

REVITALISER LA PROMOTION DE LA SANTÉ

Publié par Christiane Fontaine

Avril 1999

Table des matières

1. **Avant-propos**
2. **Introduction -Faisons de la promotion de la santé notre priorité**
3. **Promotion de la santé; c'est quoi ?**
4. **Maillage d'information et de ressources communautaires**
5. **Nouvelles façons de travailler ensemble**
6. **Encourager la participation communautaire**
7. **Financement**
8. **Sensibiliser les décideurs**
9. **Conclusion**

AVANT-PROPOS

À la suite d'une série de forums, nous avons pensé qu'il serait important d'en partager les points saillants avec vous, les intervenants. De plus, nous avons voulu vous offrir un document qui pourra servir à certaines personnes d'introduction aux stratégies et approches de promotion de la santé et, à d'autres, d'outil permettant de considérer leur travail en promotion de la santé dans une perspective plus large et, ainsi, de se positionner plus efficacement lors de leurs interventions.

Dans un premier temps, nous vous présentons une liste des principaux thèmes qui sont ressortis de nos discussions avec les intervenants. Ensuite, nous donnons un aperçu des réalisations des intervenants et des barrières auxquelles ils font face dans leur travail. Le tout est illustré par des commentaires recueillis au cours des rencontres. Pour terminer, nous vous proposons quelques stratégies qui favorisent une approche communautaire et vous suggérons quelques lectures pour approfondir vos connaissances.

Nous espérons que l'information contenue dans ce document saura à la fois inspirer et guider davantage votre travail au sein des

communautés. Si vous avez des commentaires ou si vous désirez de l'information supplémentaire sur les thèmes abordés, n'hésitez pas à communiquer avec nous. Vous pouvez également reproduire ce document à condition d'indiquer la source.

1. Introduction

Faisons de la promotion de la santé notre priorité

Au cours de l'automne 97 et de l'hiver 98, l'équipe du COIP a tenu une série de forums dans plusieurs villes de l'Ontario : Dryden, Welland, Chatham, Owen Sound, Waterfort, Hawkesbury, Oshawa, Kingston, Timmins et Thunder Bay. Ces forums ont permis de rassembler les intervenants communautaires afin de discuter des défis et des possibilités associés à leur travail, de leurs réalisations récentes et des leçons tirées de la mise en oeuvre de projets ou d'initiatives communautaires.

Depuis les dernières années, nous avons pu constater des changements importants dans le domaine de la santé, des services sociaux et de l'éducation. Que ce soit des changements de priorités ou de direction, ils ont affecté le travail des intervenants, sa répartition et la prestation des services aux usagers. Le changement le plus marquant a sans doute été la décentralisation des services sociaux, communautaires et de santé. Ce changement a eu pour conséquence d'augmenter le nombre de responsabilités liées aux soins de santé et de services sociaux transférés du gouvernement provincial au municipal. Le discours utilisé en promotion de la santé a lui aussi changé. Le concept de promotion de la santé a été peu à peu remplacé par celui des déterminants sociaux et économiques de la santé; ce qui a eu pour effet de créer de la confusion chez bon nombre de professionnels de la santé.

Lors des forums, notre grande surprise a été de constater que les intervenants des quatre coins de la province s'intéressaient tous plus ou moins aux mêmes questions. Que le forum ait lieu dans le nord ou le sud de la province, en français ou en anglais, les participants avaient sensiblement les mêmes préoccupations :

- se familiariser avec l'approche globale préconisée en promotion de la santé;
- trouver les ressources qui facilitent leur travail;
- être à l'affût des nouveautés;
- sensibiliser les décideurs locaux; et
- trouver de nouveaux partenaires.

Vers où s'en va-t-on ?

Rôle de l'intervenant

Dans les prochaines années, le rôle des intervenants va beaucoup changer. «L'expert en la matière» sera remplacé par la «personne ressource». Nous verrons les intervenants dorénavant aider les membres de la communauté à se prendre en charge. Ils devront être novateurs, prévoir les choses différemment et défier les modèles traditionnels pour en essayer de nouveaux. Les intervenants devront appuyer les membres de la communauté dans leurs démarches et leur offrir la formation et le soutien nécessaire pour intervenir plus efficacement.

Langage

Dans notre environnement, on accuse la promotion de la santé de mollesse. On parle plutôt de déterminants de la santé et d'éducation-santé. On met davantage l'accent sur les facteurs qui influencent la santé et sur les outils qui permettent aux individus de participer pleinement à la vie communautaire. Les intervenants devront familiariser de plus en plus les citoyens au travail communautaire à différents paliers des processus décisionnels qui concernent la santé et le bien-être de leur communauté.

Nouvelles formes de collaboration

Nous savons aussi que la situation socio-économique actuelle requière, et même exige, un grand niveau de collaboration entre différents organismes communautaires, publics et privés. Nous devons examiner de nouveaux modèles de collaboration qui font intervenir les secteurs de l'administration publique, de l'économie, de la justice sociale et de l'environnement. Ces collaborations sont nécessaires non seulement pour alléger le fardeau budgétaire mais aussi pour faire adopter de nouvelles politiques liées à la santé, pour éliminer certaines barrières et pour accroître notre influence à l'échelle communautaire. Elles sont également essentielles pour assurer la reconnaissance de la promotion de la santé, trouver des sources alternatives de financement et reconnaître l'importance que joue la promotion de la santé dans l'amélioration du bien-être des communautés.

Dans les pages qui suivront, nous discuterons davantage des principales préoccupations des participants aux forums. Ceux qui

désirent en savoir plus pourront consulter les ressources suggérées à la fin de chaque section.

3. Promotion de la santé; c'est quoi ça ?

Point saillant :

Définir exactement ce qu'est la promotion de la santé de façon à pouvoir l'expliquer à la communauté et aux décideurs locaux.

Selon l'OMS, la promotion de la santé est un processus qui permet aux personnes d'exercer un meilleur contrôle sur leur santé dans le but de l'améliorer. Elle «représente une stratégie médiatrice entre les gens et leur environnement, qui établit la synthèse du choix personnel et de la responsabilité sociale en matière de santé pour créer un avenir plus sain» (Epp, J. La santé pour tous : Plan d'ensemble pour la promotion de la santé, 1986).

De façon plus concrète, on peut dire qu'il s'agit des mesures prises par des personnes pour atteindre des objectifs de santé personnels qu'elles ont elles-mêmes déterminés grâce au développement personnel, collectif et communautaire, dans le contexte des politiques publiques actuelles et des ressources du milieu.

«...Le concept de la promotion de la santé englobe beaucoup de questions et de préoccupations, qui ne reçoivent pas toutes le même soutien»

Thunder Bay

Au cours des forums, on a réalisé que bien des intervenants utilisent l'expression «promotion de la santé» sans trop savoir ce qu'elle signifie vraiment dans la pratique. De plus, on a remarqué que le vocabulaire utilisé de nos jours met davantage l'accent sur les déterminants de la santé et la santé de la population, qui ne sont en fait qu'un aspect de l'approche en promotion de la santé.

Il faut comprendre que la promotion de la santé a une portée large, qui n'englobe pas uniquement la prévention et l'intervention mais aussi la santé communautaire. Son approche globale permet d'avoir une vue plus large et diversifiée des réalités sociales, culturelles et politiques qui peuvent influencer autant la santé des individus que celle des communautés.

«...la promotion de la santé, dans notre région, semble être plus axée sur les facteurs de risque et sur des segments particuliers de la population»

Hawkesbury

La promotion de la santé est une pratique d'origine communautaire. Elle est fondée sur les besoins de la communauté, tels qu'ils sont exprimés par ses membres. Comprendre le sentiment d'impuissance qu'éprouvent les intervenants qui travaillent auprès des individus permet de mieux cerner les mesures à prendre pour vraiment habilitier les organismes. L'habilitation est un des principes de base de la promotion de la santé, qui s'applique autant aux individus, aux organismes et à la communauté dans son ensemble. Pour qu'un organisme réussisse à encourager l'adoption de comportements-santé par la communauté dans son ensemble, ses intervenants doivent sentir que leur travail sert à quelque chose.

Par conséquent, la promotion de la santé exige de nos jours d'élargir nos connaissances, particulièrement concernant les facteurs déterminants de la santé, de mobiliser la communauté autour de nouveaux défis et de créer des environnements favorables à la prise en charge individuelle.

Pour en savoir plus...

> **Compte-rendu de la Table ronde sur la santé de la population et la promotion de la santé** (1996) - Ce document résume l'essentiel des propos tenus à la Table ronde sur la santé de la population et la promotion de la santé, les principaux points de discussion, les sujets d'entente et de désaccord ainsi que les recommandations des participants. Source : Santé Canada, Division du développement de la santé, bureau 468, Édifice Jeanne-Mance, L.P. 1904A2, Pré Tunney, Ottawa ON K1A 1B4; : tél. : (613) 957-8566.

> **Trousse documentaire pour la planification de la promotion de la santé au palier régional** (1996) - Cette trousse a été conçue pour vous aider à planifier des projets de promotion de la santé. Elle est composée de six modules dont chacun traite d'un des éléments du processus de planification. Source : Centre for Health Promotion, Health Communication Unit, 100, rue College, 2^e étage, Toronto ON M5G 1L5; tél. : (416) 978-0522.

>La santé pour tous : Plan d'ensemble pour la promotion de la santé (1986) - Ce document propose une façon d'aider les Canadiens à faire face aux nouveaux défis en matière de santé. On y présente une nouvelle vision de la santé et les défis à relever. Bien que le document date de 1986, les propos qu'il tient sont toujours d'actualité. Source : Santé Canada, Service des publications, Ottawa ON; tél. : (613) 954-8576.

