

L'animation communautaire comme outil de conscientisation à l'apprentissage tout au long de la vie



2008 - 2009

Secteur de la formation professionnelle et technique et de la formation continue

SARCA

SERVICES D'ACCUEIL, DE RÉFÉRENCE,
DE CONSEIL ET D'ACCOMPAGNEMENT

L'animation communautaire comme outil de conscientisation à l'apprentissage tout au long de la vie



2008 - 2009

Secteur de la formation professionnelle et technique et de la formation continue

SARCA
SERVICES D'ACCUEIL, DE RÉFÉRENCE,
DE CONSEIL ET D'ACCOMPAGNEMENT

Direction de l'éducation
des adultes et de l'action
communautaire

Coordination

Lino Mastriani, coordonnateur
Direction de l'éducation des adultes et de l'action communautaire

Responsable de la production

Élisabeth Mainka
Walter Duszara

Rédaction

Nancy Beattie
Gerald Bleser
Service de l'éducation des adultes et de la formation professionnelle
Commission scolaire Eastern Townships

Collaboration à la recherche-action

Louise Caron, directrice
Centre d'éducation aux adultes New Horizons (avant le 26 août 2008)
Centre de formation professionnelle de Lennoxville
Commission scolaire Eastern Townships

Mise en page

Christiane Giroux

© Gouvernement du Québec
Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport, 2009
ISBN 978-2-550-55413-4 (PDF)
Dépôt légal – Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2009

Table des matières

Présentation.....	1
Chapitre 1	3
Sujet de recherche : Une démarche d'animation communautaire	3
Chapitre 2	7
Contexte.....	7
2.1 Facteurs sociaux et géographiques	9
2.2 Population cible de la recherche-action	10
2.3 Profil démographique	11
2.4 Importance et pertinence du projet à l'échelle locale ou provinciale	21
2.5 Originalité	22
2.6 Degré de connaissance et accomplissements	23
2.6.1 Secteur ouest (région administrative de la Montérégie)	23
2.6.2 Secteur est (comprenant la région administrative de l'Estrie)	24
2.7 Liens avec le cadre général des services d'accueil, de référence, de conseil et d'accompagnement dans les commissions scolaires.....	24
2.8 Définition d'une démarche proactive	25
2.9 Caractéristiques et autres considérations	25
Chapitre 3	27
Planification du projet.....	27
3.1 Plan et calendrier de recherche.....	29
3.2 Compétences et ressources humaines nécessaires	30
3.3 Partenariats	30
Chapitre 4	31
Déroulement du projet	31
4.1 Choisir les communautés cibles.....	33
4.2 Concevoir et préparer les outils de collecte de données.....	34
4.3 Concevoir les instruments de traitement de l'information et de sensibilisation	36
4.4 Déployer les instruments de collecte des données de première ligne	38
4.5 Déploiement de la campagne de promotion.....	40
4.6 Choisir les organismes, les leaders, les partenaires et un échantillon de clients potentiels	42
4.7 Communiquer avec les leaders et les partenaires de la communauté pour les rencontrer et les sensibiliser.....	43
4.8 Recruter des promoteurs de l'apprentissage tout au long de la vie	44
4.9 Recevoir de nouveaux clients et leur fournir des services	45

4.10	Préparer et présenter le rapport final.....	45
Chapitre 5	47
Résultats	47
5.1	Observations	49
5.2	Réflexions sur les données	51
Chapitre 6	55
Recommandations	55
6.1	Poursuivre la méthode de l'animation communautaire.....	57
6.2	Se concentrer sur l'établissement de relations structurées et spontanées avec les leaders de la communauté et surtout ceux qui s'intéressent à la prestation de services éducatifs et sociaux.....	57
6.3	Prioriser le développement de relations de collaboration avec des organismes partenaires dont la mission est généralement compatible avec celle des SARCA .	58
6.4	Créer des démarches et des outils novateurs.....	58
6.5	S'assurer de la durabilité.....	58
6.6	Mettre l'accent sur la conscientisation de la communauté	58
Chapitre 7	59
Considérations éthiques	59
Chapitre 8	63
Sommaire	63
Annexes	67
Annexe 1	: Organismes approchés.....	69
Annexe 2	: Questions des sondages	71
Annexe 3	: Instruments utilisés	74
Annexe 4	: Formulaire des répondants de première ligne	76
Annexe 5	: Formulaire de consentement	77



Présentation

Le rapport de recherche-action, qui fait l'objet de la présente publication, appartient à un ensemble de plusieurs rapports. Ces derniers ont en commun de présenter une expérience d'action nouvelle, réalisée par une commission scolaire dans le contexte du renouvellement des services d'accueil, de référence, de conseil et d'accompagnement (SARCA) pour les adultes. Le ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport se réjouit de cette collaboration – inédite à certains égards – avec les commissions scolaires et de la contribution ainsi apportée au développement de services renouvelés pour les adultes. Il apprécie particulièrement le fait que des commissions scolaires aient accepté d'engager des praticiens dans une activité de recherche avec laquelle ils n'étaient pas nécessairement familiers, et l'engagement et le professionnalisme de ces personnes dans la réalisation des recherches.

Après un processus de présentation et d'acceptation de projets, les recherches-actions ont débuté au cours de l'année 2004 et étaient toutes terminées en février 2005. Durant ce temps, le Ministère a assuré un encadrement « scientifique léger » afin que les processus utilisés dans ces recherches-actions conduisent à des résultats potentiellement intéressants pour l'ensemble des commissions scolaires. Chaque recherche-action porte la signature de son milieu; elle répond à une problématique locale et est réalisée par les acteurs de ce milieu, qui ont un historique de pratique, une expertise et une culture qui leur sont propres. Insister sur les résultats sans se préoccuper suffisamment des processus pour y parvenir aurait fourni trop peu d'éléments aux praticiens et praticiennes d'autres commissions scolaires.

La production du rapport final représentait une exigence particulièrement lourde et difficile pour les équipes et leurs auteurs. Pour tenir compte des nombreuses suggestions du MELs sur les plans scientifique et linguistique, plusieurs étapes d'écriture ont été réalisées avant d'en arriver au produit tel qu'il est présenté ici. Le Ministère tient à remercier vivement les personnes qui se sont astreintes à ce travail minutieux et exigeant. L'ensemble du réseau sera à même d'en apprécier la pertinence et la qualité.

Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport
Direction de l'éducation adultes et de l'action communautaire

Chapitre 1



Sujet de recherche :
Une démarche d'animation communautaire

Cette recherche-action, faite par la Commission scolaire Eastern Townships en 2004 et au début de 2005, explore les effets d'une démarche d'animation communautaire proactive et innovatrice, susceptible de favoriser l'expression de la demande de ressources et de soutien accessibles en matière de formation continue. Le travail visait à sonder la relation entre une démarche de ce type et l'expression de la demande de services (SARCA) et de possibilités de formation continue pour une clientèle adulte potentielle.



Chapitre 2



Contexte

Depuis une vingtaine d'années, des communautés anglophones du territoire de la Commission scolaire Eastern Townships connaissent sensiblement moins qu'auparavant les services de formation et de soutien offerts aux adultes. À cette réalité s'ajoutent les statistiques d'Emploi Québec, selon lesquelles un grand nombre d'anglophones de plus de 45 ans n'ont pas terminé la formation de base. En outre, 23 p. 100 des 20 à 34 ans n'ont pas le premier diplôme (diplôme d'études secondaires ou DES ou diplôme d'études professionnelles ou DEP). Par ailleurs, pour que les SARCA soient efficaces, nous devons les présenter aux adultes comme une source d'information, de services et de préférence. La population du territoire de la commission scolaire dans son ensemble connaît peu les services SARCA actuels et potentiels de ce genre, qui comprennent la reconnaissance et le bilan des acquis et des services d'orientation de base.

2.1 Facteurs sociaux et géographiques

La population anglaise de la CS Eastern Townships est le plus souvent majoritaire au sein d'une majorité francophone, à l'exception de quelques municipalités où elle représente des concentrations majoritaires. Certaines des conclusions du projet montrent que ce statut minoritaire a une incidence sur le degré de réussite de l'identification des clients potentiels. Les communautés qui se retrouvent en dehors de ces concentrations substantielles d'anglophones ou des régions urbaines de grande étendue (ex. : Cowansville et Sherbrooke) ont parfois du mal à profiter des services d'éducation et aux formations pour adultes ainsi qu'aux services connexes. Certes, l'argent et le transport représentent des difficultés de taille, mais le manque d'information est un obstacle considérable qui nuit à **toute** expression d'une demande. Le fait de ne pas connaître l'existence d'un service donné garantit pratiquement l'absence de demande.

Les municipalités visées par le projet se trouvent dans quatre municipalités régionales de comté (MRC) du Québec, soit Brome-Missisquoi, Memphrémagog, Haut-Saint-François et Haute-Yamaska. Les municipalités spécifiquement visées sont Bedford, Waterloo, Cookshire, Bury, Sawyerville et Stanstead.

Aucune de ces municipalités ne correspond à une MRC entière. Par conséquent, les données sur les MRC ou les circonscriptions électorales fédérales ne sont pas valides. C'est pourquoi nous avons extrapolé à partir des données du recensement canadien de 2001, par municipalité. Nous proposons en outre un profil éducatif et économique des anglophones de l'Estrie, inspiré des travaux de Bill Floch et Jan Warnke de la Direction générale des programmes d'appui aux langues officielles du ministère du Patrimoine canadien.

