

Le recrutement des personnes marginalisées et éloignées des milieux traditionnels

Projet d'expérimentation d'un dispositif de soutien du retour aux études et de la persévérance scolaire des femmes cheffes de famille monoparentale sans diplôme d'études secondaires

Camille Cimon

Agente de terrain - Bas-St-Laurent

Emilie Frigon

Agente de terrain - Montréal-Nord

Claudiel Lamoureux-Duquette

Chercheuse

Plan du Webinaire

1. Mise en contexte

- a) Qu'est-ce que l'ICÉA
- b) Présentation du projet de recherche
- c) Le recrutement dans le projet

2. Les enjeux de recrutement

- a) Les obstacles de localisation et de représentation du projet
- b) Les obstacles de compréhension et de perception du projet
- c) Les obstacles à la transmission de l'information

} Présentation de l'obstacle
Actions entreprises
Discussion

3. Réflexions finales

Mise en contexte

Présentation de l'ICÉA et du projet
de recherche

Qu'est-ce que l'ICÉA?



Plus de 77 ans d'expérience de recherche en éducation des adultes

- Promotion du droit des adultes à l'éducation et à l'apprentissage tout au long de la vie.
- L'éducation des adultes ne se limite pas à la formation générale des adultes ou à la formation professionnelle!

Le projet en cours



Expérimentation d'un dispositif de soutien du retour aux études et de la persévérance scolaire des femmes cheffes de famille monoparentale qui n'ont pas de diplôme d'études secondaires

- Deux régions d'action : KRTB et Montréal-Nord
- Au centre de l'expérimentation : l'agente de terrain
- Approche théorique : la théorisation enracinée

Le recrutement dans le projet

- Objectifs par région :
 - 20 femmes à Montréal-Nord
 - 10 femmes au KRTB
- Population extrêmement nichée
- Autant au KRTB qu'à Montréal-Nord
- Premières tentatives = approches plus «traditionnelles»
- Nous ne sommes pas les seules à vouloir les rejoindre et à chercher comment entrer en contact avec elles



Un défi inattendu : le recrutement

Quels obstacles et quelles pistes
de solution?

Trois catégories principales d'obstacles au recrutement

1. Obstacles de localisation et de représentation du projet
2. Obstacles de compréhension et de perception du projet
3. Obstacles à la transmission de l'information



1. Obstacles de localisation et de représentation du projet



Présence sur le territoire :

Ne pas faire partie du paysage communautaire : ne pas être un acteur signifiant ou un repère pour les femmes et les organismes, être un nouvel « acteur ».

Doutes sur la formalité du projet: acteur·trice « étranger·ère ».

Dédoubllement des ressources.

Actions mises de l'avant (Localisation et représentation)



Aiguiser sa compréhension de la situation de la population visée pour la rejoindre où elle se trouve :

- Sonder les acteur·trices terrain et, si possible, la population visée.

Rencontrer les organismes fréquentés par la population visée permet :

- Une compréhension mutuelle des missions, rôles et actions
- Une identification des possibilités de collaboration.

Et pour vous?

(Partage d'expérience)

Quels obstacles de localisation et de représentation avez-vous expérimentés dans vos milieux?

Comment y avez-vous remédié?



2. Obstacles de compréhension et de perception du projet

Difficulté à présenter le double objectif du projet: recherche et dispositif d'accompagnement.

Biais de compréhension et de perception du projet par:

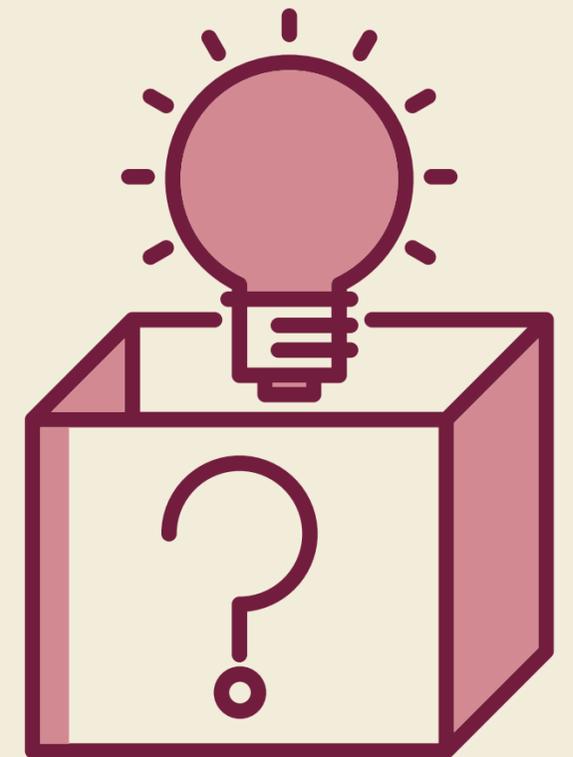
1. Les organismes :

i. Intention de complémentarité et non de dédoublement des services.