>La promotion de la santé communautaire à l'oeuvre (1994) - Ce document présente les grandes lignes d'un processus de planification et propose des activités liées à différents aspects de la santé communautaire. Source : Ministère de la Santé de l'Ontario, 9^e étage, Édifice Hepburn, Toronto ON M7A 1S2; tél. : (416) 327-4327.

>Énoncé d'action pour la promotion de la santé au Canada (1996) - Dans ce document, nous retrouvons les résultats d'un processus de consultation des personnes qui adhèrent aux valeurs et modes de travail propres à la promotion de la santé. Source : Association canadienne de santé publique, 1565, avenue Carling, bureau 400, Ottawa ON K1Z 8R1; tél. : (613) 725-3769.

>Planifier pour mieux agir (1998) - Cet ouvrage rend accessible pour la première fois deux modèles éprouvés de planification de programmes aux promoteurs francophones de la santé. Ces modèles sont présentés comme de vrais outils de travail. L'application systématique et rigoureuse d'une démarche de planification permet de ne rien oublier. Elle assure également l'identification des éléments susceptibles de rendre un programme pertinent et de l'adapter aux besoins spécifiques de la communauté. Source : Distribué par le Réseau francophone international pour la promotion de la santé, 2330, rue Notre-Dame Ouest, bureau 200, Montréal PQ H3J 2Y2, tél. : (514) 937-1227, téléc. : (514) 937-9452; courriel : info@refips.org.

>Promouvoir la santé (1994) - Cet ouvrage a pour but de scruter, dans une perspective critique, les rapports entre les théories et les pratiques dans le domaine de la promotion de la santé. Les dix textes qui le composent présentent des points de vue, des expériences et des réflexions sur les théories et les pratiques qui forment le paysage de la promotion de la santé en français. Source : Distribué par le Réseau francophone international pour la promotion de la santé, 2330, rue Notre-Dame Ouest, bureau 200, Montréal PQ H3J 2Y2; tél. : (514) 937-1227, téléc. : (514) 937-9452, courriel : info@refips.org.

> **L'éducation pour la santé (1991)** - Ce livre se veut un outil simple et pratique permettant la conception, la mise en oeuvre et l'évaluation d'un projet d'éducation pour la santé. On y décrit l'éducation pour la santé, définit son rôle et offre un modèle d'apprentissage. Source : Éditions agence d'ARC, 8 023, rue Jarry Est, Montréal PQ H1J 1H6; tél. : (514) 493-3958.

4. Maillage d'information et de ressources communautaires

4.1 Utilisation des nouvelles technologies

Point saillant :
Faciliter l'accès aux ressources existantes de promotion de la santé et encourager leur mise en commun.

Étant donné tous les changements apportés à leurs tâches, les intervenants ont beaucoup moins de temps pour se rencontrer, participer à des conférences ou échanger de l'information. Les nouvelles technologies leur offrent de nombreuses possibilités : établir des liens avec d'autres intervenants, mettre en commun leurs ressources, expertise, et expériences, et discuter de leurs préoccupations. Elles permettent aussi d'accéder à plusieurs outils permettant d'obtenir un soutien ainsi que des conseils pratiques et éclairés.

Cependant, l'utilisation de ces nouvelles technologies n'a pas encore atteint son plein potentiel. Bien des intervenants se servent du courrier électronique comme d'une messagerie, sans plus. Que fait-on alors des groupes de discussion, de la recherche, de l'échange d'information et du travail à distance ? Il faut favoriser davantage l'apprentissage et l'assimilation de ces nouvelles technologies en raison de leurs retombées positives quasi immédiates : meilleure communication, collaboration et réseautage entre intervenants, réduction des déplacements, meilleure préparation des rencontres et plus grand partage de compétences et de dossiers.

Il existe plusieurs obstacles à la pleine utilisation des technologies. Parmi ceux-ci, nous retrouvons l'incapacité des dirigeants d'organismes de reconnaître la valeur de l'Internet en tant qu'outil de travail. Les dirigeants doivent comprendre et reconnaître les possibilités qu'offrent ces nouvelles technologies. Il s'agit d'excellents outils de travail pour assurer une certaine visibilité à l'organisme et

appuyer le travail de ses intervenants. Les organismes devraient donc encourager l'utilisation de l'Internet en offrant aux intervenants le temps et la formation nécessaires pour se familiariser avec son fonctionnement et en tirer le maximum d'avantages. Puisque tout porte à croire qu'on utilisera de plus en plus l'Internet et même l'Intranet, il faut prévoir consacrer plus de temps, d'efforts et de ressources de formation à son utilisation. Dans bien des cas, les intervenants explorent l'Internet durant leurs temps libres. C'est là un obstacle car il en faut du temps pour lire les messages reçus et y répondre, participer aux conférences électroniques, publier des documents sur l'Internet et trouver de l'information.

Exemples de l'utilisation de l'Internet

* Communication

Grâce au courrier électronique, plusieurs organismes ont pu faire circuler de l'information sur des rencontres futures ou assurer le suivi de rencontres passées. Par le fait même, augmenté l'efficacité de leurs réunions en tête-à-tête.

Le courriel prend graduellement place dans les mentalités et les habitudes : Une étude commandée par Yahoo! Internet Life montre que 55 % des usagers d'ordinateurs utilisent plus souvent le courrier électronique qu'ils ne font d'interurbains, et que 33 % utilisent ce service plus souvent qu'il ne font d'appels locaux. (Source : Edupage, 13 août, AP, 11 août 1998)

* Échange d'information entre intervenants

La technologie ne cesse d'évoluer. Il devient de plus en plus facile de produire des communications intéressantes et attrayantes à l'oeil qui, de plus, soient interactives. Par exemple, on retrouve plusieurs listes de distribution de bulletins en promotion de la santé tels que : Le Bloc-Notes électronique et l'OHPE (Ontario Health Promotion E-Mail Bulletin) d'OPC, Le Partage du RÉFIPS (Réseau des intervenants francophones en promotion de la santé), l'Express VVS du Réseau québécois des Villes et Villages en santé. Tous ces bulletins d'information électroniques s'adressent aux intervenants communautaires et permettent une circulation incroyable de l'information.

«...mieux connaître le système pour savoir où et à qui s'adresser»

Oshawa

* Réseautage et développement communautaire

À OPC, l'Internet est un outil précieux servant à promouvoir et à faciliter le réseautage entre les intervenants communautaires. Certains sites, comme celui de Santé Canada ou d'OPC, donnent aux intervenants un accès direct à des documents liés à la promotion de la santé, à des sites connexes, à des moteurs de recherche et même à des services de consultation en ligne.

«... un besoin réel de source centrale d'information sur le travail d'autrui se rapportant au mien»

Thunder Bay

Vers où s'en va-t-on ?

Il est important de s'arrêter quelques instants et de réfléchir davantage à la place qu'occupera l'Internet dans l'avenir de la promotion de la santé. Dans son rapport Promotion de la santé et nouvelles technologies de l'information présenté à Santé Canada, Mike Nelson mentionne qu'«à l'échelon communautaire, il faut créer de nouvelles méthodes et ressources pour recueillir et partager l'information en utilisant les nouvelles technologies constamment, et pas seulement pour un projet donné. Cela est essentiel pour que les membres de la collectivité puissent reconnaître leurs désirs et besoins réciproques, constituer des réseaux et mobiliser les ressources locales en vue de promouvoir leur propre santé et celle de la collectivité».

L'Internet va aussi changer la façon dont nous travaillerons dans l'avenir. Il ne faut pas oublier qu'aujourd'hui, les deux tiers des enfants de plus de six ans savent déjà utiliser les ordinateurs. Cela aura sûrement un impact sur les façons de travailler dans l'avenir. Ces enfants, qui feront un jour partie du NetGeneration, seront des travailleurs plus autonomes, informés, créatifs et spontanés. Le travail sera jugé selon le niveau de collaboration et les résultats obtenus, et non sur la façon de l'accomplir. Pour cela, il faudra le gérer de manière différente. Les équipes de travail autonomes se multiplieront et les services seront décentralisés. Les dirigeants n'auront pas d'autres choix que de changer leur manière pour s'adapter à la nouvelle réalité.

Pour conclure, nous pouvons dire que les nouvelles technologies sont des outils à potentiel énorme. Elles permettent d'informer, d'éduquer

et de responsabiliser les individus, les intervenants, les groupes, les organismes et la communauté en général. Nous devons sensibiliser davantage les dirigeants aux possibilités qu'elles offrent afin qu'ils en maximisent l'utilisation en accordant plus de temps et de formation aux intervenants.

Pour en savoir plus...

> **Promotion de la santé et nouvelles technologies de l'information** - <http://hwcweb.hwc.ca/hppb/developpement-promotion/pubf/techinfo/page1.htm>

> **Santé Canada en direct** - Ce site a été conçu pour ceux qui aiment être tenus au courant des actualités dans le domaine de la santé.
Source : <http://www.hc-sc.gc.ca/francais/>.

> **On se branche ?** - Si vous désirez en savoir plus sur l'Internet dans le cadre du travail communautaire, la façon de se brancher et la recherche d'information, alors cette trousse d'information vous convient parfaitement. Vous y trouverez, entre autres, des renseignements sur différentes activités de promotion de la santé, les ressources disponibles et les activités de formation, etc. Source : OPC, 180, rue Dundas Ouest, bureau 1900, Toronto ON M5G 1Z8 ou sur Internet à http://www.opc.on.ca/francais/nosprogrammes/centre/ressources/docs/on_se_branche/index.html

> **Naviguer sur l'Internet - À la recherche d'information** - Résumé de l'atelier présenté dans le cadre du Cours d'été en promotion de la santé 1998. Cet atelier a pour but de vous familiariser avec le matériel français lié à la santé et les services sociaux, et offert sur Internet, et d'examiner avec vous différents outils de recherche en français. Source : <http://www.opc.on.ca//francais/nosprogrammes/centre/ressources/docs/naviguer/naviguer.htm>.

