jeunes difficiles à joindre dans leurs démarches...
 - nécessité, par contre, d'accroître la référence des jeunes et de repenser l'articulation entre les différentes ressources (maintien d'un réseau de contacts et de collaboration pour la référence)

Pour les jeunes inactifs vivants en milieu rural ou en milieu isolé...

- ⇒ utilisation d'intervenants mobiles en intégration de milieu sur le terrain pour favoriser la circulation de l'information (pont de référence vers les différentes ressources offertes)

Pour faciliter le travail des travailleurs de proximité et briser l'isolement...

⇒ des lieux de rencontres et des activités de loisirs : œuvrer à la base pour une future mise en mouvement (lieu de rencontre, maison des jeunes adultes, centre de loisirs, activités de sports et de loisirs, autant l'été que l'hiver)

Pour mieux répondre aux besoins des jeunes hommes de 16 à 18 ans en difficulté d'insertion...

⇒ favoriser le développement du savoir-être par l'intermédiaire d'offre d'activités proposant le développement du savoir-faire (travail manuel, loisirs)

5. Des lieux qui favorisent la rétention

Il ressort de la recension de Boag-Munroe & Evangelou (2012) que l'accueil, le design du local et l'atmosphère dans laquelle les services travaillent avec les personnes difficiles à joindre peuvent affecter la réponse au service de ces dernières. Pour réduire l'anxiété lors des premiers contacts, il est suggéré d'éviter un accueil trop formel (peu chaleureux), un contexte perçu comme stigmatisant, les attitudes intimidantes (jugements) et la bureaucratie. Ainsi, l'importance du personnel d'accueil qui aide à créer la première impression des familles à l'égard du service est très importante (Barnes et coll., 2006; Chand & Thoburn, 2005).

À cet effet, par des exemples, concrets tirés de leur recherche sur les ressources alternatives pour familles démunies au Canada, Kérisit & St-Amand (1997) illustrent des pratiques d'intervention qui favorisent le développement de liens sociaux au sein même des organismes et au sein de la communauté.

Dans ces organismes, l'espace n'est pas organisé de la même manière que les services institutionnels que ce soit sur le plan de l'espace interne que sur le plan de ses relations spatiales avec la communauté environnante. En effet, à l'intérieur de ces organismes, les groupes s'organisent le plus souvent autour d'une pièce commune (cuisine ou une salle de réunion meublée). L'accueil et les rencontres ont souvent lieu dans cet espace commun qui incite à la discussion informelle (espace ouvert où les activités sont intégrées). Cet espace permet aux intervenantes et aux mères de prendre un café, de discuter en continuant de travailler tout en jetant un coup d'œil aux enfants même si ces derniers sont accompagnés d'une éducatrice (création d'une atmosphère où il est possible de tisser des liens et de les renforcer). Les enfants sont considérés au cœur des ressources. Ainsi, les auteures soulignent

que les familles créent, non seulement, des nodules de protection marqués par le sentiment d'appartenance, la sécurité, le jeu et l'invention, mais elles résistent aussi, à leur façon et selon leurs moyens, aux forces idéologiques dominantes.

Également non seulement l'espace est repensé, mais aussi le temps. Les intervenantes y attachent autant d'importance afin de respecter les besoins des participantes et les rythmes familiaux dans lesquels elles sont enracinées. À cet égard, Kérisit & St-Amand (1997) mentionnent que l'une des commodités les plus rares pour les familles défavorisées ou vivant en situation de pauvreté est celle du temps. Ces femmes passent leur vie à se faire rappeler leurs obligations, à assumer difficilement de nombreux rôles sociaux, à traiter avec diverses agences et organismes, à attendre leur tour, sans compter l'usure des tâches quotidiennes.

Dans certains organismes étudiés, le temps est utilisé et mesuré dans un contexte d'interactions sociales. Les intervenantes privilégient des pratiques permettant aux gens de souffler et de se retrouver. Le temps est donc centré davantage sur les relations et sur le processus que sur les résultats ou la tâche (rythme où on peut faire plusieurs choses à la fois et non contraint par un horaire pré-établi). Les auteures énoncent, d'abord, l'importance de prendre le temps qu'il faut pour construire des rapports de confiance. Également, dans ces organismes, les différentes activités sont organisées toutes ensemble. Par exemple, tous les programmes ont lieu en même temps, la halte-garderie, la joujouthèque, les ateliers et les séminaires avec des invités (Kérisit & St-Amand, 1997).

