



# Comment diminuer les barrières d'accès aux services

14 juin

Rivière-du- Loup

# Réalisation d'un sondage auprès des familles et des intervenants



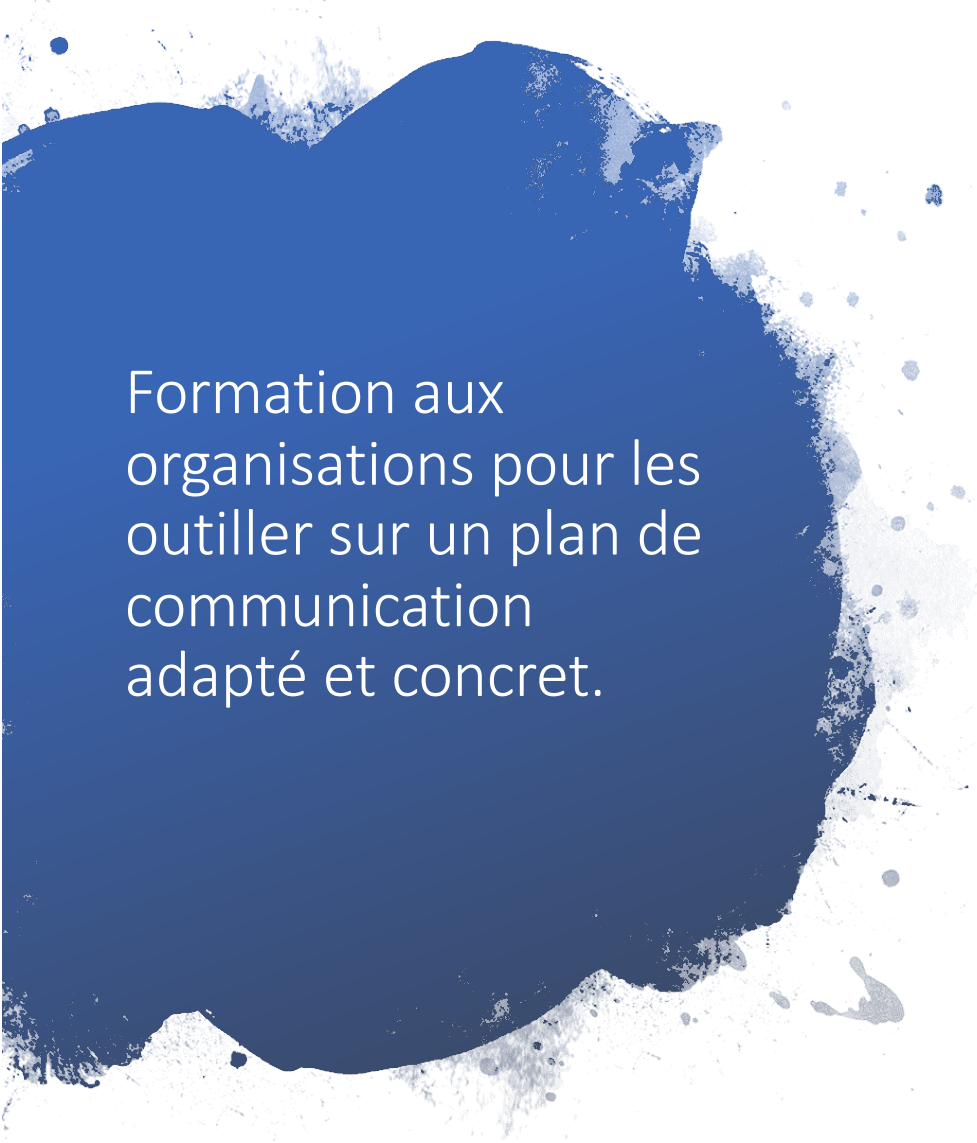
**Objectif:** Connaître les barrières d'accès aux services et les moyens d'atteindre les personnes difficiles à rejoindre.



**Embûches rencontrées:** Sondage distribué durant la période estivale, peu de réponses, difficile de rejoindre la clientèle visée, nécessite une bonne connaissance en évaluation pour bien cerner les besoins en regard des résultats attendus



**Facteurs de succès:** Soutien de l'agent régional d'évaluation en fin de parcours qui nous aide à réorienter la démarche. **Présentation du document:** Les services aux familles, une course à obstacle.



Formation aux organisations pour les outiller sur un plan de communication adapté et concret.

**Objectif:**

Faire la promotion des services des organisations communautaires et des prestataires de service en s'adaptant au public cible.