> **Le Bloc-Notes et Le Bloc-Notes électronique** sont des bulletins d'information en promotion de la santé destinés aux intervenants communautaires qui désirent se tenir à l'affût des conférences, ateliers, forums, ressources, nouveaux programmes, initiatives et offres d'emploi du domaine de la promotion de la santé. Pour recevoir Le Bloc-Notes par télécopieur, vous n'avez qu'à envoyer vos

coordonnées au numéro de télécopieur suivant : (416) 408-2122. Pour vous inscrire à la liste de distribution du Bloc-Notes électronique, envoyez votre adresse électronique à christiane@opc.on.ca.

>**OHPE Bulletin** (bulletin électronique de la promotion de la santé en Ontario) - Ce bulletin, offert en anglais seulement, permet l'échange de renseignements sélectifs et précieux entre les dirigeants communautaires, les intervenants et les chercheurs concernés par la promotion de la santé. Chaque organisme reçoit des renseignements sur des conférences à venir, des nouveaux projets, des questions d'actualité, des emplois offerts, des rapports récents et autres. L'OPHE offre une foule d'information sans monopoliser outre mesure le temps et l'espace. Pour s'abonner, veuillez communiquer avec alison@opc.on.ca.

>**Promotion de la santé en direct** - Ces groupes de discussion de Santé Canada (qu'on appelle aussi forums) ont pour but d'encourager les échanges entre professionnels de la santé d'un bout à l'autre du Canada afin d'améliorer la santé des Canadiens. Source : <http://healthforum.ic.gc.ca/francais/>.

>**Express VVS** - Le Réseau québécois de Villes et Villages en santé vous offre dans L'Express VVS une information détaillée mais concise sur les différents événements susceptibles de vous intéresser. Vous pouvez consulter L'Express VVS à l'adresse suivante : <http://vvs.neomedia.com/pub/>.

>**Click 4-HP** est un forum électronique de discussion offert en anglais seulement. On peut y verser de l'information sur la promotion de la santé et y collaborer avec d'autres intervenants du domaine. Pour vous abonner, envoyez un message électronique à listserv@yorku.ca (sans titre — dans le corps du message, inscrivez «subscribe click4hp <your name>»). Pour plus de renseignements, communiquez avec Alison Stirling à alison@opc.on.ca.

4.2 Maillage ou réseautage ?

Point saillant :

Offrir aux intervenants des occasions de mettre en commun leurs ressources et leurs expériences.

«Réseauter c'est établir des liens, de façon intentionnelle et stratégique, qui permettent d'ouvrir de nouvelles avenues. Le

réseautage entre intervenants n'est pas toujours valorisé à sa juste valeur. Faire partie d'un réseau, cela nous permet de s'entourer d'alliés avec qui partager des connaissances, des expériences et des ressources. «Un réseau s'est fait pour aller plus loin, plus vite.» (Lise Cardinal, 1998).

Réseautage et visibilité

Les intervenants ont besoin du soutien d'autres intervenants, et de personnes et d'organismes possédant des connaissances précises. Ces connaissances peuvent être obtenues directement de leur source, ou à des points centraux d'accès à l'information. Plusieurs d'entre eux produisent des outils dont ils ont besoin pour leur travail. Ne serait-ce pas là un des motifs qui poussent tant d'intervenants à vouloir se rencontrer aux échelles régionale et nationale, dans l'espoir que ces échanges d'expériences et de connaissances leur apportent ce que ni les universités, les ouvrages spécialisés, ou leurs employeurs ne semblent être capables d'offrir?

Une meilleure coordination des activités liées à la promotion de la santé permettra aux intervenants de mieux coordonner leur travail et ainsi éviter les doublons. En créant des projets communs, autant à l'échelle régionale, provinciale que fédérale, ils pourront travailler ensemble et mettre en commun leurs compétences plutôt que d'essayer constamment de «réinventer la roue».

Pour développer les capacités des intervenants, il importe d'organiser des activités de formation continue et des rencontres plus ou moins formelles. Actuellement, des ateliers thématiques sont offerts aux niveaux régional et provincial. Par exemple, le Cours d'été en promotion de la santé est bien plus qu'une simple activité éducative. Il permet aux intervenants d'échanger leurs ressources et de développer leur réseau. Vu la répartition des intervenants francophones en Ontario, de plus en plus d'activités de formation seront offertes à distance et au niveau local. Les nouvelles technologies permettront non seulement aux intervenants d'acquérir de nouvelles compétences, mais aussi d'interagir, en formant des groupes de travail à distance par exemple.

Aux niveaux local et régional, un nombre croissant de nouveaux réseaux voient le jour pour permettre aux intervenants de se rencontrer et d'échanger ressources et connaissances. Ces réseaux aident à établir de nouvelles collaborations et alliances entre différents partenaires et permettent également d'adopter une approche

multidisciplinaire pour répondre aux besoins de la communauté. À Toronto, Welland, Ottawa et Windsor, des groupes d'intervenants se rencontrent plus ou moins formellement dans le but d'échanger de l'information sur les ressources et services de leurs organismes respectifs. De là, naissent des projets communs.

À Toronto par exemple, plusieurs organismes ayant recours à des bénévoles ont exprimé le besoin d'avoir un endroit central où recruter et former des bénévoles. Les organismes intéressés se sont donc regroupés pour mettre sur pied un Centre d'action bénévole francophone. En un an, une étude de faisabilité a été faite et un partenariat a été établi avec un organisme offrant des services similaires. Le groupe de travail prépare maintenant l'infrastructure du Centre.

Un autre exemple est celui de Welland. À la suite du forum d'OPC, plusieurs intervenants de Welland ont décidé qu'il serait très enrichissant pour tous les intervenants de la région de se rencontrer régulièrement pour mettre en commun les ressources et l'information sur leurs services et activités, et aussi créer des nouveaux partenariats avec des organismes francophones et anglophones. Depuis plus d'un an, ils se rencontrent de façon informelle et échangent de l'information ou ressources qui facilitent leur travail au sein de leur communauté.

Vers où s'en va-t-on?

Nous devons donc créer pour les intervenants des occasions de se rencontrer. Des projets communs devront être mis en place pour réunir des représentants des réseaux local, régional et provincial en vue d'élaborer des stratégies collaboratives et de mobiliser les groupes communautaires qui partagent les mêmes intérêts.

5. Nouvelles façons de travailler ensemble

Chez l'ensemble des acteurs du domaine, l'individu lui-même et la communauté, l'approche de promotion de la santé favorise une prise de conscience des possibilités d'intervention à l'égard des différents déterminants de la santé, et du partage nécessaire des responsabilités qui en résulte. La collaboration entre les organismes s'avère un élément essentiel de la promotion de la santé. Elle se définit comme une relation mutuellement bénéfique entre deux ou plusieurs parties qui travaillent ensemble pour atteindre des buts communs.

«...le maintien de partenariats exige beaucoup d'efforts – non axés sur l'atteinte de résultats»

Dryden

Les partenariats sont une source d'appui social pour les personnes qui travaillent ensemble sur des dossiers qui les préoccupent. Les organismes forment des partenariats pour différentes raisons, que ce soit pour mettre en commun leurs ressources, leur temps ou leurs compétences. La formation de partenariats a également un effet synergique, particulièrement sur les membres.

«... libérer des ressources grâce aux partenariats pour combler d'autres besoins»

Timmins

La forme que prend un partenariat dépend de la mission commune des membres, du type de liens désiré et du degré de formalité du mandat convenu. La liste des partenaires éventuels peut être aussi vaste et unique qu'est la communauté. L'important, c'est de repérer des organismes et des individus qui auront une grande influence sur la question, tant directement qu'indirectement. Cependant, la collaboration entre les organismes n'est pas une solution mais bien un processus permettant de trouver une solution.

Une «culture de collaboration» doit se développer tout au long du processus. Les parties doivent en venir à accepter leurs différences et à redéfinir constamment les termes de leur entente en fonction de leur compréhension croissante des intérêts et buts du groupe.

économies et partage des coûts;
meilleur positionnement;
accès accru à des ressources humaines et financières;
pouvoir décisionnel et politique accru.

Même si le partenariat offre des avantages importants, il comporte aussi des risques dont il faut tenir compte :

les conflits d'intérêts (réels ou apparents) ou l'embarras public - par exemple, les groupes environnementaux doivent faire attention à la provenance de l'argent qu'ils reçoivent; ils peuvent perdre toute crédibilité si les fonds proviennent de sociétés ayant des normes environnementales douteuses;

la perte de crédibilité - une fois que l'organisation a perdu sa crédibilité, il peut être difficile de se réhabiliter aux yeux du public. Des entreprises comme Ethiscan (416-783-6776) peuvent fournir des renseignements inestimables en effectuant des recherches sur les activités et la propriété de l'entreprise;

le risque de compromettre sa crédibilité en s'associant à des firmes dont la réputation, les produits ou les services seraient contraires aux messages véhiculés;

les dépenses irrécouvrables ou les pertes financières, le cas échéant, lorsque l'entente de partenariat est résiliée à cause d'un ou de plusieurs des facteurs précipités.

(Source : Santé Canada. Lignes directrices en matière de collaboration avec le secteur privé.)

Avant de s'engager à collaborer avec d'autres organismes, il faut se poser quelques questions :

qu'attendons-nous de cette participation ?
est-ce que tous les partenaires comprennent clairement les objectifs des autres parties ?
quel sera notre niveau de participation ?
avons-nous suffisamment de temps, d'argent et de ressources humaines pour participer à ce projet ?
quelles seront les retombées pour nous ?

«...commencer avec des petits projets, à court terme, pour que les différents joueurs apprennent à se connaître et petit à petit ils développent une certaine relation...»