D'autres organismes visent à réconcilier ce temps intime et le temps social (dicté par le monde extérieur : organisation bureaucratique et monde du travail). Ces organismes offrent en général des programmes axés sur la préparation à l'emploi. En laissant aux participantes la possibilité de retrouver un rythme de vie centré sur elles-mêmes, les intervenantes leur permettent de prendre un recul par rapport au temps social, et donc de mieux comprendre les exigences de ce dernier au sein du monde du travail (Kérisit & St-Amand, 1997).

Kérisit & St-Amand (1997) concluent qu'il est possible de créer des endroits de rencontre brisant l'isolement et la méfiance que les familles peuvent éprouver. Ils deviennent des lieux où les gens généralement silencieux trouvent leur voix.

Pour favoriser la rétention et réduire l'anxiété lors des premiers contacts :

⇒ éviter un accueil trop formel (peu chaleureux), un contexte perçu comme stigmatisant, des attitudes intimidantes (jugements) et la bureaucratie

Des lieux et des pratiques qui favorisent le développement de liens sociaux :

⇒ mise sur un décor chaleureux (comme un chez-soi)

⇒ les groupes s'organisent le plus souvent autour d'une pièce commune (cuisine ou une salle de réunion meublée) :

- les rencontres et le travail ont lieu dans l'espace commun qui incite à la discussion informelle (espace ouvert où les activités sont intégrées, même les activités avec les enfants)

⇒ les intervenantes privilégient des pratiques permettant aux gens de souffler et de se retrouver :

- le temps est centré davantage sur les relations et sur le processus que sur les résultats ou la tâche

6. Des approches et des pratiques innovantes

Dans la littérature scientifique, deux exemples de projets qui utilisent de manière concrète une combinaison de stratégies considérées efficaces pour rejoindre les clientèles difficiles à joindre énumérées ci-haut ont été recensés (drop in, contact non planifié, référence et diffusion de l'information de manière informelle, collaboration entre les différents services).

Evangelou et coll. (2013) ont conduit une recherche évaluative exploratoire d'une durée de trois ans sur un projet appelé « Room to play » (RTP) soit un centre de jour (*drop in center*) expérimental et innovateur dont l'utilisation par les clients est faite sur une base informelle (sans arrangement ou réservation préalable). Le centre est desservi par une organisation (PEEP)⁸ dont le mandat est de soutenir les parents et les tuteurs dans la promotion du développement du langage des enfants, de la littératie, des dispositions à l'apprentissage et de l'estime de soi, et ce, par des modes de livraison flexibles. Le but de la recherche était de développer un modèle transférable d'intervention pour engager les familles de jeunes enfants dites « difficiles à rejoindre ».

Situé dans un local de magasin dans un centre commercial achalandé d'une zone défavorisée, la halte (drop in) vise à accueillir et à valoriser tous les parents (ou tuteurs) et de soutenir leur implication dans l'apprentissage de leurs enfants. Bien que tous les parents sont les bienvenus, pour éviter la stigmatisation de l'offre de service, la RTP met l'accent particulier sur les jeunes parents et ceux qui sont « difficiles à joindre ». Selon eux, la combinaison des clientèles est bénéfique dans la mesure où aucun groupe n'est majoritaire. La RTP offre les services habituels associés à un *drop in*, à savoir des jeux et des activités animés pour les enfants, un espace d'informations pour les parents, un espace où l'on peut s'asseoir, une zone pour les bébés et l'allaitement maternel, une cuisine, une aire de jeux extérieure et des installations informatiques (dans un décor chaleureux et invitant). Il est ouvert du lundi au vendredi (9h00 à 15h00) et le samedi (10h00-13h00). Il reste ouvert pendant les vacances de mi-semester et de l'école. Un praticien et un assistant sont toujours présents et parfois il y a un troisième membre

⁸ Ce *drop in* est desservi par le *Peers Early Education Partnership* (PEEP) en Grande-Bretagne.

du personnel multilingue. Un chef de projet supervise l'ensemble du personnel, effectue des réunions d'équipe hebdomadaires et des journées de perfectionnement du personnel.