2. Les femmes :

i. Incompréhension qu'il s'agit d'une opportunité d'accompagnement et de facilitation

ii. Perception d'une tâche supplémentaire.



Actions mises de l'avant (Compréhension et perception)



- Adapter la communication à la population visée.
- Donner des exemples concrets.
- Interroger les besoins et démontrer comment le projet peut y répondre.
- Possibilité d'arrêter la participation.
- Aborder l'entente de confidentialité et le consentement des femmes.

Et pour vous?

(Partage d'expérience)

Quelles autres difficultés de compréhension et de perception d'un projet par la population ciblée ou par les acteur·trices terrain avez-vous vécues?

Comment vous êtes-vous adapté·es?



3. Obstacles à la transmission de l'information

- Limite de la publicité traditionnelle (papier, radio, virtuelle) pour véhiculer l'information : restreint la compréhension du projet
- Manque de disponibilité des femmes pour :
 - Assimiler l'information (charge mentale élevée)
 - Assister à des présentations
 - Nous contacter
- Manque de temps des organismes collaborateurs pour partager l'information



3. Obstacles à la transmission de l'information - Suite

- Barrière perceptuelle : gêne ou peur du jugement
- Difficulté à coordonner les horaires avec les organismes pour présenter le projet

KRTB:

- Décentralisation de la population complique la localisation des personnes ciblées

Montréal-Nord :

- Barrière linguistique



Actions mises de l'avant (Transmission de l'information)



- Prioriser les modes de communication exhaustifs : Possibilités de dialogue, entrevue journalistique, etc.
- Aller présenter le projet en personne à la population cible pour :
 - Le rendre clair et concret
 - Répondre aux questions
 - Éviter les biais de compréhension
 - Créer un lien de confiance et un contact humain
 - Minimiser les appréhensions

Actions mises de l'avant

(Transmission de l'information) - Suite



- Consulter les acteur·rices terrain pour localiser la population cible et traduire le message au besoin
- Aller présenter le projet lors d'activités auxquelles les femmes participent déjà
- Créer des opportunités de contact attrayantes
- Proposer plusieurs :
 - Modes de communication
 - Plages horaires

Et pour vous?

(Partage d'expérience)

À partir de quand décidez-vous de revoir vos modes de transmission de l'information dans vos projets ou milieux?

Vous est-il arrivé de constater que l'information soit transmise, mais qu'il n'y ait pas de suite? Quelles avenues avez-vous empruntées?



Quelques éléments à garder en tête

Réflexions de l'équipe sur les stratégies à
mettre de l'avant

À garder en tête

- Ne pas se baser sur des perceptions de la population cible : Se documenter et questionner divers·es acteur·trices terrain pour établir les profils.
- Garder à l'esprit qu'il peut y avoir des ressemblances dans une population ciblée, mais qu'il n'y a pas d'homogénéité.
- Se mettre dans la peau de la population ciblée (besoins, valeurs, priorités, vécu, etc.).



À garder en tête

- Amener le service à la population plutôt que lui demander d'aller vers le service (se rendre le plus près possible géographiquement de la femme).
- Communiquer le projet aux femmes et aux organismes à travers **différents canaux** et à **plusieurs reprises** (principe de l'idée qui germe dans leur tête).
- Être en constante remise en question de ses **approches** pour aborder la population cible et pour collaborer avec les acteur·trices terrain (adaptation).



À garder en tête

- Ne pas s'attendre à des résultats immédiats : c'est un processus qui demande du travail et des efforts, mais qui est payant.



Merci de votre participation!

Des questions? N'hésitez pas à
nous écrire!

Camille Cimon

Agente de terrain – Bas-St-Laurent
Institut de coopération pour l'éducation des adultes
ccimon@icea.qc.ca

Emilie Frigon

Agente de terrain – Montréal-Nord
Institut de coopération pour l'éducation des adultes
efrigon@icea.qc.ca

Claudiel Lamoureux-Duquette

Chercheuse
Institut de coopération pour l'éducation des adultes
clamoureuxduquette@icea.qc.ca