Hawkesbury

Si les bonnes personnes sont rassemblées au bon moment et au bon endroit, si elles ont l'information appropriée et des objectifs valables, elles pourront non seulement créer des visions et des stratégies efficaces pour régler leurs problèmes communs, mais aussi, dans plusieurs cas, surpasser leurs attentes de ce que peut leur apporter le partenariat. Pour ce faire, chaque partenaire doit avoir une vision claire de la mission du groupe, y adhérer, y contribuer de façon significative et, surtout, reconnaître la place et l'importance des autres partenaires.

Le processus de collaboration est rarement simple et direct. Il comporte habituellement trois phases :

1. Apprivoisement

Les partenaires doivent ...

- en arriver à établir une vision commune;
- s'engager à collaborer;
- laisser à d'autres partenaires la possibilité de se joindre au groupe en cours de route;
- reconnaître et accepter la légitimité des autres partenaires;
- décider ensemble du type de leadership qu'ils vont adopter;
- déterminer quelles ressources seront nécessaires pour enclencher le processus.

2. Identification des intérêts communs

Les partenaires doivent ...

- établir des règles de fonctionnement concrètes;
- établir un échéancier;
- former des sous-groupes (surtout si le nombre de problèmes à discuter est grand et demande plus de 12 à 15 personnes);
- entreprendre une recherche d'information conjointe afin de déterminer les faits essentiels et d'y concentrer les efforts;
- examiner les avantages et inconvénients des différentes options;
- s'entendre sur le déroulement de l'action.

3. Mise en oeuvre

Les partenaires doivent ...

- chercher le soutien nécessaire pour ceux qui seront chargés de mettre l'entente en pratique;
- créer les structures nécessaires à la mise en oeuvre;
- s'assurer que l'entente est respectée.

«Certains organismes ont développé des protocoles d'entente afin d'éliminer le dédoublement et de déterminer qui fait quoi»

Voici quelques exemples de collaborations non justifiées :

puisqu'elle exige du temps, la collaboration n'est pas toujours appropriée lorsqu'il s'agit d'agir rapidement et de façon décisive; les inégalités de pouvoir entre les parties peuvent faire gâcher le processus;

les règles du consensus et de la prise de décisions en commun donnent parfois au bien commun préséance sur les intérêts personnels;

la collaboration fonctionne mieux en petits groupes et cesse souvent quand les groupes sont trop nombreux;

la collaboration est sans signification sans le pouvoir de mettre en pratique les décisions finales.

«...les partenariats nous permettent d'avoir des activités plus diversifiées. Nous pouvons ainsi étendre la brochette de services que nous offrons.»

Hawkesbury

Pour terminer, il ne faudrait pas oublier l'importance de l'évaluation. On doit surveiller de près le partenariat, ainsi que le processus suivi, depuis son élaboration jusqu'à son exécution. On peut utiliser des indicateurs de succès comme la diffusion, la couverture, la collecte de fonds, la réaction des partenaires (obtenue de façon informelle et officielle) et la participation. Si possible, on procède à une évaluation formelle (études quantitatives et/ou qualitatives) afin d'évaluer l'efficacité des différents partenaires.

Collaboration inter-agences :

Ce type de collaboration est probablement celui qui nous est le plus familier. Divers organismes ayant la même clientèle unissent leurs efforts dans le but de répondre à ses besoins. Ils se regroupent pour coordonner leurs services ou passer à l'action. Depuis quelques années, ce genre de collaborations se produit également entre des organismes exclusivement anglophones et d'autres, exclusivement francophones. Ils échangent services ou autres, ou se réfèrent mutuellement leur clientèle.

«...il existe un partenariat entre plusieurs organismes : les organismes ou collègues anglophones réfèrent des clients aux intervenants francophones»

Welland

Partenariat école-communauté :

Dans plusieurs communautés, les écoles sont le noyau de la vie communautaire. Ces dernières années, nous avons pu constater un plus grand intérêt du milieu scolaire envers la collaboration communautaire. En établissant des partenariats avec des groupes d'autres secteurs, les écoles peuvent donner une orientation communautaire à leurs nombreuses pratiques et activités éducatives. Ce type de collaboration doit agir non seulement sur le milieu scolaire, mais aussi sur le milieu des affaires, par le biais de stages ou de programmes de mentorat, et le milieu communautaire, par le biais d'initiatives de toutes sortes comme des programmes de recyclage ou d'amélioration de la qualité de vie aux abords de l'école.

«...peut-être devons-nous commencer dans les écoles; mettre l'accent sur les jeunes, les adolescents et les conseils de parents.»

Dryden

Partenariat public-privé :

Le secteur privé se fait constamment sollicité par des organismes communautaires qui veulent une contribution financière en vue de leurs différents projets. Mais au cours des dernières années, ce genre de collaboration a pris une autre forme. Plusieurs entreprises prennent conscience qu'elles ont une certaine responsabilité sociale en ce qui concerne les questions qui touchent leurs employés et, par conséquent, leur communauté. Elles ont beaucoup plus à offrir que leurs ressources financières : les connaissances de leur personnel, leur matériel, leur crédibilité et leurs outils de formation.

«... il y a, dans le secteur des services à la personne, de nombreuses possibilités qui n'existaient pas ou n'étaient pas nécessaires auparavant.»

Timmins

Vers où s'en va-t-on?

Au cours des prochaines années, nous verrons de plus en plus d'organismes travailler de concert et établir des partenariats aux échelles régionale, provinciale et nationale, entre les secteurs privé, public et communautaire. Ces partenariats ne permettront pas uniquement aux participants d'organiser ensemble des actions communes, mais également de consolider leurs acquis. Bref, la collaboration se compare à un véhicule qui permet aux organismes de travailler ensemble à l'amélioration de la qualité de vie de la communauté.

> **La création de partenariats dans le domaine de la santé : constats (1998)** - Ce document a pour but d'aider ceux qui désirent créer des partenariats efficaces. On y retrouve des exemples de différents types de partenariats et un processus de mise en place d'une collaboration intersectorielle efficace. Source : Santé Canada, Bureau des publications, Édifice Brooke-Claxton - bureau 0913A, Ottawa ON K1A 0K9, tél. : (613) 954-5995; télec. : (613) 941-5366.

> **Le partenariat à l'épreuve (1998)** - Dans ce livre, on analyse de manière précise et nuancée la mise en place et le mode de fonctionnement de comités tripartites. On décrit les barrières, les contraintes et les paradoxes ainsi que les résistances multiples auxquels fait face chacun des partenaires lors de la mise en oeuvre. Source : Éditions Saint-Martin, 5 000, rue Iberville, bureau 203, Montréal PQ H2H 2S6; tél. : (514) 529-0920.

> **Le partenariat école-communauté : manuel, méthode, outil** - Dans ce livre, on retrouve un ensemble d'instruments et d'expériences de type partenariat jalonnant la société québécoise. L'auteur a voulu faire en sorte que se rencontrent le riche courant communautaire et l'école régulière. On y retrouve les éléments d'une recherche-action pour le partenariat, les formes de partenariat institutionnel, l'insertion dans la communauté et l'analyse de quartier, entre autres. Source : Guérin éditeur Ltée, 4501, rue Drolet, Montréal PQ, H2T 2G2, tél. : (514) 842-3481; télec. : (514) 842-4923.

> **L'établissement de coalitions efficaces : module de formation** - Cette trousse est un outil précieux pour ceux et celles qui veulent enseigner aux membres de leur communauté comment mettre sur pied une coalition. Source : OPC, 180, rue Dundas Ouest, bureau 1900, Toronto ON M5G 1Z8; tél. : (416) 408-2121.

> **Ensemble, passons à l'action ! (1997)** - Ce feuillet d'information sur la formation de coalitions efficaces vous renseigne sur ce qu'une coalition vous permet de faire, ce qu'il faut pour former une coalition efficace, comment maintenir votre coalition en bonne santé et les ressources disponibles. Source : OPC, 180, rue Dundas Ouest, bureau 1900, Toronto ON M5G 1Z8; tél. : (416) 408-2121 ou sur l'Internet à <http://www.opc.on.ca/fls/coalition.html>

5.2 Travailler avec les jeunes

Point saillant :

Mobiliser les jeunes dès maintenant pour assurer la relève.

De plus en plus, on reconnaît l'importance de faire participer nos jeunes aux décisions sur les programmes et politiques qui les touchent. Reconnaître la valeur de leur contribution est une chose, mais les mobiliser en est une autre. La plupart du temps, on leur demande leur point de vue sans vraiment les inclure au processus décisionnel.

La participation des jeunes aux questions qui les concernent leur permet non seulement de se responsabiliser mais aussi de s'exprimer, de faire valoir leurs opinions et de participer pleinement à la vie communautaire. Les jeunes ont leur mot à dire au sujet de ce qu'ils jugent important. Ils cherchent les occasions de faire des choix et de s'exercer à prendre des décisions en acceptant les responsabilités qui s'ensuivent. Nous avons donc avantage à les faire participer à différentes activités au sein des organismes. Les structures et politiques organisationnelles doivent favoriser la participation active des jeunes. En incluant nos jeunes dès aujourd'hui aux processus décisionnels, nous en ferons des futurs leaders capables de façonner une communauté à leur image.

Encourager les jeunes à participer veut également dire que les organismes devront changer leur vision de la jeunesse, leurs façons de faire, leurs structures et leurs rapports de pouvoir. Les intervenants, eux, doivent apprendre à écouter les jeunes au moment de collaborer avec eux et éviter de donner trop de directives.

«... desservir les jeunes, besoin de connaître leur réseau, de développer des partenariats.»

Welland

Comment encourager leur participation ?

Faire participer les jeunes n'est pas toujours facile. Cela demande de la patience, de l'énergie, ainsi qu'une volonté d'écouter et de s'adapter. Il faut du temps pour établir une relation de confiance et de respect mutuel. On doit modifier sa façon de travailler, établir une structure plus flexible et adaptée aux besoins des jeunes, et surtout ne pas tenter de les insérer dans une structure créée à l'intention d'adultes.