Les objectifs de la RTP étaient d'engager les parents/tuteurs « difficiles à rejoindre » et de développer un modèle de halte (*drop-in*) dans un lieu neutre et ouvert qui devrait être plus facile d'accès pour les familles les plus isolées (centre d'achat passant). Les objectifs de la RTP sont de fournir aux adultes et aux jeunes enfants un endroit, sans rendez-vous, sécuritaire et accueillant pour passer du temps durant la journée ainsi que d'offrir à la fois des activités de jeux et d'apprentissage dirigées et non dirigées. Les parents ont également la possibilité de parler aux intervenants du développement de leurs enfants ou d'obtenir des informations utiles sur les services locaux.

Selon les premiers résultats d'Evagelou et coll. (2013), certains participants à la « Room to play » partagent de nombreuses caractéristiques générales des familles « difficiles à joindre », c'est-à-dire qu'ils sont habituellement résistants aux services (isolés, manquent de confiance, socialement et économiquement défavorisés, ayant des barrières linguistiques, jeunes parents). Toutefois, l'une de leurs caractéristiques distinctives est leur difficulté supplémentaire de s'engager avec leurs propres enfants.

Les résultats d'Evagelou et coll. (2013), font ressortir cinq composantes de base qui seraient susceptibles d'être des éléments fondamentaux pour un modèle transférable de ce type de prestation de services :

1) Le lieu, l'espace et le temps

La localisation du projet dans un centre commercial où les parents se rendent régulièrement est une excellente stratégie pour atteindre les familles que l'on ne rejoint pas par les services conventionnels (endroit passant, ouvert, neutre, informel).

Avoir un kiosque dans le passage au tout début du projet a permis de faciliter le contact initial. Ce contact initial était moins intimidant pour ceux qui auraient éprouvé des difficultés à franchir le seuil du local. Le kiosque est apparu comme un « outil » particulièrement efficace pour attirer les parents « exclus » (Evangelou et coll., 2013).

2) Établir des liens et la communication

Les intervenants ont souligné l'importance de l'établissement de la relation avec les parents. Ils précisent que pour certains parents, le premier pas à franchir dans le local peut représenter un énorme obstacle qui peut prendre plusieurs semaines voire des mois à surmonter.

Également, la capacité du cadre de la RTP à faciliter l'amitié entre les parents de différents milieux a également été considérée comme sans précédent par le personnel. Ces derniers n'avaient pas prévu l'influence majeure du soutien social. Selon les auteurs, la possibilité d'interagir dans un espace neutre semble être l'un des facteurs les plus importants dans l'augmentation du sentiment de confiance parental et pour réduire l'isolement social (rencontrer d'autres parents dans la même situation, nouer des amitiés, s'entraider et partager leurs expériences).

3) Curriculum

Une des attractions de la RTP est qu'il propose des activités qui ne sont pas disponibles à la maison (par exemple, la peinture, la pâte à modeler, du sable). Ces activités plus expérimentales semblent avoir été les activités les plus réussies dans la promotion de la participation des parents, mais des activités « considérées » de tous les jours se sont révélées nouvelles et passionnantes pour certains jeunes enfants (tenir un crayon) et leurs parents (sentiment de fierté).

Les résultats démontrent qu'étant donné le contexte ouvert et informel, le personnel a dû adopter une approche moins normative et plus réactive (spontanée) que prévu au départ. Ils se

sont concentrés sur le développement d'activités de haute qualité, mais appropriées à l'horaire flexible et au caractère informel des activités (pas de suivi de progression des enfants).

4) Guider et informer les parents

Un autre des objectifs initiaux de la RTP était d'agir comme un «one-stop-shop» en fournissant des informations pour les parents sur un large éventail de sujets. Ils utilisaient du visuel, par exemple des photographies de lieux locaux appropriés pour une journée en famille. Les intervenants étaient responsables de la mise à jour de la documentation d'informations et des ressources disponibles (par exemple, des dépliants sur les services locaux/nationaux) et de répondre aux demandes des parents (problèmes de sommeil des enfants, etc.). Ils devaient également informer, référer et guider (*signpost*) les parents rapidement dans l'obtention d'un soutien approprié.