**Clientèle visée:**

Organismes communautaires, citoyens porteurs d'un projet, municipalité, comité de bénévoles

**Facteurs de succès :**

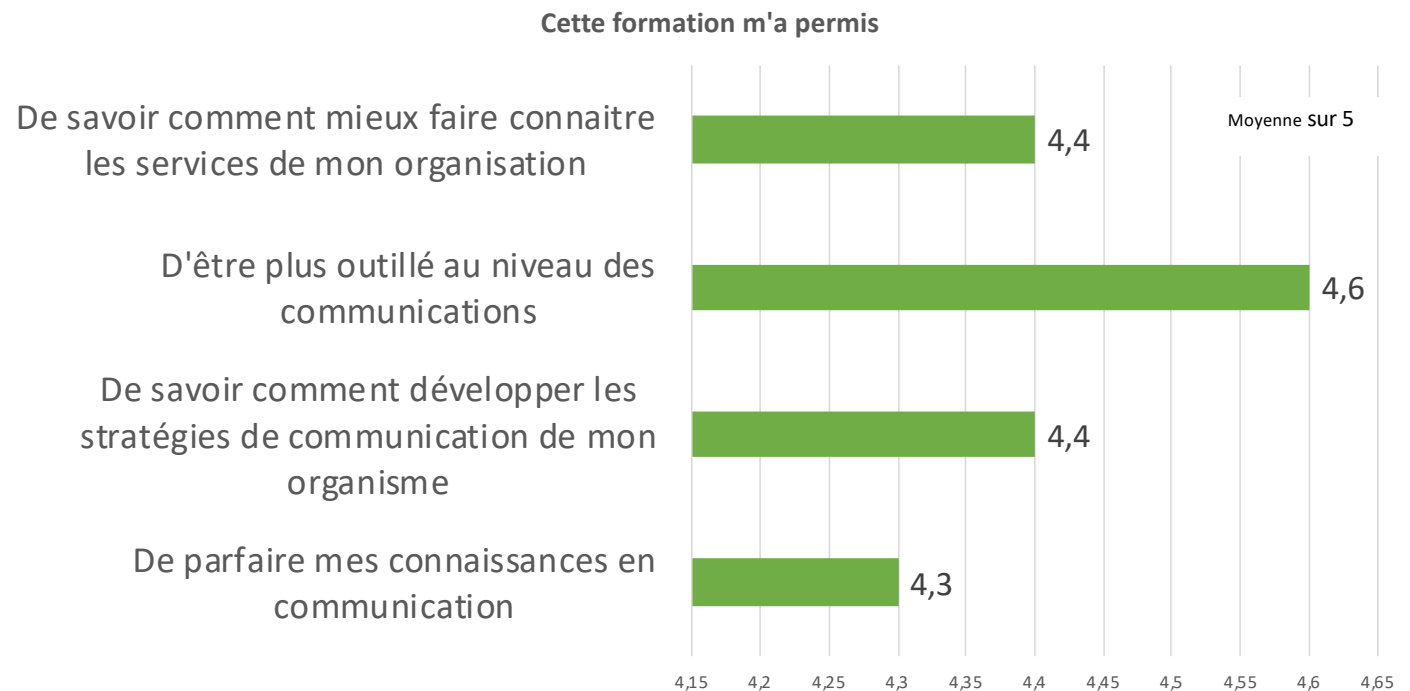
Formation collée à la réalité des organismes présents, outils concrets, formation offerte sur 2 demi-journées, présence de 3 formatrices, outils et délai pour s'appropriier le contenu et réaliser les exercices, accompagnement individuel par la suite.

**Embûches rencontrés:**

Plus difficile de déléguer deux personnes pour les petits organismes, manque de temps des organisations pour participer.

# Quelques retombés en chiffres

- 28 novembre et 12 décembre 2018
- 26 participants
- 4,5/5 recommanderaient cette formation à d'autres.



**Besoins des organismes suite à la formation**: optimiser la page Facebook et le site internet des organismes.

**2 avril 2019**

Rencontre de mise en action sur les stratégies les plus efficaces pour atteindre les personnes difficiles à rejoindre.

- **Nombre de personnes présentes:** 24
- **Profil des répondants:** 4 municipalités, 3 santé et services sociaux, 5 Aide et soutien, 2 jeunesse et famille, 1 culture et 1 éducation

**Objectifs atteints:**

- Les organismes ont été en mesure de s'approprier les stratégies les plus efficaces pour atteindre les personnes difficiles à rejoindre. Elles sont tirées de la recherche-action *Aller du bord de l'exclusion* et du marketing social de François Lagarde.
- Chaque organisation a été en mesure d'identifier **LES** gestes ou **LES** attitudes à ajouter au sein de son organisme.
- Possibilité d'une 2<sup>e</sup> rencontre pour permettre à d'autres organisations de le vivre et faire le suivi des actions ciblées.

# Principales observations



**Clientèle visée:** Les organismes communautaires, le secteur de la santé, les municipalités.



**Facteurs de succès:** Présence d'animateurs de table pour guider les discussions entre les partenaires en lien avec les exercices proposés



**Embûches:** Pas assez de temps pour creuser en profondeur chacun des exercices. Il aurait été souhaitable que les partenaires aient un temps de préparation avant la rencontre.



*merci  
beaucoup*