«...nous devons nous assurer une relève et ce, particulièrement au niveau des jeunes.»

Oshawa

Voici quelques suggestions :

Commencez par les inclure à une activité concrète d'une durée limitée. Axez leur participation sur leurs points forts et leurs intérêts.

Offrez-leur différents niveaux de participation qui exigent différents niveaux de rendement. Plus le jeune prend confiance en ses capacités, plus ses chances de participer augmentent. Lors des rencontres, aidez les jeunes à se sentir à l'aise, à poser des questions et à demander des explications quand ils ne comprennent pas.

Assurez-vous que leur participation apporte des résultats concrets, observables. Célébrez les petites réussites afin de maintenir l'énergie requise pour assurer leur participation. Informez-les des commentaires ou suggestions que vous avez reçus.

Évaluez régulièrement les efforts déployés par les jeunes tout en reconnaissant que les résultats réels ne surviennent pas du jour au lendemain. L'évaluation vise à informer l'organisme sur la participation des jeunes, de cerner les barrières ou problèmes au fur et à mesure qu'ils surviennent et de s'y adapter.

Qu'ils participent à un forum, à un conseil d'administration ou à l'organisation d'une activité quelconque, les jeunes apportent leur point de vue à la discussion, de façon à compléter celui des adultes. Cela leur offre une expérience enrichissante et apporte à votre organisme une contribution précieuse. C'est un engagement à moyen et long termes qui demande beaucoup d'énergie, de temps et probablement de formation. Il faut aller chercher les jeunes là où ils se trouvent et s'adapter à leur horaire.

Pour conclure, la participation des jeunes est une combinaison gagnante pour tous. Elle passe par la reconnaissance de leur contribution et la mobilisation de leurs forces, intérêts et capacités. Pour faire cela, il est essentiel de leur offrir de réelles possibilités de participer aux décisions qui les touchent tant au plan individuel que collectif.

Pour en savoir plus...

> **Travailler avec les jeunes : Un guide pour la participation des jeunes à la prise de décision (1997)** - Ce guide a été conçu afin d'offrir aux collectivités et aux organismes des renseignements et des ressources qui les aideront à faire participer efficacement les jeunes à la prise de décisions. On y retrouve des suggestions sur la façon de comprendre et d'aborder les questions relatives à la participation. Source : Association canadienne pour la santé mentale, 2160, rue Yonge, 3^e étage, Toronto ON M4S 2Z3; tél. : (416) 484-7750.

> **Unissons nos efforts pour un partenariat avec les jeunes (1997)** - Ce rapport a pour but de nous aider à mieux comprendre l'importance de la participation des jeunes et de leur inclusion à différents projets. On met l'accent sur les stratégies favorisant la participation et ce, à tous les niveaux. Source : Association canadienne pour la santé mentale, 2160, rue Yonge, 3^e étage, Toronto ON M4S 2Z3; tél. : (416) 484-7750.

> **Vole de tes propres ailes ! Comment appuyer les jeunes dans la création de leurs propres solutions (1998)** - Ce document décrit le processus de recherche et d'élaboration du projet «Réduction des méfaits chez les jeunes de la rue (projet SIYHR)». Vous y trouverez de nombreuses idées et techniques utilisées au cours de ce projet pour encourager la participation des jeunes. Source : Centre de toxicomanie et de santé mentale, Marketing, 33, rue Russell, Toronto ON M5S 2S1, tél. : (416) 595-6059 ou 1 800 661-1111.

5.3 Travailler avec les bénévoles

De plus en plus d'organismes communautaires font appel à des bénévoles pour les appuyer dans certaines activités. Selon Statistique Canada, près de 32 % de la population ontarienne a participé en 1997 à une activité bénévole, ce qui représente environ 421 596 heures de bénévolat ou une moyenne de 100 heures par personne. C'est dans les

secteurs de la santé et des services sociaux que l'on retrouve la proportion la plus importante de bénévoles.

Au cours des dix dernières années, nous avons pu constater une augmentation de 10 % du nombre de bénévoles. Pour qu'une personne donne de son temps, par contre, il fallait qu'un organisme fasse appel à elle ou offre une formation, ou bien que le bénévolat puisse mener à un emploi.

Avantages d'encourager la participation de bénévoles du milieu :

identifier plus rapidement les personnes qui ont besoin d'aide et intervenir avant que le problème s'aggrave;
élaborer une vision qui considère les usagers comme des personnes totales faisant partie intégrante de la communauté;
partager les responsabilités entre les professionnels du domaine et les individus qui désirent s'engager.

«...il existe un besoin d'offrir de la formation ou de développer les habilités des bénévoles.»

Welland

Le secteur de l'action bénévole doit aussi s'adapter aux changements. La nature même du bénévolat a changé. Autrefois, les gens faisaient du bénévolat pour des raisons humanitaires ou «charitables». Aujourd'hui, les motifs de l'action bénévole sont tout autres : se faire de nouveaux amis, aider leurs autrui, défendre une cause sociale ou acquérir des compétences personnelles et professionnelles. Il faut que les organismes tiennent compte de ces facteurs, surtout lors du recrutement.

Facteurs logistiques qui facilitent la participation :

le remboursement des dépenses personnelles;
un plus grand accès aux renseignements sur le bénévolat;
la considération des handicaps;
la disponibilité de places en garderie;
la protection d'une assurance-responsabilité.

L'augmentation de l'action bénévole oblige les organismes à se doter d'une infrastructure plus formelle permettant d'assortir le bénévole à la bonne activité, de définir les compétences dont il aura besoin pour

remplir adéquatement ses fonctions et de lui offrir la formation, la coordination et la planification nécessaires. L'infrastructure adoptée doit comprendre des mécanismes grâce auxquels les bénévoles pourront comprendre les politiques, la philosophie et les procédures de l'organisme de façon à bien orienter leurs efforts. Enfin, elle doit faciliter le développement d'un sentiment d'appartenance au groupe et à l'atteinte de buts communs.

C'est bien beau de se doter d'une infrastructure, mais à qui reviendra les tâches qui y sont liées ? Dans les organismes communautaires, ces tâches reviennent bien souvent à des intervenants qui ne se sentent pas adéquatement outillés pour les assumer. Les organismes devront donner à ces intervenants suffisamment de temps et d'occasions pour suivre une formation et discuter avec des collègues dans la même situation.

Principaux défis que l'intervenant devra relever :

Le recrutement

Le recrutement est l'une des activités que doivent obligatoirement effectuer tous les organismes dotés de bénévoles. C'est une activité continue qui demande

des efforts ponctuels spécifiques. Les défis du recrutement ne se limitent pas à la mobilisation proprement dite de bénévoles, mais aussi à leur attribution des tâches qui sauront répondre à leurs attentes et mettre leurs compétences à profit.

Avant de commencer à recruter des bénévoles, il faut :

avoir une vision d'ensemble de la place qu'occupent les bénévoles dans la structure de l'organisme;
prendre conscience de la réalité de l'organisme par opposition à l'image qu'il projette – pour les responsables des bénévoles, cela veut dire prendre du recul face à son organisme; il est important de bien comprendre la vision de l'organisme de façon à poser des gestes qui la respectent; on doit aussi vérifier si nos perceptions concordent bien avec celles de la communauté;
établir une stratégie de recrutement – les membres du comité de recrutement doivent bien connaître leur organisme et leur communauté afin de mobiliser les bonnes personnes;
faire attention pour ne pas recruter trop de bénévoles – les personnes qui s'offrent à faire du bénévolat veulent commencer le plus tôt

possible. Sinon elles risquent de perdre leur intérêt.

Savoir conserver ses bénévoles

Pour conserver ses bénévoles, il faut être capable de les intégrer à une organisation efficace, crédible et professionnelle. Il faut savoir les motiver et valoriser leur travail. Plusieurs facteurs peuvent les démotiver : manque d'encadrement, de valorisation et de reconnaissance du travail accompli; attribution de tâches qui ne tiennent pas compte des aptitudes et intérêts personnels. Pour rester motivé et continuer de donner de leur temps à la communauté, les bénévoles ont constamment besoin de soutien, de valorisation et de défis.

«...que feront les intervenants en santé communautaire pour témoigner leur reconnaissance envers leurs bénévoles»

Dryden

Pour conclure, les bénévoles sont un atout précieux. En leur permettant de participer à différents projets, on augmente le degré de représentation de la communauté, et donc des usagers des services offerts, dans les activités de l'organisme. L'intervenant qui gère des bénévoles se voit obligé de remettre certaines de ses responsabilités entre les mains de personnes prêtes à s'engager; ce qui signifie «le remplacement d'une partie de leurs activités de prise en charge par des activités de support auprès des aidants naturels et des bénévoles des communautés». (Les professionnels et l'entraide, Entraide et association (1990), p. 211-226)

Pour en savoir plus...

> **Mes bénévoles vont-ils se volatiliser ? (1984)** - Ce document s'adresse aux responsables du recrutement des bénévoles. On y suggère différentes actions pour motiver les bénévoles. Source : Centre d'action bénévole de Québec, 615, boul. Pierre Bertrand, local 250, Vanier PQ G1M 3J3; tél. : (418) 681-3501; téléc. : (418) 681-6481.

> **Entraide et associations (1990)** - Dans cet ouvrage, l'entraide est abordée à la fois comme pratique spécifique de solidarité et comme réalité sociale. On y présente des témoignages de personnes engagées

dans des groupes d'entraide, et des réflexions et des interrogations sur l'évolution des pratiques courantes d'entraide. Source : Institut de recherche sur la culture, 14, rue Haldiman, Québec PQ G1R 4N4; tél. : (418) 643-4695

> **Le leadership d'aujourd'hui (1997)**- Ce feuillet d'information vise à promouvoir une nouvelle forme de leadership mieux adaptée aux réalités d'aujourd'hui. On y retrouve une description du leadership et du rôle du leader, et le nom de ressources pour ceux qui désirent en savoir plus. Source : OPC, 180, rue Dundas Ouest, bureau 1900, Toronto ON M5G 1X8; tél. : (416) 408-2121 ou, sans frais, 1 800 267-2846. Aussi disponible sur Internet <http://www.opc.on.ca/francais/nosprogrammes/centre/ressources/doc/leadership/leadership.htm>

> **Une richesse précieuse : les bénévoles** - Cet article nous suggère comment modifier nos façons de faire et nos attitudes pour favoriser la participation des citoyennes et des citoyens à la vie sociale. Source : http://www.reseau-sadc.qc.ca/1-4.html/t_richesse1-4.html.