À cet effet, bien que la RTP a expérimenté l'implication d'organismes externes (par exemple, un visiteur provenant du milieu de la santé menait un groupe hebdomadaire pour les mères de langue arabe ou des séances de pèse pour les bébés), le personnel était réticent à officialiser l'entente, se méfiant de devenir « juste un autre centre de la famille ». Ils ont estimé qu'il était plus approprié d'informer, de référer et de guider les parents que de tenter la co-implantation dans le local du projet.

5) La formation continue du personnel et les compétences interpersonnelles

Les résultats démontrent la nécessité de la rotation du personnel au cours de la semaine. Également, le conseil du personnel a souligné la nécessité de suivre de la formation continue sur des sujets particuliers. Le personnel a suivi une formation sur la « *solution-focused brief therapy* », sur le développement du langage, avoir de l'information sur la santé sexuelle, l'engagement des pères, la gestion du stress, la capacité d'écoute. D'autres besoins de formation ont été plus tard identifiés, sur la protection de l'enfance, la sensibilisation et des conseils sur la violence domestique, sur les problématiques culturelles, de l'adolescence et des formations sur la gestion du temps et de l'organisation.

Enfin, il ressort également des résultats d'Evangelou et coll. (2013) qu'outre les connaissances et les compétences professionnelles, le succès dans l'engagement des familles «exclues» dépend clairement des compétences interpersonnelles de ceux qui essaient de les engager.

Un service qui permet de rejoindre les familles difficiles à joindre :

- ⇒ importance d'un milieu ouvert, neutre et facile d'accès pour les clientèles invisibles (centre d'achat)
- ⇒ importance d'offrir un service dont l'utilisation se fait sur une base informelle et non planifiée (sans arrangement ou réservation préalable)
- ⇒ importance d'être un « one-stop-shop » (guichet unique) pour répondre à diverses questions parentales et pour diffuser de l'information sur les ressources et les activités disponibles dans le milieu et référer au besoin
- ⇒ importance d'avoir un personnel stable, expérimenté et qualifié :
 - le succès dans l'engagement des familles «exclues» dépend clairement des compétences interpersonnelles de ceux qui essaient de les engager
- ⇒ importance de la nature dynamique du service incluant une mise en œuvre flexible des activités

Couturier et coll. (2013) ont modélisé, quant à eux, une forme particulière et originale de pratique communautaire école-famille-communauté, celle de l'intervenant communautaire-scolaire (ICS). Les résultats découlent d'une analyse qualitative sur un corpus de données documentaires, d'entrevues et de notes d'observation réalisée au cours d'une initiative intersectorielle d'un quartier multiculturel du Nord de Montréal⁹. Les auteurs cherchent au final à identifier la spécificité de cette pratique au regard d'autres métiers du social et à identifier, dans une optique de généralisation théorique, ce qui est transférable vers d'autres contextes.

L'ICS développe avec chacune des écoles (dans ce cas-ci 7 écoles) un réseau de collaborations et d'activités visant à favoriser l'intégration des jeunes et la participation des familles. Leur programmation est organisée autour de six axes d'intervention : 1) *faire évoluer la vie parascolaire*; 2) *favoriser l'intégration des communautés culturelles*; 3) *offrir une continuité*

⁹ Projet *Un milieu ouvert sur ses écoles* (MOÉ), une initiative intersectorielle développée en 2001 par la Table de concertation jeunesse Bordeaux-Cartierville (Couturier et coll., 2013).

d'intervention durant l'été; 4) mobiliser les parents; 5) créer des ponts entre les ordres d'enseignement primaire et secondaire et 6) favoriser l'amélioration de la santé et du bien-être des jeunes. Cette action à base territoriale et collective (tissage de liens sociaux et enrichissement du milieu) vise la « capacitation » (*empowerment*) du système école-famille-communauté (Couturier et coll., 2013, p. 17)

Dans leur modèle, Couturier et coll. (2013, p. 21) ont reconstruit et validé cinq formes typiques d'action de l'ICS :

I. Être présent dans le milieu : L'ICS constitue un acteur-clé du relais entre les familles, l'école et les ressources du quartier.