La population anglophone de l'Estrie doit relever d'importants défis, comme en font foi les données et l'information reproduites dans les pages qui suivent. Notons particulièrement ce qui suit :

- Le rendement scolaire dans les municipalités visées est largement inférieur à la moyenne provinciale, à quelques exceptions près.
- Le revenu annuel moyen est de plusieurs milliers de dollars inférieur à la moyenne du Québec.
- Le revenu annuel médian est de plusieurs milliers de dollars inférieur à la médiane du Québec tout entier.
- La population des aînés est disproportionnellement grande tandis que la population des jeunes recule nettement (autrement dit, la population intermédiaire d'âge actif est peu représentée).

2.2 Population cible de la recherche-action

La population cible du projet comprend :

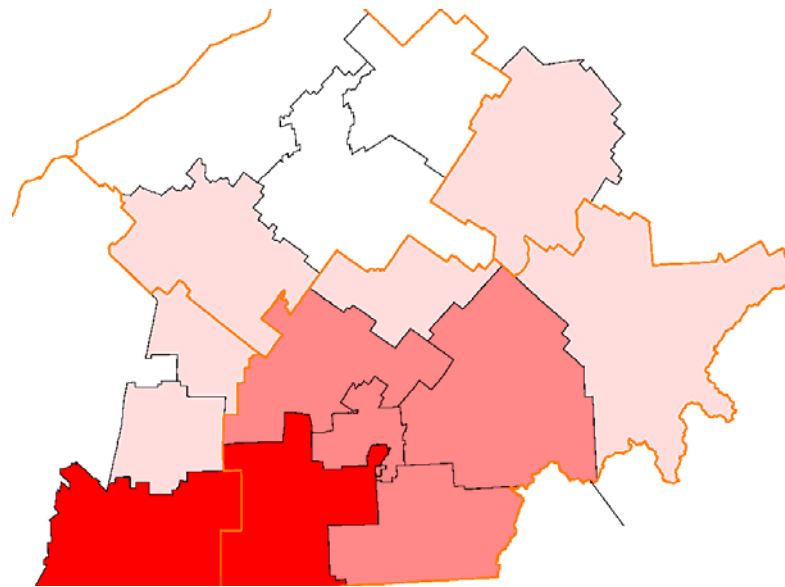
- a) des personnes peu scolarisées, vivant dans des régions rurales et éloignées des services offerts;
- b) des personnes sensibles à la situation communautaire, qui souhaitent rehausser le niveau de scolarité et, en bout de ligne, la santé économique de leur communauté.

La recherche-action a porté essentiellement sur les municipalités énumérées ci-dessus. Il est toutefois prévu d'offrir les SARCA à tous les adultes anglophones du territoire de la Commission scolaire Eastern Townships qui n'ont pas obtenu de premier diplôme, et de mettre l'accent sur les parties du territoire, traditionnellement sous-représentées dans les services éducatifs.



2.3 Profil démographique

Évolution du profil démographique des communautés anglophones de l'Estrie

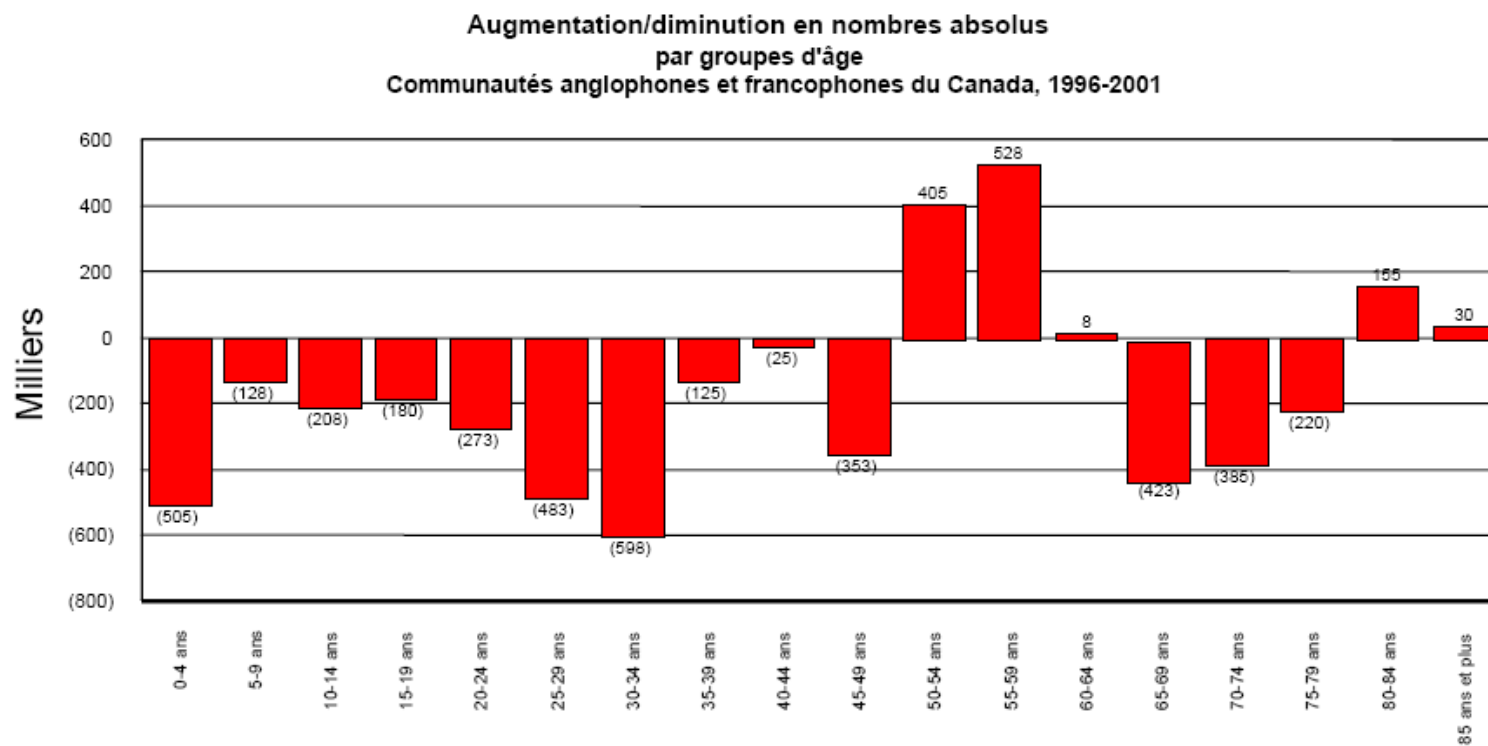


William Floch et Jan Warnke
Direction générale des programmes d'appui aux langues officielles
Ministère du Patrimoine canadien
Lennoxville (Québec), le 12 mars 2004

Région de l'Estrie – faits saillants

- La communauté anglophone a diminué en nombre, passant de 43 050 habitants en 1996 à 40 308 en 2001, tandis que la communauté francophone augmentait de 576 985 à 590 038 habitants, faisant diminuer le pourcentage des anglophones de 6,9 p. 100 à 6,4 p. 100.
- Le pourcentage des personnes de plus de 65 ans reste élevé dans la communauté anglophone. Elle était de 18,4 p. 100 en 2001, soit 50 p. 100 de plus que chez les francophones, à 12,3 p. 100 du total.