> **Travailler avec des bénévoles** - Cette fiche technique traite de l'aspect humain des organismes bénévoles, de leurs gens et, particulièrement, de leurs bénévoles. Source : <http://www.gov.on.ca/OMAFRA/french/rural/facts/94-012.htm>.

6. Encourager la participation communautaire

Point saillant :

Trouver des façons novatrices de mobiliser la communauté.

Les formes traditionnelles du pouvoir et de la représentation ne sont plus valables. Il devient de plus en plus difficile de mobiliser les citoyens à l'aide de simples «mots d'ordre»qu'il nous faudrait suivre dans des formes d'action collective.

L'approche communautaire permet aux individus et aux communautés de se regrouper pour cerner eux-mêmes les problèmes auxquels ils désirent s'attaquer, d'élaborer des solutions collectives et de choisir leurs propres moyens d'action, que ce soit en mobilisant les individus

et les leaders d'opinion locaux ou en coordonnant des initiatives ou des groupes isolés d'action commune.

Le rôle des intervenants est d'aider les groupes et les individus à identifier les problèmes et leurs causes et, si les personnes concernées le désirent, à leur transmettre les compétences requises sur les plans politique et organisationnelle pour exercer un certain contrôle sur les facteurs qui influencent leur santé. En encourageant ainsi les individus à se prendre en charge, l'intervenant leur fait comprendre l'importance et la valeur qu'apporte le travail conjoint lorsque vient le temps de résoudre des problèmes communs qui existent dans leur communauté. L'intervenant doit être alors la personne à qui on fait appel pour obtenir des ressources, de l'appui et de la formation.

«...trouver des moyens pour rejoindre d'autres individus autres que les TLM (toujours les mêmes) et de leur faire une place pour qu'ils s'impliquent.»

Oshawa

Les intervenants qui travaillent avec les communautés doivent d'abord reconnaître que les membres d'une même communauté ont des intérêts communs et des problèmes à surmonter, mais aussi des divergences d'opinion qui créent des tensions. Connaître la communauté, c'est connaître ses réseaux formels, ses ressources, la dynamique de ses réseaux sociaux informels, sans compter les modes de vie et la culture de ses membres. Il faut du temps et des efforts pour apprendre à connaître sa communauté ainsi que les circonstances socio-environnementales qui l'empêchent d'augmenter son bien-être. Le rôle des intervenants est alors de se rapprocher de la communauté et d'assurer une présence afin de favoriser, maintenir et soutenir la participation des individus au processus.

Mobiliser la communauté n'est pas une chose simple. C'est un processus qui exige du temps, de l'énergie et des convictions profondes. Il faut croire à la pertinence d'une vision à long terme, à la capacité et au potentiel des individus concernés et au projet proprement dit.

Quatre grandes étapes de la mobilisation communautaire :

1. L'insertion dans la communauté et l'établissement d'une direction communautaire pour atteindre les objectifs fixés par la communauté. Une des premières tâches de l'intervenant consiste à gagner l'appui de

la communauté. Pour ce faire, l'intervenant doit être capable de déterminer dans quelle mesure les dirigeants appuient l'idée et les citoyens sont aptes à trouver et mettre en oeuvre leurs propres solutions. Pour l'aider dans sa tâche, l'intervenant peut alors consulter des communautés voisines qui fonctionnent plus ou moins de la même manière.

2. La détermination du processus - Dans la mesure où le but de la mobilisation communautaire est d'aider les citoyens et les communautés à prendre en main les facteurs qui agissent sur leur santé, il faut que ceux-ci aient accès aux ressources nécessaires et soient à même de les exploiter.

Le rôle de l'intervenant est d'aider à déterminer un processus en...

prévoyant des mécanismes souples pour mesurer l'efficacité des programmes aux différents paliers de décision;
négociant avec les organismes dont les buts et programmes concernent la situation socio-environnementale de la communauté;
aidant les communautés à trouver une structure organisationnelle qui leur permettra de mettre à exécution leurs décisions et de superviser l'ensemble du processus;
assurant la formation des participants originaux et, plus tard, de ceux qui déterminent les politiques à l'échelon municipal et veillent à leur respect.

Pour susciter l'intérêt de la communauté envers un projet, il est avantageux d'engager le plus grand nombre possible d'organismes communautaires et de toutes sortes et ce, rapidement et efficacement. Les approches et les messages positifs intéressent et galvanisent les gens, et en ce sens contribuent à la réussite des activités planifiées.

«... Les programmes efficaces ont compté sur la participation de personnes dévouées.»

Dryden

3. L'amorce du processus de changement

La mobilisation communautaire permet d'améliorer la capacité qu'a la communauté de modifier les conditions socio-environnementales qui agissent sur le bien-être de ses membres. Il faut multiplier les occasions d'intervenir à l'échelle locale.

Les principales tâches de l'intervenant sont de ...

cerner le but de l'initiative;

créer une structure formelle pour aborder le problème;
s'astreindre à un programme rigoureux de collecte de données;
créer des groupes de travail.

4. La mise en oeuvre des plans d'action

Le moyen le plus sûr d'assurer la viabilité des mesures adoptées est de disposer d'un plan bien intégré qui reçoit l'appui de la communauté. Ce plan rend compte de l'orientation à suivre, constitue le point de liaison des échanges et fait office de barème pour mesurer les succès et les échecs. Le plan d'action indique qui doit faire quelle tâche, à quel moment, et identifie les indicateurs de succès.

«... les membres de la communauté veulent aider mais ne savent pas toujours comment»

Thunder Bay

Pour mettre ce plan à exécution, il faut veiller à ce que l'ensemble de la communauté le connaisse, décide de la façon d'obtenir les ressources nécessaires à l'atteinte de ses objectifs et mette en relief les efforts des décideurs, des partenaires, des comités ou des groupes de travail qui y ont contribué.

La réussite de la mobilisation dépend du projet lui-même. Les projets valables qui ont une portée à long terme, un contenu sérieux et des retombées importantes sauront intéresser la communauté. Les membres de la communauté doivent pouvoir s'identifier au projet et aux valeurs qu'il véhicule, et éprouver envers lui un sentiment d'appartenance. Le succès du travail de mobilisation dépend beaucoup de la sensibilisation qui l'a précédé ou qui y est associée. Une bonne sensibilisation de la communauté mène à sa prise de conscience. Il faut sensibiliser et mobiliser non seulement les personnes touchées, mais également les décideurs locaux.

Conditions de réussite :

engagement clair et constant, discernable autant dans le discours que dans les gestes;
transparence - la mobilisation demande un effort constant. Il faut faire confiance aux individus et les informer des progrès et des difficultés. La communication est un élément essentiel;

momentum et choix du moment approprié - il importe de mobiliser la communauté à un moment où elle désire le changement proposé et le croit possible;

évaluation - on doit faire une analyse de la situation et évaluer les différentes étapes du plan d'action pour pouvoir se réajuster au besoin;

la constance et la patience - on ne peut pas tout changer du jour au lendemain. Il convient d'établir un échéancier raisonnable qui tiendra compte du rythme du groupe. C'est un processus d'apprentissage.

«... avoir un lieu de ralliement commun qui a été mis en place pour nous et par nous.»

Oshawa

Mobiliser la population ne se fait pas spontanément. Il faut d'abord lui proposer un but ou une cause, et une vision claire de ce que les individus doivent atteindre. Sans cela, il sera très difficile d'obtenir la participation des gens. Pour qu'il y ait mobilisation, il faut d'une part qu'elle ait un sens et d'autre part qu'elle s'effectue dans un environnement motivant. En effet, savoir où l'on s'en va est essentiel, tout comme s'assurer que le processus soit agréable et que les participants soient motivés régulièrement.

Évaluer sa démarche pour mieux agir

Parmi les défis, celui d'assurer la survie du projet en est un de taille. Il est important de savoir ajuster son tir en cours de route. Le groupe doit être capable de s'arrêter pour jeter un regard critique sur la mise en oeuvre du plan d'action jusqu'à présent. Cela permet de vérifier si l'action se déroule de façon prévue et de faire les ajustements nécessaires. On doit alors s'interroger sur la faisabilité de l'objectif, la pertinence de la stratégie d'intervention et des tactiques utilisées, l'efficacité et l'impact de la stratégie de communication et le fonctionnement du groupe.

Pour en savoir plus...

> **Lutte (Une) communautaire contre le tabac : les 4 clés du succès (1997)** - Ce guide porte sur la lutte communautaire efficace contre le tabac dans un contexte de collaboration. Vous y trouverez des conseils sur la formation et la consolidation d'une coalition antitabac dans votre milieu, l'examen et la révision de plans existants et l'obtention de nouvelles idées. Le guide vous aidera également à mener des activités planifiées de lutte contre le tabac. Source : Centre de formation et de consultation, a/s Service de la santé d'Ottawa-Carleton, 495, chemin Richmond, Ottawa ON K2A 4A4; tél. : (613) 722-2242; téléc. : (613) 724-4116.

> **Action (L') communautaire (1992)** - Cet ouvrage propose des outils qui peuvent être utilisés par tout groupe ou individu désireux de développer son savoir-faire afin d'intervenir avec encore plus de cohérence, de rigueur et d'efficacité. Ce livre permet aussi d'alimenter la réflexion sur les conséquences des mutations profondes de notre société. Source : Éditions Saint-Martin, Montréal PQ; tél. : (514) 529-0920.