Modalités d'intervention

- | | | |
|---|--|--|
| ⇒ Présence proximale caractérisée par une grande mobilité dans l'école (temporalité et territorialité qui favorisent le <i>reaching-out</i>) | ⇒ Présence plus informelle et « manière d'être » réceptif aux jeunes (cette visibilité permet d'être interpellé en cas de besoin, sur un mode banal plutôt qu'interventionnel) | ⇒ Surtout au primaire, sa présence dans l'école lui permet de rencontrer et d'échanger avec les parents |
| ⇒ Stratégies de visibilité permettant la sollicitation directe de l'ICS par les élèves | ⇒ L'approche des jeunes se fait sur un mode amical, voire taquin (Ce mode d'interaction traduit l'esprit ludique qui caractérise la stratégie globale d'intervention de l'ICS) | ⇒ La présence de l'ICS dans les événements et fêtes de quartier lui permet de prendre contact avec les familles :
- contact non planifié (modalité de rencontre privilégiée)
- Il en profite pour annoncer une activité (sortie à la cabane à sucre) ou pour solliciter la participation des jeunes ou de leur famille (organisation d'un tournoi de basketball) |
| ⇒ Bureau de l'ISC installé dans un espace ouvert aux jeunes (ex. : le café étudiant) de façon à voir et être vu | ⇒ L'ICS doit savoir « parler jeune » aux jeunes pour véhiculer de l'information ou susciter leur mobilisation | |
| ⇒ Horaire plus flexible que les autres intervenants de l'école (midi, soir, fin de semaine, période estivale) | | |
| ⇒ Se fait repérer dans l'espace scolaire mais aussi dans les espaces transitionnels entre l'école et la maison | ⇒ L'engagement de l'ICS dans des activités parascolaires lui permet de tisser des liens de confiance avec les jeunes et d'intervenir au besoin | ⇒ L'ICS peut mettre en lien des parents avec d'autres parents ou les mobiliser afin qu'ils s'engagent dans la vie scolaire et communautaire |

II. Éduquer : *La réussite éducative participe ici d'une conception humaniste de l'éducation où le développement et l'épanouissement de l'enfant comme citoyen dépassent la seule acquisition des connaissances (Couturier et coll., 2013, p. 21).*

Modalités d'intervention

- | | | |
|--|--|---|
| <p>⇒ Son intervention couvre divers savoirs, savoir-être et savoir-faire</p> <p>⇒ Il invite les jeunes à développer leur esprit citoyen en les incitant à des actions de préservation de l'environnement et de solidarité (permet d'accroître leur pouvoir d'agir sur leur milieu immédiat)</p> <p>⇒ L'ICS crée des événements qui sensibilisent les jeunes à la solidarité et à l'entraide (participation à la chorale de l'école, à une campagne de financement ou à des échanges intergénérationnels)</p> | <p>⇒ L'ICS encourage le développement d'une gamme d'habiletés sociales comme la politesse ou le respect des autres, mais appliquées à une interaction réelle, dans le cadre d'une activité scolaire :</p> <ul style="list-style-type: none"> - ICS rend possible des démarches de réparation des actes ayant eu des conséquences négatives sur autrui - Il fait en sorte que les activités se déroulent dans le respect des règlements de l'école, même lors des activités parascolaires | <p>Compétences transversales :</p> <p>⇒ Par exemple, une façon pour l'ICS d'éduquer à la santé consiste à soutenir le développement tant physique que psychologique des jeunes à partir d'une activité parascolaire en vogue dans le quartier (le basketball)</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'ICS inclura à la conception même de cette activité d'autres domaines généraux de formation, comme la compétence à écrire |
|--|--|---|

III. Créer des occasions d'engagement des jeunes

Modalités d'intervention

- | | | |
|--|---|--|
| <p>⇒ L'ICS organise diverses activités parascolaires, sportives, culturelles ou sociales, pour que les jeunes les investissent comme autant d'occasions d'engagement :</p> <ul style="list-style-type: none"> - visent ultimement à mobiliser des jeunes présentant des risques de désengagement à l'égard de l'école, de la famille, voire de la société | <p>⇒ La mise en place d'activités ludiques ou sportives constitue la porte d'entrée de l'ICS dans l'enceinte scolaire (le distingue le d'autres métiers tels que le travailleur de corridor ou le médiateur social)</p> | <p>⇒ Conjointement avec chaque direction d'école, les priorités d'action de l'ICS sont harmonisées à la programmation communautaire du quartier (avec le coordonnateur de la Table de concertation jeunesse)</p> |
|--|---|--|