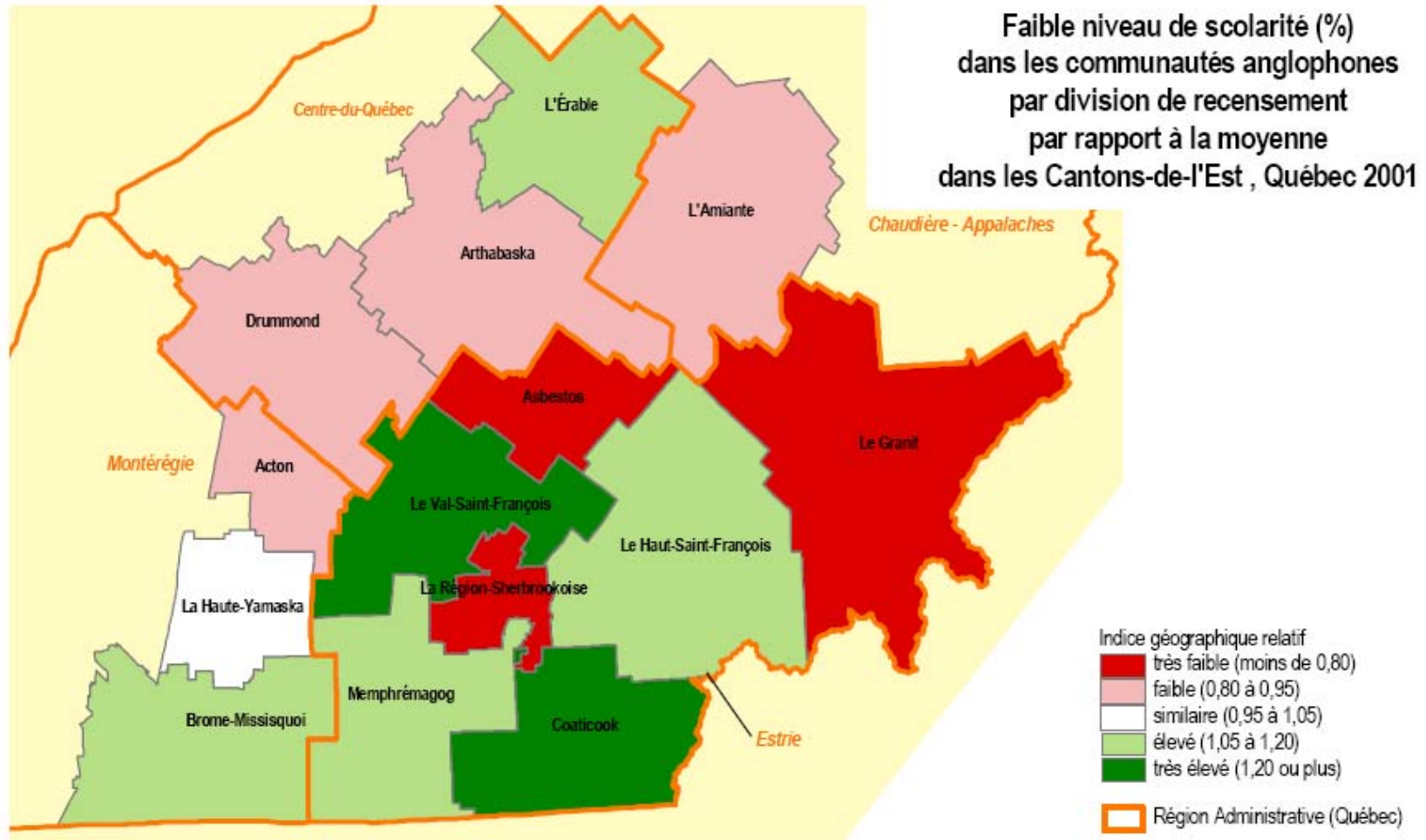
Augmentation/diminution des groupes d'âge, 1996-2001



Source : Programmes d'appui aux langues officielles, Patrimoine canadien, février 2004, basée sur les données du Recensement du Canada, 2001, échantillon de 20%.
La première langue officielle parlée (PLOP) est une variable linguistique dérivée qui se fonde sur les réponses aux questions du Recensement du Canada portant sur la connaissance des langues officielles, la langue maternelle et la langue parlée à la maison.

révisé le 12 avril 2004

De 1996 à 2001, les nombres absolus des communautés anglophones et francophones du Canada a baissé de 2 743 personnes.



Remarque

La définition linguistique utilisée est la première langue officielle parlée. Les réponses doubles sont réparties également. L'indice géographique relatif compare la valeur attribuée à une communauté locale à celle attribuée à un territoire plus étendu. Des communautés ayant un faible niveau de scolarité auront une proportion élevée d'individus sans diplôme d'études secondaires.

Préparé par : William Flooh et Jan Wanke, PCH, mars 2004.
Source : Statistique Canada, Recensement du Canada de 2001, échantillon de 20%
Carte: 24CD01_Scholarity_LowRGI_CDtoET_cf

Les défis qui nous attendent

- Déclin démographique continu. Le vieillissement de la population suggère que cette tendance se maintiendra à moins d'être renversée par un bilan migratoire net.
- Les jeunes cohortes (15 à 24 ans et 25 à 44 ans) montrent des faiblesses socioéconomiques (emploi et éducation) par rapport à leurs aînés et à leurs voisins francophones.
- Les femmes ont encore du mal à pénétrer le marché du travail et portent le fardeau des personnes à charge.

Niveau de scolarité par municipalité et par comparaison avec la province

Bedford

% des 20-34 qui n'ont pas terminé le secondaire	Province	
	21,50 %	17,30 %
% des 15-19 qui ne fréquentent pas l'école	Province	
	13,33 %	15,51 %

Canton de Bedford

% des 20-34 qui n'ont pas terminé le secondaire	Province	
	26,70 %	17,30 %
% des 15-19 qui ne fréquentent pas l'école	Province	
	6,67 %	15,51 %

Dunham

% des 20-34 qui n'ont pas terminé le secondaire	Province	
	13,40 %	17,30 %
% des 15-19 qui ne fréquentent pas l'école	Province	
	30,00 %	15,51 %

Stanbridge East

% des 20-34 qui n'ont pas terminé le secondaire	Province	
	20,70 %	17,30 %
% des 15-19 qui ne fréquentent pas l'école	Province	
	41,67 %	15,51 %

Venise-en-Québec

% des 20-34 qui n'ont pas terminé le secondaire	Province	
	27,30 %	17,30 %
% des 15-19 qui ne fréquentent pas l'école	Province	
	27,27 %	15,51 %

Clarenceville

% des 20-34 qui n'ont pas terminé le secondaire	Province	
	31,80 %	17,30 %
% des 15-19 qui ne fréquentent pas l'école	Province	
	9,09 %	15,51 %

Waterloo

% des 20-34 qui n'ont pas terminé le secondaire	Province	
	38,30 %	17,30 %
% des 15-19 qui ne fréquentent pas l'école	Province	
	22,45 %	15,51 %

Stukely Sud

% des 20-34 qui n'ont pas terminé le secondaire	Province	
	23,50 %	17,30 %
% des 15-19 qui ne fréquentent pas l'école	Province	
	7,14 %	15,51 %

Eastman

% des 20-34 qui n'ont pas terminé le secondaire	Province	
	11,10 %	17,30 %
% des 15-19 qui ne fréquentent pas l'école	Province	
	10,00 %	15,51 %

East Angus

% des 20-34 qui n'ont pas terminé le secondaire	Province	
	25,40 %	17,30 %
% des 15-19 qui ne fréquentent pas l'école	Province	
	12,50 %	15,51 %

Stanstead Est

% des 20-34 qui n'ont pas terminé le secondaire	Province	
	30,80 %	17,30 %
% des 15-19 qui ne fréquentent pas l'école	Province	
	18,18 %	15,51 %

Stanstead

% des 20-34 qui n'ont pas terminé le secondaire	Province	
	32,30 %	17,30 %
% des 15-19 qui ne fréquentent pas l'école	Province	
	34,15 %	15,51 %

Canton de Stanstead

% des 20-34 qui n'ont pas terminé le secondaire	Province	
	15,80 %	17,30 %
% des 15-19 qui ne fréquentent pas l'école	Province	
	6,67 %	15,51 %

Bury

% des 20-34 qui n'ont pas terminé le secondaire	Province	
	20,50 %	17,30 %
% des 15-19 qui ne fréquentent pas l'école	Province	
	12,50 %	15,51 %

Cookshire

% des 20-34 qui n'ont pas terminé le secondaire	Province	
	22 %	17,30 %
% des 15-19 qui ne fréquentent pas l'école	Province	
	10 %	15,51 %

Sawyerville

% des 20-34 qui n'ont pas terminé le secondaire	Province	
	19 %	17,30 %
% des 15-19 qui ne fréquentent pas l'école	Province	
	8 %	15,51 %

Public prioritaire : 15 à 34 ans

		*Anglophones 15-19 qui ne vont pas à l'école et n'ont pas fini le secondaire	* Anglophones 20-34 qui n'ont pas fini le secondaire		
Ouest	46		124	Ouest	170
Est	53		139	Est	192
* Sans compter Sutton et Knowlton				Total	362
				Ouest	Total partiel
Bedford		Angl. 20-34 < secondaire			25
Pop. totale.	2570		20		
Pop. anglophone	525	Angl. 15-19 n'allant pas à l'école			
% d'anglophones	20,43%		4		
Canton de Bedford		Angl. 20-34 < secondaire		Ouest	Total partiel
Pop. totale	795		5		7
Pop. anglophone	210	Angl. 15-19 n'allant pas à l'école			
% d'anglophones	26,42%		1		
Dunham		Angl. 20-34 < secondaire		Ouest	Total partiel
Pop. totale	3190		15		28
Pop. anglophone	720	Angl. 15 to 19 n'allant pas à l'école			
% d'anglophones	22,57%		14		
Stanbridge Est		Angl. 20-34 < secondaire		Ouest	Total partiel
Pop. totale	910		16		30
Pop. anglophone	500	Angl. 15-19 n'allant pas à l'école			
% d'anglophones	54,95%		14		
Venise-en-Québec		Angl. 20-34 < secondaire		Ouest	Total partiel
Pop. totale	1240		5		7
Pop. anglophone	140	Angl. 15-19 n'allant pas à l'école			
% d'anglophones	11,29%		2		
Clarenceville		Angl. 20-34 < secondaire		Ouest	Total partiel
Pop. totale	1070		13		14
Pop. anglophone	385	Angl. 15-19 n'allant pas à l'école			
% d'anglophones	35,98%		2		
Waterloo		Angl. 20-34 < secondaire		Ouest	Total partiel
Pop. totale	3860		38		47
Pop. anglophone	605	Angl. 15-19 n'allant pas à l'école			
% d'anglophones	15,67%		9		
Stukely Sud		Angl. 20-34 < secondaire		Ouest	Total partiel
Pop. totale	965		10		11
Pop. anglophone	240	Angl. 15-19 n'allant pas à l'école			
% d'anglophones	24,87%		1		
Eastman		Angl. 20-34 < secondaire		Ouest	Total partiel
Pop. totale	780		1		1
Pop. anglophone	65	Angl. 15-19 n'allant pas à l'école			
% d'anglophones	8,33%		0		