> **Action (L') communautaire : Guide de formation sur les étapes de l'intervention communautaire (1993)** - Ce guide d'intervention décrit les étapes de l'intervention communautaire et présente les façons de vivre et d'exercer chacune des étapes selon le modèle, le tout selon une approche globale. Source: Centre de formation populaire, 3 575, boul. St-Laurent, bureau 406, Montréal PQ; tél. : (514) 842-2548.

> **Pratique (La) de l'action communautaire (1996)** - Les auteurs proposent une conception de l'organisation sociale basée sur les valeurs de solidarité, de démocratie, de justice sociale, de respect et d'autonomie. Ils situent l'organisation sociale dans son contexte historique et éthique. En cette période de remise en question, ils présentent une réflexion critique de la situation et des défis à relever. Source : Distribution de livres Univers, 845, rue Marie-Victorin, Saint-Nicolas PQ G7A 2M3; tél. : (418) 831-7474 ou 1 800 859-7474.

7. Financement

Point saillant :

Assurer la survie de certains de nos programmes, voire même de nos organismes

L'obtention de financement constitue l'un des défis principaux auxquels les organismes communautaires ont à faire face. À la suite des restrictions budgétaires du gouvernement, les organismes doivent plus que jamais trouver d'autres sources de financement pour soutenir la mise sur pied de nouvelles initiatives communautaires.

«... avoir des sources de financement alternatives, cela permet à certains organismes d'assurer leur survie, voire même leur croissance»

Oshawa

Plusieurs organismes utilisent une variété de moyens créatifs pour intéresser les entreprises privées, le secteur public et la population en général, et ainsi diversifier leurs sources de financement. Les activités d'autofinancement demandent beaucoup d'énergie et de temps comparativement aux bénéfices qu'on en tire. Or, la diversification des sources de financement comportent plusieurs avantages pour les organismes, comme une plus grande autonomie par rapport aux bailleurs de fonds gouvernementaux et une plus grande flexibilité de fonctionnement.

L'autofinancement permet de s'assurer d'une certaine viabilité afin d'atteindre d'autres objectifs tels que ...

- faire connaître le programme ou bien l'organisme;
- favoriser les relations avec la communauté;
- sensibiliser le public à certains problèmes;
- analyser les pratiques du groupe;
- évaluer la valeur du travail fait ;
- recruter du personnel ou des bénévoles.

Avant d'obtenir les ressources nécessaires pour un projet, il importe de déterminer de quels ressources financières, humaines et physiques l'organisme aura besoin pour mener à terme plusieurs projets en même temps. En planifiant ainsi à long terme, vous identifiez précisément les ressources dont vous aurez besoin et réduisez le nombre de va-et-vient nécessaires entre l'organisme et les sources de financement.

Faire le bilan des ressources dont vous avez besoin

- Identifier les activités et projets à réaliser au cours de la prochaine année;
- Identifier ensuite les ressources requises pour ces activités et projets;
- Faire l'inventaire des ressources de l'organisme;
- Identifier les ressources à acquérir et les classer par catégorie selon qu'elles sont financières, physiques ou humaines;
- Élaborer un plan d'acquisition - quoi et où, et qui s'en chargera;
- Évaluer. Il se peut que vous ne réussissiez pas à trouver toutes les ressources que vous avez identifiées et c'est pourquoi il est préférable d'établir des priorités.

Il faut faire attention à ne pas traduire trop vite en argent les ressources dont on a besoin. De nos jours, il est probablement plus facile de trouver un local gratuit que d'obtenir de l'argent pour en louer un.

Bien se préparer

Il est difficile de choisir la source de financement qui conviendra le mieux à un projet donné. Afin de choisir la source de financement la plus rentable pour ses projets, il importe de tenir compte des facteurs suivants :

Le moment approprié - on doit se demander si on a immédiatement besoin d'argent ou bien seulement, dans un premier temps, l'engagement du partenaire éventuel.

Les ressources requises – la demande de l'organisme doit être réaliste.

La description du projet – la présentation doit être adaptée au type d'organisme ou d'entreprise que l'on désire aborder.

L'ordre des événements – lorsqu'on a recours à plusieurs sources de financement.

Le respect des valeurs – l'organisme doit être d'accord avec la méthode de financement choisie. Certaines activités de financement, comme les loteries, peuvent être inacceptables pour certains organismes.

Recherche de partenaires éventuels

Le secteur privé est reconnu depuis longtemps comme une source alternative de financement des initiatives locales. Les entreprises sont de plus en plus sollicitées pour appuyer financièrement les organismes et c'est pourquoi il faut bien préparer et présenter ses demandes. Souvent, les entreprises accorderont la priorité aux demandes provenant de leurs employés. En échange de leur appui financier, elles voudront augmenter leur visibilité ou leur crédibilité et rehausser leur image de «bonne société». Le secteur privé peut non seulement offrir un appui financier mais aussi des dons en nature, le savoir-faire de professionnels et des programmes ou ateliers de formation de toutes sortes.

Qu'est-ce que le secteur privé peut vous offrir ?

Des dollars - les établissements financiers et autres sociétés privées prévoient dans leur budget un certain nombre de dons. Certaines associations professionnelles en font de même.

Des ressources humaines – il peut s'agir de travailleurs bénévoles qui offriront leur expertise, ou d'employés en prêts de service.

Des services – vous pouvez demander à vous servir de matériel de production, comme le photocopieur, ou d'espace de travail inoccupé. Certains vous offriront même leurs produits à prix réduit.

Des compétences - vous pouvez demander à une firme de comptable de vous aider à établir votre budget ou encore à une société de relations publiques d'organiser votre campagne promotionnelle ou de créer un logo.

Du matériel et de l'équipement – vous pouvez vous procurer des fournitures de bureau, des meubles inutilisés, etc.

Augmenter vos chances de réussite en...

adoptant une approche marketing dans la recherche de commanditaires - cibler et rechercher;
étant méthodique et systématique;
donnant un peu plus que ce que l'on attend de vous; ne dévoilez pas dès le début tous vos atouts;
mobilisant les employés de l'organisme ou de l'entreprise afin d'obtenir l'engagement du patron;
encourageant chez les commanditaires un sentiment d'appartenance au projet; et en établissant des liens serrés avec les commanditaires, même lorsque cela crée de la frustration. Soyez amis avec vos commanditaires. Souvenez-vous qu'ils appuient ceux qu'ils connaissent et aiment, et en qui ils ont confiance.

Maintenant que vous êtes prêts, votre proposition écrite devrait inclure ...

une entente formelle - lettre brève et concise où vous avez utilisé le «vous» plus souvent que le «nous»; demandez des dons spécifiques;
un sommaire de votre projet;
une introduction – identifiez ce qui pourrait motiver l'entreprise à faire un don à votre organisme; souvenez-vous que les raisons pour soutenir votre activité ne sont pas toujours aussi évidentes pour eux;
une description de votre projet;
l'investissement espéré du commanditaire;
les avantages pour les commanditaires (des évidences concrètes) – décrire tout ce qui peut être réalisé grâce à leur don;
le temps accordé à la prise d'une décision;
les remerciements.
Faites le suivi de votre proposition - après l'avoir présentée, restez en contact avec la personne chargée de prendre la décision concernant le financement. Soyez également prêts à modifier votre proposition si cela s'avérait nécessaire.

Comme dans tout projet, il est important d'évaluer chaque activité de la stratégie de financement. Cette évaluation vous permettra d'identifier les points forts et faibles de la stratégie. Les résultats obtenus pourront servir à la planification de votre prochaine activité de financement.

Pour conclure, pensez l'autofinancement constitue un idéal à atteindre progressivement.

Pour en savoir plus....

> **Le financement** - Source : Conseil régional de loisir, 4120, boul. Chauvreau, bureau 225, Sainte-Foy PQ G2E 5A6; tél. : (418) 877-9490.

> **Je vous aide en m'aidant (1987)** - Source : Conseil canadien de développement social, 55, avenue Parkdale, C.P. 3503 - Succ. C Ottawa, Ontario K1Y 4G1.

> **Levée de fonds pour votre organisation** - Source : ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation
<http://www.gov.on.ca/OMAFRA/french/rural/facts/89-079.htm>

8. Sensibiliser les décideurs

Point saillant :

Sensibiliser les leaders à la promotion de la santé

Au cours des dernières années, nous avons pu constater un transfert des responsabilités liées aux soins de santé et services sociaux des gouvernements provincial et fédéral aux municipalités. Ces changements ont quand même permis aux citoyens de participer davantage aux décisions prises à l'échelle municipale.

L'établissement de politiques favorisant la santé est un moyen d'intervention utilisé pour apporter des changements sociaux et organisationnels adaptés aux besoins de la communauté. Ces politiques ne visent pas seulement les décideurs mais également la communauté dans son ensemble, pour l'aider à faire des choix sains qui améliorera sa qualité de vie.

«Il semble logique que l'administration municipale et la communauté travaillent ensemble. Elles agissent toutes les deux sur la santé globale de la communauté que ce soit sur le plan économique, social, environnemental ou de la santé. Elles s'engagent toutes les deux à améliorer la qualité de vie de tous les résidents» (*Communautés et administration municipale : Travailler ensemble, Secrétariat provincial des communautés en santé, 1996*).

Selon Hancock, c'est au niveau municipal que les politiques favorables à la santé ont le plus de chances d'être mises en oeuvre et ce, pour plusieurs raisons :

les réseaux sociaux et l'échelle des opérations au sein des communautés créent des liens solides entre les décideurs et ceux qui sont affectés par les politiques;
les décideurs travaillent là où ils vivent; ils sont identifiables et sont également affectés par les politiques;
la structure bureaucratique des communautés est relativement simple, permettant ainsi une meilleure coopération intersectorielle.