IV. Soutenir des jeunes ayant des difficultés

Modalités d'intervention

- ⇒ L'ICS s'intéresse à des élèves qui manquent d'intérêt pour la vie scolaire et dont la trajectoire paraît périlleuse sur le plan personnel
- ⇒ Il propose des loisirs ou des occupations aux élèves qui vivent des épreuves, à ceux plus démunis ou désœuvrés durant les périodes de vacances
- ⇒ Il propose des activités pour se distraire à ceux qui traversent des épreuves comme la maladie ou le deuil
- ⇒ L'ICS leur porte une attention particulière en sollicitant expressément leur participation à des activités parascolaires

V. Relayer et intensifier l'action des partenaires de la communauté

Modalités d'intervention

- ⇒ L'ICS favorise la présence ordonnée des partenaires de la communauté dans l'école, et à mettre en place des activités ou événements dans la communauté dans le but de faciliter l'intégration des familles à l'école et au quartier
- ⇒ Il travaille avec différents types d'organismes du quartier, communautaires, publics ou privés, et même de l'extérieur
- ⇒ L'ICS symbolise l'ouverture mutuelle école-communauté
- ⇒ Avec certains organismes s'installent des collaborations bidirectionnelles qui solidifient les rapports intersectoriels (facilite l'efficacité des réseaux communautaires d'intervention)

Les auteurs précisent en quoi la proximité avec le métier d'animateurs sociaux est fondée, mais aussi en quoi la pratique des ICS est spécifique. En effet, ils soulignent que la modélisation de la pratique des ICS produit tout à la fois une impression de déjà-vu et d'originalité. Le caractère distinctif de cette pratique au regard d'autres formes d'animation sociale ou de travail social dans la communauté se situe moins dans les formes que dans la capacité des ICS à les composer d'une façon originale et novatrice et, surtout, de manière adéquate à la situation d'intervention socio-éducative.

Ce travail comporte une visée de transformation proximale des individus et respectueuse du système normatif de l'institution scolaire. Ainsi, les auteurs expliquent :

Au coeur de la bivalence de l'ouverture école-communauté, l'ICS constitue un dispositif de traduction entre ces deux mondes, ni tout à fait de l'un, ni tout à fait de l'autre, mais qui réussit à s'y insérer tout en s'en distinguant. Les conditions opérationnelles du principe d'ouverture bivalente entre l'école et la communauté sont nombreuses. Parmi elles, nous retenons celle d'une cogestion de la pratique, du niveau de la micro-intervention jusqu'au niveau de la concertation de quartier (Couturier et coll., 2013, p. 26).

Couturier et coll. (2013) concluent qu'il est possible de penser la transférabilité de ce modèle vers d'autres contextes dans la mesure où ce ne sont pas les activités qui soient l'objet de transfert, mais bien les conditions structurelles permettant aux formes d'action identifiées de faire leur œuvre tout en s'assurant de la stabilité du financement et de conditions de pérennisation adéquates.

Une forme particulière et originale de pratique communautaire école-famille-communauté : l'intervenant communautaire-scolaire (ICS)...

- ⇒ un réseau de collaborations et d'activités visant à favoriser l'intégration des jeunes et la participation des familles
- ⇒ l'intervenant constitue un acteur-clé du relais entre les familles, l'école et les ressources du quartier
- ⇒ présence proximale de l'intervenant caractérisée par une grande mobilité (temporalité et territorialité qui favorisent le reaching-out)
- ⇒ utilise des stratégies de visibilité permettant la sollicitation directe
- ⇒ présence plus informelle et « manière d'être » réceptif aux jeunes
- ⇒ met en place des activités avant tout ludiques ou sportives (porte d'entrée dans l'enceinte scolaire, le distinguant des autres métiers tels que le travailleur de corridor ou le médiateur social)
- ⇒ se fait repérer dans l'espace scolaire mais aussi dans les espaces transitionnels entre l'école et la maison
- ⇒ sa présence dans les événements et fêtes de quartier lui permet de prendre contact avec les familles :
 - contact non planifié (modalité de rencontre privilégiée)
 - diffusion d'informations, annonce d'activités ou sollicitation à participer (jeune et leur famille)
 - met en lien des parents avec d'autres parents
 - mobilise les familles afin qu'elles s'engagent dans la vie scolaire et communautaire
- ⇒ permet de relayer et d'intensifier l'action des partenaires de la communauté :
 - conjointement avec chaque direction d'école, les priorités d'action de l'intervenant sont harmonisées à la programmation communautaire du quartier
 - il travaille avec différents types d'organismes du quartier, communautaires, publics ou privés, et même de l'extérieur
 - avec certains organismes, s'installent des collaborations bidirectionnelles qui solidifient les rapports intersectoriels (facilite l'efficacité des réseaux communautaires d'intervention)