East Angus			Angl. 20-34 < secondaire	Est	Total partiel
Pop. totale	3400		5		6
Pop. anglophone	120		Angl. 15-19 n'allant pas à l'école		
% d'anglophones	3,53%		1		
Stanstead Est			Angl. 20-34 < secondaire	Est	Total partiel
Pop. totale	660		12		18
Pop. anglophone	390		Angl. 15-19 n'allant pas à l'école		
% d'anglophones	59,09%		6		
Stanstead			Angl. 20-34 < secondaire	Est	Total partiel
Pop. totale	2955		84		121
Pop. anglophone	1550		Angl. 15-19 n'allant pas à l'école		
% d'anglophones	52,45%		37		
Stanstead Township			Angl. 20-34 < secondaire	Est	Total partiel
Pop. totale	1055		7		9
Pop. anglophone	465		Angl. 15-19 n'allant pas à l'école		
% d'anglophones	44,08%		2		
Bury			Angl. 20-34 < secondaire	Est	Total partiel
Pop. totale	1125		15		19
Pop. anglophone	425		Angl. 15-19 n'allant pas à l'école		
% d'anglophones	37,78%		4		
Cookshire			Angl. 20-34 < secondaire	Est	Total partiel
Pop. totale	1545		4		5
Pop. anglophone	100		Angl. 15-19 n'allant pas à l'école		
% d'anglophones	6,47%		1		
Sawyerville			Angl. 20-34 < secondaire	Est	Total partiel
Pop. totale	795		13		15
Pop. anglophone	400		Angl. 15-19 n'allant pas à l'école		
% d'anglophones	50,31%		3		
Knowlton			Angl. 20-34 < secondaire		Ne fait pas partie des zones ciblées
Pop. totale	5295		75		Total partiel
Pop. anglophone	2875		Angl. 15-19 n'allant pas à l'école		102
% d'anglophones	54,30%		27		
Sutton			Angl. 20-34 < secondaire		Ne fait pas partie des zones ciblées
Pop. totale	1560		28		Sutton
Pop. anglophone	725		Angl. 15-19 n'allant pas à l'école		Total partiel
% d'anglophones	46,47%		7		35
Canton de Sutton			Angl. 20-34 < secondaire		Ne fait pas partie des endroits ciblés
Pop. totale	1890		15		Canton de Sutton
Pop. anglophone	705		Angl. 15-19 n'allant pas à l'école		Total partiel
% d'anglophones	37,30%		24		39

N.B. : Les écarts par rapport aux totaux et aux totaux partiels sont dus à l'arrondissement des valeurs.

Revenu et revenu médian par municipalité,
par rapport à l'ensemble de la province

Revenu moyen	Bedford 23 919 \$	Québec 29 385 \$	Revenu médian moyen	Bedford 17 286 \$	Québec 20 665 \$
Revenu moyen	Canton de Bedford 24 712 \$	Québec 29 385	Revenu médian moyen	Canton de Bedford 17 286 \$	Québec 20 665 \$
Revenu moyen	Dunham 25 824 \$	Québec 29 385 \$	Revenu médian moyen	Dunham 17 286 \$	Québec 20 665 \$
Revenu moyen	Stanbridge Est 25 311 \$	Québec 29 385 \$	Revenu médian moyen	Stanbridge Est 17 286 \$	Québec 20 665 \$
Revenu moyen	Venise-en-Québec 24 847 \$	Québec 29 385 \$	Revenu médian moyen	Venise-en-Québec 17 286 \$	Québec 20 665 \$
Revenu moyen	Waterloo 24 078 \$	Québec 29 385 \$	Revenu médian moyen	Waterloo 17 286 \$	Québec 20 665 \$
Revenu moyen	Stukely Sud 18 425 \$	Québec 29 385 \$	Revenu médian moyen	Stukely Sud 17 286 \$	Québec 20 665 \$
Revenu moyen	Eastman 24 687 \$	Québec 29 385 \$	Revenu médian moyen	Eastman 17 286 \$	Québec 20 665 \$
Revenu moyen	East Angus 25 130 \$	Québec 9 385 \$	Revenu médian moyen	East Angus 7,286 \$	Québec 20 665 \$
Revenu moyen	Stanstead Est 17 820 \$	Québec 29 385	Revenu médian moyen	Stanstead Est 17 286 \$	Québec 20 665 \$
Revenu moyen	Stanstead 21,399 \$	Québec 29 385 \$	Revenu médian moyen	Stanstead 17 286 \$	Québec 20 665 \$
Revenu moyen	Canton de Stanstead 26 235 \$	Québec 29 385 \$	Revenu médian moyen	Canton de Stanstead 17 286 \$	Québec 20 665 \$
Revenu moyen	Bury 22 144 \$	Québec 29 385 \$	Revenu médian moyen	Bury 17 286 \$	Québec 20 665 \$

Revenu moyen	Cookshire 22 657 \$	Québec 29 385 \$	Revenu médian moyen	Cookshire 17 286 \$	Québec 20 665 \$
Revenu moyen	Sawyerville 16 955 \$	Québec 29 385 \$	Revenu médian moyen	Sawyerville 17 286 \$	Québec 20 665 \$
Ne fait pas partie des endroits ciblés¹					
Revenu moyen	Lac-Brome 30 614 \$	Québec 29 385 \$	Revenu médian moyen	Lac-Brome 17 286 \$	Québec 20 665 \$
Revenu moyen	Sutton 19 357 \$	Québec 29 385 \$	Revenu médian moyen	Sutton 17 286 \$	Québec 20 665 \$
Revenu moyen	Canton de Sutton 27 841 \$	Québec 29 385 \$	Revenu médian moyen	Canton de Sutton 21 904 \$	Québec 20 665 \$

¹ Les données sur Sutton et sur Knowlton (Lac-Brome) sont incluses pour permettre la comparaison, à l'étude des résultats des efforts déployés pour cerner les clients des SARCA.

L'exemple de Stanstead

Selon le recensement effectué par Statistique Canada en 1996, 31,8 p. 100 de la population anglophone et 25 p. 100 de la communauté francophone de Stanstead recevaient cette année-là une forme d'aide financière du gouvernement. Le niveau de scolarité des résidents de Stanstead est généralement faible, 51 p. 100 n'ayant pas dépassé la 8^e année (3^e secondaire). Le revenu annuel moyen par famille est inférieur d'environ 5 000 \$ à la moyenne du reste des MRC, de l'Estrie et du Québec. Environ six résidents sur dix ont un revenu annuel inférieur à 20 000 \$. Les établissements d'enseignement secondaire, de formation professionnelle et d'enseignement postsecondaire sont distants d'environ 60 kilomètres. Les élèves anglophones du secondaire qui vivent dans la région Stanstead passent en moyenne quatre heures par jour dans les autobus scolaires pour se rendre à l'école et en revenir. Les élèves adultes qui souhaitent terminer leurs études secondaires au centre d'éducation des adultes le plus près et qui ne disposent pas de moyen de transport peuvent passer près de cinq heures par jour dans un autobus scolaire. Le taux de décrochage à Stanstead est très élevé et peu de familles de la région peuvent assumer les frais de scolarité de l'école secondaire privée établie dans la communauté. Il n'y a pas de transport public interurbain qui desserve Stanstead, ce qui restreint encore plus l'accessibilité des services éducatifs. C'est d'ailleurs peut-être à cause de cette accessibilité limitée que la communauté ne semble pas tellement valoriser l'éducation au-delà du primaire.

2.4 Importance et pertinence du projet à l'échelle locale ou provinciale

Depuis la fin du financement des programmes d'éducation populaire et de l'animation communautaire dans les commissions scolaires, le public considère les centres d'éducation des adultes et de formation professionnelle tout juste comme des prestataires de programmes d'études et de formation professionnelle. Le grand public semble mal connaître les centres et les services offerts. Par ailleurs, la fusion des commissions scolaires dans la seconde moitié des années 1990 semble avoir miné le sentiment de propriété collective à l'égard d'une commission scolaire donnée ou l'identification à la commission scolaire. Comme le montrent les données recueillies au cours du projet de recherche-action mené en Estrie, le tiers des répondants interrogés sur les activités communautaires ne connaissaient pas le nom de la commission scolaire anglophone qui les sert.

Comme on l'a vu, ce projet de recherche-action a pour but d'étudier la pertinence d'un modèle proactif d'animation communautaire pour atteindre l'objectif des SARCA qui est de favoriser le développement d'une culture d'apprentissage tout au long de la vie. Plus précisément, le but est de voir comment diverses méthodes novatrices d'animation communautaire peuvent encourager les clients potentiels à demander des formations ou des services du type SARCA.