(L'évaluation des répercussions sur la santé comme instrument de la promotion de la santé de la population et de politiques publiques, 1996, p.12.)

Les municipalités offrent aux citoyens plusieurs occasions de participer et de se faire entendre. Les individus sont appelés à participer à différents regroupements tels que des comités consultatifs du maire, des forums et consultations communautaires, des comités français de l'hôtel de ville et des groupes de travail sur une foule de problématiques. Les membres de la communauté sont à l'origine de la plupart des politiques efficaces parce que le processus d'établissement d'une politique débute habituellement lorsque la population prend conscience d'un problème et décide de le régler.

Pas besoin d'essayer de changer le monde. Lorsque vient le temps de faire avancer une cause ou d'apporter un changement, les petites actions touchant quelques individus sont aussi importantes que celles qui concernent des milliers de personnes. En gardant l'oeil ouvert, nous pouvons repérer un nombre infini d'actions à entreprendre.

«... on a intérêt à développer une approche régionale mais historiquement les municipalités agissent localement»

Hawkesbury

Sept pistes de réussite

S'acharner : Entreprendre un changement de société demande plusieurs démarches, des contacts nombreux, des efforts importants et des déplacements fréquents, surtout au début. Il faut donc de la passion, du dévouement et une croyance ferme en l'action qu'on entreprend.

S'organiser : Travailler avec des personnes ou des groupes de travail convaincus d'un même objectif et prêts à y appliquer de l'énergie, cela fait toute une différence.

Définir le problème : Un problème n'existe pas vraiment si les personnes qu'il concerne n'y voient pas de solution. L'ouverture d'esprit des membres du groupe de travail permettra de définir le

problème et les solutions éventuelles, de présenter une variété d'options possibles, de faire l'inventaire des ressources disponibles et de décider de ce qui est faisable ou non, ou même réaliste en fait de résultats.

Faire ses devoirs : Il est important de bien connaître le dossier dont on traite. C'est la clé d'une action efficace. Il faut apprendre à présenter ses positions de différentes façons pour s'adapter aux différentes personnes ou organismes qu'il faudra rencontrer et convaincre.

Trouver et s'assurer des appuis crédibles : Il est maintenant temps d'aborder et de convaincre vos alliés, et de les «garder bien au chaud» pour maintenir leur enthousiasme. Vous devez également trouver une foule d'autres partenaires variés qui vous appuieront : la population touchée par le problème, les élus, les fonctionnaires concernés par le dossier et d'autres organismes des secteurs privé et public.

Tirer parti des circonstances : La seule façon d'obtenir quelque chose, c'est bien sûr de le demander. Cela vaut autant pour l'argent que pour les appuis. Il faut toutefois attendre le moment opportun pour maximiser son intervention, prendre conscience de la situation et explorer des situations de rechange. Dans le domaine de l'action politique, il est important de bien choisir le moment où l'on passera à l'action. Les décideurs peuvent aller et venir rapidement.

Savoir négocier : Il est préférable d'avoir préparé quelques positions de repli, quelques compromis qui nous seraient acceptables par rapport à la demande initiale.

(Source : Gosselin, Pierre. *La santé politique : Petit manuel d'analyse et d'interventions politiques dans le domaine de la santé*, 1997, p. 27-32.)

Gagner l'appui de la population

En informant la population des enjeux reliés à une situation problématique en particulier, vous accroissez exponentiellement le nombre de personnes informées car celles à qui vous avez transmis l'information la transmettront à leur tour à d'autres personnes et iront peut-être chercher de nouveaux alliés.

Vos activités d'information peuvent prendre la forme de café-rencontres, de présentations formelles ou de périodes de questions. En plus d'informer, elles vous permettront de recruter des personnes qui désirent participer davantage et passer à l'action.

Les médias

Nous reconnaissons tous l'influence des médias sur l'opinion publique et les décideurs. Il s'agit d'outils précieux quand vient le temps d'informer, de sensibiliser et de conscientiser la population. Ils sont pour elle une source d'information importante qui influence ses opinions et ses attitudes. Ils peuvent également vous appuyer dans vos démarches et ainsi donner plus de poids à vos revendications.

Les médias vous permettent de véhiculer votre point de vue et de signifier l'importance de votre dossier à la population. Utilisés efficacement dans le cadre d'une campagne de communication, ils sont un atout important pour attirer l'attention des décideurs tout en informant la population. Plusieurs médias permettent aux citoyens d'exprimer leurs points de vue par l'entremise de tribunes téléphoniques ou de rubriques telles que le « coin du lecteur ».

Penser globalement, mais agir localement

L'action locale nous amène invariablement à entendre parler de ce qui se passe ailleurs. Les réussites locales se répandent vite à l'ensemble du réseau et incitent les gens à entreprendre des actions semblables dans leur communauté. Renseignez-vous auprès des personnes concernées; elles vous donneront quelques conseils pour planifier votre intervention.

Vous aurez plus d'impact si vous adoptez une approche régionale que si vous vous limitez à l'échelon local. En vous associant à d'autres personnes ou groupes qui poursuivent les mêmes objectifs, vous pourrez créer des liens pour une action plus concertée. Le fait que plusieurs communautés dans une même région partagent les mêmes caractéristiques facilite l'adoption de nouvelles politiques publiques favorisant la santé.

«...intérêt à développer une approche régionale mais historiquement les municipalités agissent localement»

Hawkesbury

Quand nous joignons nos forces dans des moments critiques et que nous formons des réseaux, des coalitions ou des alliances, alors nos énergies se multiplient, s'animent pour devenir une force capable de changer le cours des choses dans notre communauté.

«La régionalisation des services est une occasion qui nous permet de développer des habiletés politiques ou de lobbying afin de faire passer nos messages»

Hawkesbury

Pistes à explorer

Obtenir le soutien des élus - Il faut établir une relation avec les élus municipaux : rencontrez-les et renseignez-vous sur ce qu'ils font; invitez-les à participer aux rencontres ou événements communautaires; tenez-les au courant de vos activités et principaux dossiers. Il ne faut pas seulement sensibiliser les décideurs municipaux à nos problèmes mais aussi leur proposer des solutions.

Identifier des «interlocuteurs valables» et rapidement mobilisables - des représentants qui serviront de relais lors des actions à venir et parfois de centre de ressources. Les contacts informels sont souvent très efficaces pour faire circuler de l'information.

Apprendre leur langage - adaptez votre vocabulaire au leur et assurez-vous que votre message porte sur le partenariat et la collaboration entre la communauté et le conseil municipal.

Obtenir l'appui des leaders communautaires - En plus d'avoir un certain pouvoir politique, ces personnes donnent de la crédibilité aux projets communautaires qu'elles approuvent. Identifiez les centres de décision tels que les conseils régionaux de santé, les forums ou commissions sur la santé et les coalitions de défenses des intérêts des enfants ou des aînés, pour ne citer que quelques exemples.

Adopter une approche régionale - En travaillant en groupe et en obtenant l'appui d'autres communautés, votre intervention à l'échelon municipal aura un plus grand impact.

Obtenir l'appui des médias - Il faudra beaucoup de rencontres et de contacts avec les médias pour les sensibiliser à votre point de vue.

Pour conclure, il ne faut pas oublier que le pouvoir d'action communautaire tire sa source de la mobilisation du plus grand nombre d'individus possible en vue de la création d'alliances, de réseaux et de coalitions capables de faire changer les choses.

Pour en savoir plus....

> La santé politique : Petit manuel d'analyse et d'interventions politiques dans le domaine de la santé (1997) - Source : Réseau québécois des Villes et Villages en santé, 2400, Estimauville, Beauport PQ G1E 7G9; tél. : (418) 666-7000, poste 461; téléc. : (418) 666-2776.

> **Guide de l'action communautaire** - Source : COIP, 180, rue Dundas Ouest, bureau 1900, Toronto ON M5G 1Z8; tél. : (416) 408-2121 ou, sans frais, 1 800 263-2846; téléc. : (416) 408-2122.

> **L'obsession du citoyen (1995)** - Source : Réseau québécois des Villes et Villages en santé, 2400, Estimauville, Beauport PQ G1E 7G9; tél. : (418) 666-7000, poste 461; téléc. : (418) 666-2776.

> **Communautés et administration municipale : Travailler ensemble, Secrétariat provincial des communautés en santé (1996)** - Source : Secrétariat provincial des communautés en santé, 180, rue Dundas Ouest, bureau 1900, Toronto ON M5G 1Z8; tél. : (416) 408-2121 ou, sans frais, 1 800 263-2846.

Conclusion

À l'heure actuelle, le transfert des services aux municipalités incite de plus en plus d'individus à prendre en main le bien-être de leur communauté. C'est ce qui explique en grande partie l'évolution du rôle des intervenants dans leur communauté. Mais délaisser leur rôle d'expert pour adopter celui de facilitateur ou de personne-ressource comporte de grands défis pour les intervenants. Il leur faut dorénavant adopter une approche plus globale de la promotion de la santé, être à l'affût des nouveaux développements et ressources dans ce domaine et outiller les individus à redéfinir la vie communautaire.

Heureusement, les intervenants disposent déjà d'un bagage d'expériences qu'ils peuvent mettre en commun et dont ils peuvent s'inspirer. C'est ce qui fait leur force. Nous ne doutons pas qu'ils pourront répondre aux exigences actuelles de la société et qu'ils trouveront l'imagination, la disponibilité et la souplesse nécessaires pour faire face aux défis qui les attendent.

Remerciements

Nous tenons à remercier premièrement tous ceux et celles qui ont contribué de près ou de loin à la réussite de ces forums. Les propos et l'information, tout comme l'expérience des participants, sauront sûrement profiter à tous nos lecteurs.

Merci également à la Division de la promotion de la santé du [ministère de la Santé de l'Ontario](#) qui a rendu ce projet possible grâce à son appui financier.