Conclusion

Pour assurer l'efficacité et la pérennité de ces bonnes pratiques, les auteurs des recherches recensées soulignent tous que les services doivent recevoir un financement stable, durable et approprié. Turcotte (1997, p. 27) conclut à cet effet :

Il importe en effet de tirer leçons des deux dernières décennies qui ont produit leur lot d'initiatives n'ayant pas réussi à perdurer, et éviter que cet appel incessant à l'innovation, sans être accompagné des conditions de pérennisation adéquate, ne finisse par produire une fatigue à l'innovation parmi les acteurs et les milieux les plus motivés.

Enfin, comme pour toute problématique, il n'existe pas de formule magique. Les intervenants usent actuellement de plusieurs moyens et de stratégies créatives et innovatrices pour tenter de rejoindre les clientèles « difficiles à joindre ». Il ressort de cette revue de la littérature scientifique que la voie vers la réussite se trouve, d'abord, dans la nécessité d'une réflexion autant sur les clientèles que l'on souhaite rejoindre que sur l'adéquation de l'offre de services à leurs besoins. Une réflexion s'avère aussi essentielle pour que les organismes s'approprient les stratégies efficaces recensées et les utilisent de manière à ce qu'elles deviennent effectives pour leur service, leur milieu et leur clientèle visée.

Références

Atkinson, R, Flint, J. (2001). Accessing Hidden and Hard-to-reach Populations: Snowball Research Strategies. *Social Research Update*, 28(1), 93-108.

Aubin-Horth, S. (2010). *Les besoins de jeunes âgés entre 16 à 24 ans relativement à leur insertion sociale et professionnelle dans la MRC la Haute-Gaspésie*. Rapport déposé au Comité Lacunes dans l'offre de services des 16-24 ans de la Table consultative jeunesse de la Haute-Gaspésie.

Avis, M., Bulman, D., Leighton, P. (2007). Factors affecting participation in Sure Start programmes: a qualitative investigation of parents' views Health and Social Care in the Community. *15*(3), 203-11.

Barnes, J., MacPherson, K., Senior, R. (2006). Factors influencing the acceptance of volunteer homevisiting support offered to families with new babies. *Child and Family Social Work*, 11, 107-117.

Boag-Munroe, G., Evangelou, M. (2012). From hard to reach to how to reach: A systematic review of the literature on hard-to-reach families. *Research Papers in Education*, 27(2), 209-239.

Chand, A., Thoburn, J. (2006). Research Review: Child protection referrals and minority ethnic children and families. *Child & Family Social Work*, 11(4), 368–377.

Cleveland, A. (2012). *Reaching the «Hard-to-Reach» Families. Investigating Research and Findings in Communities accross the Globe*. Kelowna (BC) : Community Action Toward Children's Health (Organization).

Coe, C., Gibson, N., Spencer, N. Stuttaford, M. (2008). Sure Start : Voices of the hard-to-reach. *Child : Care, Health and Development*, 34(4), 447-453.

Couturier, Y. Lefebvre, C., Bilodeau, A., Bastien, R. (2013). Éléments pour la modélisation d'une pratique professionnelle d'intervention socio-éducative basée sur la collaboration École-Famille-Communauté. *Service social*, 59(2), 16-30.

Crowley, M. (2005). Working with parents. Dans *Looking after children in primary care : A companion to the children's NSF*. R. Chambers et K. License (Eds.), p. 42-50. Oxford : Radcliffe Publishing.