Les conclusions du projet, y compris les outils novateurs de proactivité qui sont suggérés, pourraient être appliquées à d'autres commissions scolaires et contribuer de ce fait à une

culture généralisée d'apprentissage tout au long de la vie au Québec. Ce résultat reflète les objectifs énoncés dans la *Politique gouvernementale d'éducation des adultes et de formation continue* (MEQ, 2002) et en facilite l'atteinte.

2.5 Originalité

L'originalité de cette recherche-action tient à trois facteurs :

- i) **L'application de méthodes non traditionnelles et la création d'outils novateurs pour toucher la clientèle visée, soit les adultes qui n'ont pas la formation de base.** Plusieurs outils non traditionnels ont été conçus et mis à l'essai pendant cette recherche-action. Ce sont notamment la tenue d'un stand d'information (une simple table) à l'occasion des activités communautaires où il n'y a jamais eu de présentation de ce genre dans le domaine de l'éducation; l'établissement de liens avec les organismes de services sociaux qui sont des sources de référence de clients potentiels; et la production, grâce aux ressources et aux talents locaux, d'un DVD avec musique et vidéo sur les choix de vie. Ces outils s'écartent des moyens traditionnels en ce que ceux-ci se limitent souvent à la distribution de documents écrits.
- ii) **L'accent mis sur la sollicitation de la communauté et de ses leaders moraux.** Comme la rumeur publique semble transporter très rapidement les nouvelles et l'information au sein de la communauté anglophone des régions périphériques et comme chaque communauté compte des leaders informels mais forts d'un pouvoir de persuasion morale remarquable, l'accent a été mis sur l'identification et la recherche de ces leaders afin de solliciter leur participation. Il s'agit par exemple du propriétaire d'un dépanneur (qui est souvent le seul commerce de l'endroit), des bénévoles de la communauté (ex. moniteurs de cours d'alphabétisation, animateurs de clubs jeunesse et participants au comité de parents) et parfois des personnes occupant une position officielle de dirigeant (ex. maire ou conseiller municipal). L'idée venait de ce que ces leaders communautaires sont dans une position idéale pour diriger les clients potentiels vers les SARCA, pour diffuser l'information et pour encourager leurs concitoyens à exprimer leur demande au sein de leur communauté respective.
- iii) **L'établissement d'une base solide pour un réseau durable de SARCA et de services de promotion de l'éducation des adultes et de la formation professionnelle (les « amis des SARCA »).** En plus de trouver et de solliciter les leaders moraux, la recherche-action a aussi permis d'identifier des gens qui souhaitaient participer à un réseau durable à vocation communautaire, dont le but serait de hausser le niveau de scolarité et, en bout de ligne, d'améliorer la santé économique de leur communauté. Ces personnes ont été invitées à se joindre à un réseau non officiel comprenant le secteur de l'éducation des adultes de la commission scolaire, pour échanger une information pertinente sur les besoins de la communauté et l'offre de services. Les centres

d'éducation des adultes et de formation professionnelle y transmettraient l'information sur les services existants et à venir, et les leaders pourraient renseigner les premiers sur leurs communautés respectives et les besoins de la population visée en matière d'éducation. L'information échangée porterait par exemple sur les emplois et les besoins de formation connexes ainsi que sur la perception qu'a la communauté des services éducatifs et sur l'incidence de ces perceptions sur l'expression de la demande. Ce dernier élément est d'ailleurs trop souvent négligé.

2.6 Degré de connaissance et accomplissements

Bien que la Commission scolaire Eastern Townships ne dispose pas de ressources qui lui permettent de participer avec quelque constance aux efforts d'animation communautaire et de diffusion, nous avons relevé une gamme de projets pertinents réalisés au fil des ans et une participation intense de la communauté des portions ouest et est du territoire. Ainsi, trois des communautés ciblées par la présente recherche-action ont réalisé des projets d'alphabétisation ou d'employabilité à l'échelle locale au cours des deux outtrois années qui ont précédé la recherche. Le secteur adulte de la commission scolaire y a joué un rôle substantiel. Toutefois, ni les services ni les cours n'ont été réguliers et n'ont eu la visibilité nécessaire pour favoriser la création de partenariats communautaires solides. L'expérience d'une décennie à l'autre montre qu'il faut trois ou cinq ans d'efforts soutenus pour bien faire connaître un service d'éducation des adultes.

2.6.1 Secteur ouest (région administrative de la Montérégie)

La commission scolaire a déjà bénéficié d'un réseau de représentants bénévoles de l'éducation des adultes, créé dans le secteur ouest (territoire de l'ancienne Commission scolaire du district de Bedford) du territoire de l'actuelle commission scolaire. Ces personnes étaient bien connues de leur communauté et étaient des représentants de première ligne très convaincants de la commission scolaire. Il existait des liens solides entre ces personnes et le personnel de l'éducation des adultes. La commission scolaire recevait des fonds pour l'éducation populaire et l'animation communautaire. Des cours d'éducation populaire, comme le français, langue seconde, étaient offerts dans dix communautés, de sorte que l'existence des services d'éducation des adultes étaient largement connue. Souvent, ces porte-parole bénévoles étaient des enseignants de l'éducation populaire qui autorisaient la commission scolaire à diffuser leurs coordonnées pour faciliter la communication entre les clients potentiels et une personne avec laquelle ils se sentaient à l'aise. Avec le temps, ces bénévoles finissaient par connaître parfaitement les services offerts dans la communauté. Des réunions officielles avaient lieu deux fois par année pour les tenir au fait de l'évolution des services. Les conversations téléphoniques entre ces bénévoles et le personnel de l'éducation des adultes étaient fréquentes.

Il semble que la population anglophone et sa structure sociale aient changé considérablement depuis l'époque du réseau de représentants bénévoles (des années 1980 jusqu'au début des

années 1990). Les bénévoles ne semblent plus aussi disposés à s'allier à la commission scolaire et il faudrait sans doute plusieurs années pour raviver la confiance de la population et recréer un réseau.

2.6.2 Secteur est (comprenant la région administrative de l'Estrie)

La portion est du territoire (qui faisait autrefois partie de la commission scolaire Eastern Townships) a aussi une riche histoire d'animation et de partenariats communautaires. C'est ainsi que l'Association des Townshippers, organisation anglophone très importante en Estrie, émane d'un projet d'animation communautaire dirigé par le personnel de l'éducation des adultes. La réunion inaugurale a eu lieu dans l'auditorium de l'école secondaire régionale en 1979. L'Association compte aujourd'hui encore plusieurs milliers de membres. Entre autres activités, fort nombreuses, elle veille à la préservation du patrimoine, initie des études sur la communauté, exerce des pressions sur les gouvernements, s'efforce de déterminer les besoins particuliers de la population anglophone en services sociaux et de santé et entretient des liens avec la majorité francophone. L'une de ses récentes réalisations est la publication d'un guide des ressources communautaires et la création de centres de ressources communautaires à Lennoxville et à Cowansville, où se trouvent ses deux bureaux. Literacy in Action (le conseil de lecture) est aussi le fruit d'efforts d'animation communautaire déployés depuis plusieurs décennies. Il s'agit de services de tutorat offerts aux adultes anglophones qui n'ont pas les compétences de base en lecture et en mathématiques ainsi que d'une gamme de programmes et d'ateliers d'alphabétisation familiale.

Un partenariat digne de mention a vu le jour dans la portion est du territoire de la commission scolaire (région administrative 05) entre Emploi-Québec (EQ) et le centre d'éducation des adultes, sous le nom de Job Links. Le bureau régional d'EQ a signé un contrat avec la commission scolaire pour offrir des services de planification de carrière et d'études de première ligne et pour soutenir les chercheurs d'emploi. Ces services sont autant d'exemples des éléments clés des SARCA et pourraient servir de modèle dans le contexte de la politique gouvernementale de la formation continue. Malheureusement, EQ réduit systématiquement le montant de son aide financière chaque année, même si Job Links sert plus de trois cents clients anglophones par année.

2.7 Liens avec le cadre général des services d'accueil, de référence, de conseil et d'accompagnement dans les commissions scolaires

La première section du chapitre 4 du document intitulé *Les services d'accueil, de référence, de conseil et d'accompagnement dans les commissions scolaires* (MELS, janvier 2006) détaille la démarche proactive des SARCA, précisant qu'elle fait partie des responsabilités générales des commissions scolaires et concerne la relation entre les services et la communauté. Le contenu de notre projet de recherche-action correspond directement à cette orientation prônée par le

cadre général du MELS (2006), soit la proactivité des SARCA. De fait, le projet a été réalisé avant la publication de la dernière version en date de ce cadre.

2.8 Définition d'une démarche proactive

Le cadre général du MELS (2006) définit ainsi la « proactivité » :

« La proactivité peut se définir comme une forme de *veille active* de l'état de l'apprentissage tout au long de la vie dans le milieu et se caractérise par :

- une bonne connaissance des adultes de ce milieu;
- une préoccupation pour les enjeux éducatifs du milieu et leur évolution dans le temps;
- un ensemble d'actions délibérées visant à rendre les services plus visibles et plus accessibles, de façon à faciliter l'expression d'une demande de la part des adultes, particulièrement des adultes sans diplôme du secondaire. » (P. 30)

2.9 Caractéristiques et autres considérations

Selon le cadre général du MELS (2006), les méthodes traditionnelles de promotion ne touchent pas la plupart des populations ciblées.

