

## ***Aller du bord de l'exclusion :*** **une approche de proximité favorisant d'abord le contact humain**

Cet aide mémoire présente une synthèse des stratégies identifiées comme étant les plus efficaces pour rejoindre les personnes difficiles à rejoindre. Elles sont issues d'une recherche-action effectuée au Bas-Saint-Laurent, entre janvier 2013 et juin 2015. L'aide mémoire se veut un outil d'auto-évaluation, permettant de se positionner quant à l'application des stratégies et ainsi identifier des pistes d'action pour augmenter les possibilités de rejoindre ces personnes. Pour cela, une grille d'autodiagnostic est présente au recto de ce document, tandis qu'au verso, de brèves définitions des grands types de stratégies sont présentées<sup>1</sup>.

### **Définitions**

**Personnes difficiles à rejoindre** : La recherche-action s'est inspirée de la définition suivante : « personnes isolées ayant des besoins et ne profitant pas des ressources et services qui pourraient leur bénéficier »<sup>2</sup>.

**Approche de proximité** : Approche reposant sur le postulat de base que les personnes à rejoindre sont d'abord des individus à part entière avant d'être des utilisateurs de services. Conséquemment, le fil conducteur guidant les moyens à mettre en place s'appuie sur une posture « d'humain à humain » où prédomine la préoccupation de respecter le pouvoir et la dignité des personnes.

**Stratégies directes** : Moyens utilisés pour aborder directement les personnes visées, favorisant ainsi l'établissement d'un lien de confiance. Tout ce qui relève du contact personnel entre dans cette catégorie, par exemple aborder les personnes dans les lieux qu'elles fréquentent.

**Stratégies indirectes** : Moyens utilisés visant à rejoindre les personnes de manière indirecte en s'associant, par exemple, avec des personnes clés de la communauté ou en offrant des activités « prétextes ».

**Stratégies de visibilité** : Moyens utilisés pour favoriser la visibilité afin de mieux se faire connaître auprès des personnes visées, et de devenir un élément familier de leur environnement. Cette stratégie commande entre autres les déplacements sur le territoire des personnes et de privilégier les contacts directs pour la diffusion d'information, en plus des moyens de promotion habituels tels qu'affiches et dépliants.

<sup>1</sup> Les rapports complets de la recherche-action sont disponibles sur le site de COSMOSS au <http://cosmoss.qc.ca/regional/documentation>

<sup>2</sup> Définition inspirée du projet Constellation, de Horizon 0-5.

## AIDE MÉMOIRE – STRATÉGIES EFFICACES POUR REJOINDRE LES PERSONNES DIFFICILES À REJOINDRE

STRATÉGIE POUR REJOINDRE LES PERSONNES	Application			Commentaires / Pistes d'actions
	Aucune	Partielle	Intégrée	
<b>MOYENS COURANTS POUR FACILITER L'ACCÈS</b>				
• Utiliser des moyens de promotion classiques auprès de la population (affiches, dépliants, journaux, radio, télévision, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
• Favoriser la participation en diminuant les contraintes (gratuité, transport, covoiturage, repas offert, gardiennage, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>APPROCHE DE PROXIMITÉ</b>				
• Cibler clairement les personnes à rejoindre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
• Favoriser le contact direct et les communications interpersonnelles	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
• Aborder les personnes comme des individus à part entière avant de les voir comme des utilisateurs de services	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
• Préserver le pouvoir et la dignité des personnes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>STRATÉGIES DIRECTES AUPRÈS DES PERSONNES CIBLÉES</b>				
• Aborder directement les personnes à rejoindre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
• Se déplacer sur le territoire, sortir des bureaux	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
• Se présenter dans les lieux fréquentés par les personnes (organismes communautaires, commerces, places publiques, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
• Effectuer des visites à domicile	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
• Offrir des activités dans la communauté	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
• Participer aux activités de la communauté (brunch du dimanche, fête des voisins, salon de la famille, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
• S'impliquer dans des comités portés par la communauté	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
• Avoir des périodes de travail atypiques (soirs et fins de semaine)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>STRATÉGIES INDIRECTES POUR REJOINDRE LES PERSONNES</b>				
• S'associer à des personnes, dont le leadership est reconnu dans la communauté, pour servir d'intermédiaires auprès des personnes visées	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
• Faire appel à des personnes pivots qui ont une connaissance accrue du milieu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
• Recourir à l'entourage des personnes (voisins, amis, famille, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
• Mettre en place des activités indirectes, pour créer un contact de manière informelle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>STRATÉGIES DE VISIBILITÉ</b>				
• Se présenter sur place pour transmettre l'information	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
• Devenir un visage connu dans l'environnement des personnes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
• Compter sur le bouche-à-oreille et l'effet « boule de neige »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
• Connaître les préjugés sur l'organisme et mettre en place des stratégies pour changer ces perceptions	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
• Développer sa crédibilité comme organisme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
• Entretenir de bonnes relations avec les autres organismes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

### CONDITIONS GÉNÉRALES D'APPLICATION

- Sortir de sa zone de confort
- Être créatif et oser expérimenter, laisser place à l'innovation
- Être à l'écoute des personnes d'abord, puis des besoins
- Créer et entretenir des liens de confiance avec les personnes
- Développer des liens de partenariat dans la communauté
- Disposer d'une marge de manœuvre organisationnelle (horaire, aménagement du travail, etc.)