Doherty, P., Stott, A., Kinder, K. (2004). Delivering Services to Hard to Reach Families in On Track Areas: Definition, Consultation and Needs Assessment, Home Office. Development and Practice Report, 15.

Emmel, N., Hughes, K., Greenhalgh, J., Sales, A. (2007). Accessing Socially Excluded People Trust and the Gatekeeper in the Researcher-Participant Relationship. *Sociological Research*, 12 (2).

Evangelou, M., Coxon, K., Sylva, K., Smith, S. Chan, L. (2013). Seeking to Engage « Hard-to-Reach » Families : Towards a Transferable Model of Intervention. *Children & Society*, 27, 127–138.

Flanagan, S., Hancock, B. (2010). Reaching the hard to reach' - lessons learned from the VCS (voluntary and community Sector). A qualitative study. *BMC Health Services Research*, 10(1), 92.

Fowler, S., Thomas, D., Tompkins, J., Hartle, L., Corr. C. (2013). *Families Project Evaluation*. University of Illinois Urbana-Champaign.

Forget, G., Devault, A., Allen, S., Bader, E., Jarvis, D. (2005). Les services destinés aux pères, une description et un regard sur l'évolution des pratiques canadiennes. *Enfances, Familles, Générations*, 3, 116-129.

Garbers, C., Tunstill, J., Allnock, D., Akhurst, S. (2006). Facilitating access to services for children and families: Lessons from Sure Start local programmes. *Child & Family Social Work*, 11(4), 287-296.

Ghate D, Shaw C and Hazel N (2000) *Fathers at the centre: Family centres, fathers and working with men*. London : Policy Research Bureau.

Glennie, S., Treseder, G., Williams, J., & Williams, M. (2005). *Mini Sure Start Local Programmes: An Overview of their Early Implementation*. London : DfES.

Gouvernement du Québec (2004) *Les hommes : s'ouvrir à leurs réalités et répondre à leurs besoins*, Rapport du comité de travail en matière de prévention et d'aide aux hommes, Ministère de la santé et des services sociaux.

Kérisit, M., St-Amand, N. (1997). Résistance et créativité : pratiques alternatives des familles démunies. *Reflets : Revue ontarioise d'intervention sociale et communautaire*, 3(1), 30-54.

Landy, S., & Menna, R. (2006). *Early Intervention with Multi-Risk Families: An Integrated Approach*. Baltimore : Paul H. Brookes Publishing Co.

Morin, R., Rochefort, M. (2003). L'apport des services de proximité à la construction d'une identité de quartier : analyse de services d'économie sociale

et solidaire dans trois quartiers de Montréal. *Recherches sociographiques* : 44(2), 267-290.

NESS (National Evaluation of Sure Start Programmes). (2005). *Implementing Sure Start local programmes : An in-depth study*. Nottingham : DfES.

Penrod, J., Preston, D.B., Cain, R.E. and Starks, M.T. (2003). A discussion of chain referral as a method of sampling hard to reach populations. *Journal of Transcultural Nursing*, 14, 100-107.

Sadler, G. R., Lee, H-C., Lim, R. S-H., Fullerton, J. (2010a). Recruiting hard-to-reach United States population sub-groups via adaptations of snowball sampling strategy. *Nurs Health Sci*, 12(3), 369–374.

Sadler, G. R., Lee, H-C., Lim, R. S-H., Fullerton, J. (2010b). Recruitment of hard-to-reach population subgroups via adaptations of the snowball sampling strategy. *Nursing and Health Sciences*, 12, 369–374.

Simard, P., Noël, L., Baron, M., Caron, J. (2003). La collaboration dans la pratique du travail de rue : l'expérience de Rouyn-Noranda. *Nouvelles pratiques sociales* 16(2), 142-159.

Statham, J. (2004). Effective services to support children in special circumstances. *Child: Care, Health and Development*, 30(6), 589-598.

Temple B., Young, A., Bolton, J. (2008). They know where to find us Service providers' views on Early Support and minority ethnic communities. *Disability and Society*, 23(3), 223-234.

Turcotte, D. (1997). Pour réussir le recrutement des membres : L'importance des alliances avec la communauté. *Service social*, 46(2-3), 101-126.

Watson, J. (2005). *Active engagement: Strategies to increase service participation by vulnerable families*. Ashfield NSW Centre for Parenting & Research.