« D'autres moyens sont à trouver pour rapprocher les services – y compris les SARCA – de ces groupes et pour les présenter d'une façon parlante afin qu'ils se sentent concernés. Ainsi, il pourrait être pertinent d'ancrer les messages dans la réalité de vie des adultes, de faire des liens avec les étapes qu'ils traversent dans leur vie ou dans leur travail et d'adapter le langage aux différents types de personnalité ou aux traits culturels des différents groupes cibles. » (p. 30-31)

Selon le cadre général, la relation avec une communauté exige :

« [...] une bonne connaissance de [celle-ci], des acteurs et des organismes qui y agissent, ainsi que de la distribution géographique des différents groupes de population qui se trouvent sur le territoire. Cette connaissance permet de choisir des cibles en connaissance de cause, de concentrer les actions sur ces cibles et d'identifier l'ensemble des acteurs du milieu qui peuvent contribuer à leur atteinte. » (p. 28)

Le cadre général du MELS (2006) souligne par ailleurs l'importance de l'interaction directe avec les adultes qui sont les clients potentiels :

« En interrogeant directement les adultes [...], les SARCA se donnent des occasions de mieux connaître leur réalité, leurs perceptions ou leurs préjugés à l'endroit de l'établissement et des services, et de leur fournir une information de première main sur les services disponibles, cette information ayant alors le grand mérite d'être adaptée aux besoins exprimés par ces adultes. » (*Ibid.*)



Chapitre 3



Planification du projet

La supervision de l'organisation du projet de recherche-action en action communautaire a été confiée au comité des SARCA, formé des directeurs des quatre centres, d'une personne chargée de coordonner le projet et de l'équipe de recherche. Celle-ci était en réalité un coordonnateur et animateur-chercheur d'action communautaire tout à la fois. Il y avait en fait deux de ces animateurs-chercheurs, chacun concentrant ses efforts sur les municipalités ciblées au sein de deux MRC.

3.1 Plan et calendrier de recherche

Le plan prévoyait les étapes suivantes :

- **Sélection des communautés** selon des critères spécifiques convenus, avec le concours du comité des SARCA de la commission scolaire. Les zones cibles ont été choisies dès que possible après le début du projet.
- **Adoption d'une méthode d'animation communautaire.** Les méthodes adoptées pour le volet diffusion de l'animation communautaire sont les suivantes :
 - Assurer une présence à des activités communautaires durant plusieurs jours pendant les mois d'été.
 - Convoquer un grand nombre de participants parmi les organismes communautaires et les associations de services et faire des entrevues à la fin de l'été, à l'automne et à l'hiver avec des leaders de la communauté considérés comme de bons candidats pour le réseau des « amis des SARCA ». Ces personnes ont été choisies à partir des suggestions des membres de la communauté. Chaque personne interrogée a été priée d'indiquer d'autres personnes compétentes, avec lesquelles nous sommes ensuite entrés en communication. Les animateurs communautaires ont effectué le suivi (maillage).
- **Conception des outils nécessaires pour recueillir les données et faire de la recherche** (banque de données, protocole et questions d'entrevue, formulaire de consentement éthique). Les principaux outils étaient les ensembles de questions à utiliser avec les clients potentiels et les porte-parole du réseau.
- **Mise en œuvre des outils.** Du mois d'août 2004 au mois de février 2005, les animateurs-chercheurs communautaires ont mis les outils en œuvre dans divers contextes. En plus des stands et des sondages auprès des passants lors des activités communautaires, les animateurs-chercheurs ont tenu des réunions avec de nombreuses personnes, de nombreux représentants d'organisations et des groupes.

- **Conception et déploiement de la publicité et de moyens de sensibilisation**, tels des affiches (pour les stands et la campagne de promotion des SARCA), des brochures et un DVD avec musique.
- **Collecte et consignation des données**. Pendant toute la durée du projet, les données ont été soigneusement consignées et saisies dans la banque de données, destinée à alimenter la réflexion, à ajuster la démarche et à fonder la rédaction du rapport final.

La planification et la programmation ont certainement leur importance dans l'organisation du processus de recherche, mais en l'occurrence, plusieurs étapes ont pu se dérouler concomitamment. Ainsi, les décisions relatives à l'animation communautaire ont été prises alors même que les instruments étaient en voie de conception. De même, les instruments ont dû être réglés à mesure que leur validité se trouvait confirmée ou infirmée. Il a fallu par exemple modifier quelques questions du sondage. Certaines ont été reformulées de façon à générer une information plus complète de la part des répondants et d'autres ont été supprimées, selon la personne visée par l'entrevue.

3.2 Compétences et ressources humaines nécessaires

L'expérience montre que les animateurs communautaires doivent bien connaître le milieu et avoir d'excellentes aptitudes à la communication interpersonnelle ainsi qu'à l'animation de groupes. L'écoute et la sensibilité à la réalité de chaque personne sont des facteurs essentiels. La capacité d'adaptation et la souplesse sont d'autres compétences incontournables. Le sens de l'organisation et les compétences en rédaction sont importantes. Enfin, le poste de coordinateur du projet exige la capacité d'utiliser un ordinateur et surtout, un logiciel de traitement de textes, un tableur et une banque de données.

3.3 Partenariats

Un tel effort de diffusion aurait été impossible sans communication avec les organismes communautaires et sans leur collaboration. Nous avons donc communiqué avec plusieurs d'entre eux pour donner plus de visibilité au projet dans la communauté. Des liens ont été établis ou rétablis avec 52 organismes de services communautaires, y compris quelques-uns au sein de la commission scolaire même. Dans pratiquement tous les cas, l'une de ces personnes a été mise au courant de la politique sur l'apprentissage tout au long de la vie et du projet de recherche-action en cours. Il importe de souligner que les écoles primaires de la commission scolaire sont très présentes au sein de leur communauté respective et ont été des partenaires essentiels au succès de la diffusion. Le soutien du bureau de la commission scolaire, qui a diffusé l'information sur le projet de SARCA dans le bulletin trimestriel et a téléchargé le contenu du DVD sur le site Web de la commission scolaire, nous a aussi facilité la tâche.

Chapitre 4



Déroulement du projet

Voici les détails du processus qu'ont entrepris les deux animateurs communautaires et qui a mené à la recherche-action. Bien qu'il soit présenté de façon linéaire, le processus a été très dynamique et cyclique, de sorte qu'il y a eu un important chevauchement d'objectifs dans le temps et en substance. Les réunions d'information et les entrevues ont eu lieu pendant tout le projet; elles reflétaient d'ailleurs la nature dynamique de la création du réseau. La planification du projet a commencé dès le début de juin 2004 et la version préliminaire du rapport a été rédigée en février 2005. Pendant tout le projet, le comité des SARCA de la commission scolaire, formée des directeurs de quatre centres de formation des adultes et de formation professionnelle, a été consulté régulièrement, tant au cours de réunions officielles qu'à l'occasion de communications spontanées, par courriel par exemple. Les réunions ont servi à résoudre des questions administratives et à obtenir de la rétroaction sur l'efficacité de la méthode suivie par les animateurs.

4.1 Choisir les communautés cibles

Après consultation du comité des SARCA de la commission scolaire, les critères ci-dessous ont été formulés en vue de la sélection des communautés cibles de la recherche-action :

- a. Présence d'une école primaire anglophone dans la communauté : cette présence signifie qu'il existe une population anglophone importante dans la communauté, susceptible de s'identifier à l'école locale. Le personnel scolaire, y compris la direction, les enseignants et les secrétaires connaissent souvent très bien la communauté locale. Les écoles primaires sont aussi un lieu accessible pour la tenue d'activités qui seront éventuellement considérées comme des éléments du projet des SARCA ou des activités connexes.
- b. La présence d'un nombre important de gens peu scolarisés ou peu alphabétisés dans la communauté. Cette situation correspond à un des objectifs premiers du projet, ces personnes étant reconnues comme une population cible prioritaire de la *Politique gouvernementale d'éducation des adultes et de formation continue* (MEQ, 2002). La répartition des sujets à l'étude a été déterminée à partir d'études statistiques publiées. Dans le cas de l'Estrie, l'équipe de recherche-action prévoyait utiliser l'étude de Jan Warnke fondée sur les codes postaux, des données de Statistique Canada et les données de l'Association des Townshippers sur l'éducation et le statut socioéconomique.
- c. L'expérience acquise grâce aux activités communautaires d'alphabétisation et de littératie proposées dans le secteur de l'éducation des adultes au cours des deux années précédentes. Nous avons supposé que cette expérience et les relations déjà établies

fourniraient à l'équipe de recherche des liens essentiels avec des acteurs clés et faciliteraient leur accès à la communauté.

Les communautés ont été choisies essentiellement en fonction des objectifs du projet, de l'historique des interventions récentes en éducation des adultes et de la démographie.

4.2 Concevoir et préparer les outils de collecte de données

Une fois les communautés cibles choisies, l'équipe a entrepris la planification en s'efforçant de cerner le type d'information à venir et la meilleure façon de la consigner. Des hypothèses ont été formulées quant à la signification des résultats attendus et des outils ont été mis au point pour obtenir l'information pertinente et favoriser une rétroaction continue de la part des répondants. De nombreux outils de collecte de données étaient prévus dès le début du projet. En voici quelques-uns :

- **Une banque** de toutes les données pertinentes recueillies pour des travaux de recherche-action et devant servir de base au rapport final : elle comprend en outre une gamme d'observations consignées par les animateurs communautaires dans leur **journal** individuel. Ces observations y ont été classées en fonction de leur finalité, soit planification, observation, hypothèse, conclusion ou recommandation, ce qui a aussi facilité la rédaction du rapport final.
- **Un sondage instantané** très court à utiliser au cours d'activités communautaires (partout où le projet utilisait une table ou un stand) : l'objectif du sondage était de recueillir des données de base sur les perceptions des adultes et leur connaissance des possibilités d'apprentissage tout au long de la vie et de favoriser des communications ultérieures avec les adultes de la région, et surtout les clients potentiels ou des candidats pour le réseau des amis des SARCA. Les questions du sondage instantané étaient les suivantes : Où trouvez-vous l'information sur les activités de votre communauté? Sur les services éducatifs? Pour quelles raisons, principalement, ne retournez-vous pas à l'école? Que savez-vous de l'éducation des adultes? Savez-vous où se trouve le centre d'éducation des adultes de votre communauté?

La règle était de concevoir des sondages auquel les personnes visées pourraient répondre par elles-mêmes et qui seraient utilisés auprès des clients potentiels dans la communauté en général. À l'usage, il est rapidement apparu que les répondants étaient beaucoup plus enclins à répondre quand les animateurs communautaires offraient de consigner les réponses, surtout dans le cas des personnes perçues comme clients potentiels.

- **Questionnaires et sondages détaillés** : Un « sondage auprès des clients potentiels » (SCP, annexe 2) et un « sondage auprès des organismes, des entre-

prises et des communautés » (QOEC, annexe 2) ont aussi été conçus à l'intention des clients potentiels des services d'éducation ou des organismes, entreprises et leaders des communautés et autres partenaires potentiels. À l'aide de questions ouvertes, ces questionnaires ont été utilisés aussi pour recueillir de l'information sur les perceptions et la connaissance des possibilités d'apprentissage locales. Une information détaillée a été sollicitée, en particulier par l'intermédiaire du SCP, sur les efforts déployés précédemment par les répondants pour accéder aux services d'éducation des adultes et sur les difficultés particulières qu'ils ont éprouvées. Le but était de déterminer comment rendre les SARCA plus accessibles. Il s'agissait aussi de solliciter les avis sur la meilleure façon de répondre aux besoins de la clientèle cible et de référer les clients potentiels, de même que sur les leaders moraux pouvant agir comme promoteurs de l'apprentissage tout au long de la vie. Il importe de noter que malgré tout le temps consacré à l'élaboration des questionnaires pour recueillir certains types de données, il est apparu qu'il fallait plus de souplesse et des questions encore plus ouvertes. À cette fin, chacun des animateurs communautaires a adapté l'utilisation du sondage, en imaginant au besoin des modes d'utilisation atypiques. Les résultats des sondages sur papier ont été versés dans la banque de données.

- **Formulaires des répondants de première ligne** à l'usage des réceptionnistes des centres d'éducation permanente pour consigner les demandes d'information ou de services ou les visites imprévues et les verser ultérieurement dans la banque de données. Il y a eu une discussion approfondie sur la meilleure façon d'évaluer les demandes, et des difficultés techniques se sont fait jour à mesure de la mise en œuvre. L'idée de départ était de demander aux quatre centres (deux centres d'éducation des adultes et deux centres de formation professionnelle) de consigner l'information. Il a rapidement été décidé de référer les clients principalement vers les centres d'éducation des adultes pour limiter la confusion potentielle. Toutefois, comme l'un des centres ne bénéficiait des services d'une réceptionniste qu'en matinée, il a été décidé que seul l'un des quatre centres (le Centre d'éducation aux adultes New Horizons, à Sherbrooke) consignerait les données. Ce centre avait conçu et appliqué un outil de collecte de données l'année précédente et avait donc acquis une certaine expertise de la consignation de ce type d'information. Étant donné les contraintes de temps, nous avons conservé l'outil en question dans sa forme originale et établi un protocole pour la collecte d'information et le versement de cette dernière dans la banque de données. L'autre centre avait pour mission de retracer les sources de référence pour des demandes de services SARCA, dans la limite des disponibilités de son personnel. Malheureusement, l'absence de réceptionniste à temps plein a fait en sorte que cet instrument de première ligne n'a pas été utilisé de façon constante. Les données recueillies étaient donc plus ou moins dépourvues de sens.

- **Un répertoire de réseaux** prévu au début du projet et destiné à servir de banque de données sur le Web susceptible de contenir toutes les coordonnées des services offerts dans diverses communautés, auquel auraient été incorporés des répertoires existants. Cette idée a été abandonnée dès juin 2004, quand il est apparu qu'elle était inutile et trop exigeante en main-d'œuvre étant donné les contraintes de temps.

4.3 Concevoir les instruments de traitement de l'information et de sensibilisation

Les animateurs avaient pour tâche de déterminer les instruments nécessaires aux communications et à la publicité, mais également d'adapter ces instruments aux types de clients et aux milieux dans lesquels ils allaient servir. Dans ces circonstances, les instruments de traitement de l'information et de sensibilisation ont été conçus en fonction des considérations suivantes :

- **Standardisation** : Qu'il s'agisse d'informer ou de solliciter des avis, nous avons admis la nécessité de formats standardisés pour les deux animateurs communautaires. Peu importe qu'ils aient été conçus par une personne ou une équipe, tous les instruments ont été l'objet d'un consensus avant leur utilisation.
- **Des lignes directrices sur l'éthique et les méthodes** ont été élaborées pour que la collecte de données se fasse de façon éthique et uniforme et pour assurer aux participants la confidentialité des réponses. Pendant cette étape préparatoire, les discussions et la réflexion ont porté en grande partie sur les questions éthiques et l'opportunité d'offrir aux participants le choix de poursuivre ou d'abandonner le projet et ce, tout particulièrement à ceux ayant accepté de passer une entrevue individuelle. Les entrevues de groupe comportent un système plus automatique de validation des opinions émises, puisque les participants voient ce que l'animateur écrit D'ACCORD sur le tableau à feuilles mobiles qui sert à consigner les discussions. La méthode consistait à recueillir de l'information, de la rétroaction et les réactions des animateurs communautaires relatives à l'expérimentation de D'ACCORD à chaque étape. Il s'agissait de fournir de l'information sur le projet de recherche-action et les SARCA et de recueillir données, réflexions personnelles et réactions d'agents de communication potentiels. Dans les faits, l'une des priorités de la recherche-action était de solliciter en continu les réflexions et les sentiments des personnes. Nous voulions donc que la rétroaction supplémentaire fournie par une personne deux semaines après une première rencontre soit intégrée à l'information obtenue à l'occasion de la rencontre initiale directe ou à l'aide d'un questionnaire officiel.
- Avant la mise en œuvre, les chercheurs ont discuté de leurs hypothèses sur la réaction éventuelle des gens qui allaient se faire demander leur opinion et leurs

coordonnées. Ils craignaient principalement que les gens s'offusquent qu'on sollicite leur avis sur cette question. Il a été convenu que les animateurs resteraient positifs devant toute réaction négative et qu'il fallait considérer faire saisir que le projet lui-même s'avère une partie intégrante de notre engagement à fournir le meilleur service possible à la communauté.

- **Un protocole d'entrevue** a été élaboré pour faciliter les rencontres et la consignation des données d'entrevues avec les organisations, les entreprises, les leaders de la communauté et les partenaires potentiels. Les rencontres avec les individus et les représentants d'organismes ont eu lieu pendant toute la durée du projet mais se sont intensifiées à la fin étant donné la multiplication des références. Les individus ont été invités à signer un formulaire de consentement (annexe 5).
- **Un protocole d'animation de groupe et une présentation en ligne** ont aussi été élaborés pour permettre aux animateurs de mieux solliciter les témoignages des membres d'un groupe. Ce protocole comprend des questions propices à la réflexion, destinées à encourager les gens à réfléchir à l'éducation (les réponses ont été consignées). Il comprenait par ailleurs une présentation des SARCA et la distribution du questionnaire des membres des groupes de discussion (QMGD), élaboré à partir du questionnaire détaillé auquel devait répondre chaque membre du groupe. Les questions étaient les mêmes que celles du questionnaire des organismes, entreprises et clients (QOEC, annexe 2). Le schéma de la présentation des SARCA était le suivant : énoncer les conclusions de la *Politique gouvernementale d'éducation des adultes et de formation continue* (MEQ, 2002); expliquer brièvement les tendances démographiques; solliciter la rétroaction du groupe par des questions l'incitant à la réflexion et consigner les réponses; dans les cases appropriées expliciter le contexte particulier de la commission scolaire Eastern Townships en regard de la fusion des commissions scolaires, des statistiques sur la scolarité et des SARCA; enfin, demander aux membres du groupe de répondre au QMDG. Comme les groupes pouvaient être formés d'organismes communautaires ou de clients potentiels, les animateurs ont vite compris que pour encourager les clients potentiels à réfléchir aux possibilités de formation continue il convenait tout d'abord de valoriser leur contribution pour leur montrer qu'ils ont le pouvoir d'assumer leurs choix en la matière (c'est-à-dire leur montrer que des choix leur étaient offerts et non imposés).
- **Le rodage** des instruments est une étape cruciale qui permet de déterminer l'efficacité du plan de la recherche-action. Une fois rédigé le protocole d'animation du groupe de discussion, un organisme communautaire nous a permis de mettre à l'essai notre présentation et nos questions auprès de son comité exécutif, ce qui s'est révélé fort utile. L'essai a en effet montré qu'il valait mieux consacrer le peu de temps disponible aux éléments suivants :
 - décrire brièvement la politique gouvernementale;

- inciter les participants à répondre au questionnaire des membres des groupes de discussion (QMGD; variante du questionnaire des organismes, entreprises et clients ou QOEC);
 - discuter de l'idée d'un réseau « d'amis » de la formation continue pour obtenir des avis essentiels au succès du projet.
- Après cette première utilisation des questions au cours d'une discussion de groupe et par l'entremise du QMGD et du QOEC, les questions ont été raffinées. Même si tous ces instruments ont produit essentiellement le même type d'information, chacun avait ses avantages et ses inconvénients. L'usage d'instruments divers permet en effet d'obtenir des données d'une richesse et d'une profondeur variables. Nous avons décidé de formuler le questionnaire du stand (annexe 2) de la manière la plus ouverte possible, tout en convenant que la saisie des réponses serait plus compliquée.
 - Après chaque activité communautaire où nous tenions un stand, nous avons classé les données. Cela dit, nous avons aussi décidé de présenter le questionnaire selon une approche plus directe pour augmenter nos chances de recueillir des données de qualité. Ainsi, les animateurs allaient pouvoir obtenir des réponses intéressantes et solliciter des détails supplémentaires au besoin.
 - **Trousse de promotion des SARCA.** Le but de cette trousse était d'informer les individus et les groupes (clients potentiels, organismes, entreprises, leaders communautaires ou partenaires potentiels) du projet de recherche-action sur les SARCA, de la *Politique gouvernementale d'éducation des adultes et de formation continue* et des services offerts. En plus de la brochure générale et de la publicité connexe (voir l'objectif 5 ci-dessous), nous avons prévu une trousse de formation à l'usage des agents de communication du réseau des amis des SARCA, qui n'a toutefois pas été faite. La trousse devait inclure un résumé de la politique, un tableau des services d'éducation des adultes disponibles et les détails des services pertinents fournis par d'autres acteurs du système (ex. : Emploi Québec). Ces documents auraient été révisés en fonction des intérêts des agents de communication, pour mobiliser ces derniers.

4.4 Déployer les instruments de collecte des données de première ligne

Animateurs communautaires

La première étape du travail de proactivité consistait à rendre les services plus visibles, ce que nous avons cru pouvoir faire grâce à la présence des animateurs communautaires et aux stands d'information montés lors d'activités communautaires (quatre foires agricoles de plusieurs jours et une journée de fête organisée par l'Association des Townshippers) ainsi qu'au

moyen de brefs sondages et de brochures sur les services éducatifs offerts aux adultes, y compris les SARCA. Ces cinq activités – soit les foires agricoles de Bedford, Cookshire, Ayers Cliff et Brome et le Townshippers' Day (à Magog) – ont été très chronophages, mais ont attiré des dizaines de milliers de personnes en août et en septembre 2004.

Les stands doivent offrir un attrait particulier (bonbons ou pomme), surtout s'il s'agit d'un contexte où les services éducatifs ne sont pas généralement mis en valeur (ex. : foire agricole). Les personnes présentes, même si elles s'intéressaient à l'information offerte, ne s'attendent pas à les y trouver.

À la première activité (une foire agricole), nous avons constaté que bon nombre des personnes présentes semblaient particulièrement négligées (vêtements sales, barbes de quelques jours, etc.). Beaucoup semblaient avoir un faible revenu. D'ailleurs, une bonne partie des fournisseurs présents ne semblaient pas faire de vente et ont confirmé, à une question de notre part, que l'activité n'était pas un succès pour eux. Les bénévoles qui vendaient des billets de tirage pour une fondation hospitalière locale (organisme d'ordinaire généreusement soutenu dans la région) ont dit avoir eu l'impression que beaucoup de visiteurs n'avaient pas les moyens de payer les cinq dollars du billet de tirage. L'animateur qui tenait le stand a vite compris que les répondants étaient incapables de répondre sans aide au questionnaire d'une page. Il lui fallait souvent expliquer le sens d'une question. La méthode a donc été modifiée. L'animateur a posé les questions de vive voix, expliqué au besoin et consigné la réponse dans les mots du répondant. Cette méthode est devenue la norme pour toutes les activités communautaires subséquentes.

Les animateurs communautaires s'entendaient pour dire que les participants ne ressemblaient pas à l'habituelle clientèle des quatre foires régionales où les sondages ont été présentés à notre stand. En règle générale, les visiteurs de la foire du Townshippers' Day semblent mieux connaître les possibilités d'éducation offertes dans leur région et semblaient un peu plus à l'aise financièrement.

Centres de formation des adultes et de formation professionnelle

Pendant la semaine du 17 janvier, le personnel de première ligne a été consulté et formé à l'utilisation de la fiche devant servir à consigner les demandes de services. Étant donné des problèmes de personnel, il a toutefois été décidé qu'un seul centre s'efforcera d'utiliser constamment le formulaire, tandis que l'autre consignerait les références et en ferait le suivi. Il était difficile de savoir si la charge de travail et le volume des activités d'un centre de formation des adultes, quel qu'il fût, permettrait au personnel de première ligne de faire le suivi de chaque appel téléphonique et de chaque demande d'information. Il y a eu discussion sur la possibilité d'utiliser le questionnaire après la fin du projet pour suivre les demandes d'information en personne, au téléphone ou par courriel, puisque ces données peuvent être si utiles.

4.5 Déploiement de la campagne de promotion

En plus d'accroître la visibilité des SARCA par une présence aux activités communautaires, nous avons élaboré et appliqué une stratégie de communication plus structurée. La compilation et l'analyse des données issues du sondage aux stands et des questionnaires SCP, et notamment des données sur les principales sources d'information, nous ont aidés à déterminer la façon de maximiser l'incidence des instruments publicitaires sans dépassement de budget. Par exemple, les sondages aux stands ont montré que le quotidien *The Record*, de Sherbrooke, est la principale source de nouvelles de la communauté anglophone du territoire de la commission scolaire Eastern Townships.

- Le plan de communication et les instruments connexes : il a été convenu d'utiliser l'imprimé et le numérique. Nous avons demandé l'aide de la classe d'édition du programme d'études professionnelles du Centre de formation professionnelle de Cowansville.
- Il a rapidement été convenu en outre que les centres d'éducation des adultes (CEA) serait le noyau de tous les efforts de publicité, le tout pour éviter la confusion et pour rationaliser la collecte des données. Sans compter que la plupart des références vers d'autres services émanent des CEA.
- Les sondages aux stands et les réunions avec divers organismes ont débouché sur quelques suggestions en vue du plan de communication. À la réunion du conseil d'administration de l'Association des Townshippers, par exemple, un directeur nous a suggéré d'adopter le modèle de la chaîne téléphonique pour tenir les agents de communication informés, comme le fait la Chambre de commerce de Bedford. Une personne qui a répondu au sondage du stand de la foire de Brome a proposé un système pour tenir les membres de la communauté informés des possibilités de formation des adultes. Il a suggéré de recruter des personnes (agents de communication?) qui accepteraient de recevoir des avis par courriel et de les réacheminer vers les adresses de leur carnet.
- Le comité des SARCA a accepté de retenir les services d'une firme ou d'un conseiller spécialisé en communication. Il importait de connaître l'avis des quatre centres et des agents de communication, étant entendu que ceux-ci connaissent bien la communauté et sont en mesure de juger ce qui a des chances de fonctionner et ce qui risque d'échouer. Le conseiller a suggéré avant tout de produire un DVD original expliquant les SARCA et rendu plus attrayant par une musique originale et des témoignages d'anciens clients. Depuis le début du projet, nous avons cherché un nom à utiliser pour désigner les SARCA dans les messages d'information publics et les campagnes de publicité. Les affiches et brochures maison utilisées au début du projet portaient seulement l'acronyme SARCA, faute d'autres idées. Le slogan « Plan to Learn ... to Learn a Living » (des plans pour

apprendre... une nouvelle façon de gagner sa vie) a été adopté plus tard à l'automne et la brochure et les communiqués de presse subséquents ont parlé du programme ou de l'initiative « Plan to Learn ».

- La publicité, la planification et le lancement de la campagne d'information publique :
 - Une stratégie de communication fondée sur le slogan « Get a Life! » (« choisis ta vie »), visant les 18 à 30 ans et destinée à renforcer l'information diffusée aux organismes et aux leaders communautaires a été élaborée. Elle comportait la création d'un DVD musical mettant en lumière les avantages de l'éducation des adultes et le rôle des SARCA, qui facilitent la réalisation des objectifs de ce genre. Elle comportait aussi le placement de publicités dans des médias désignés par les répondants aux sondages comme sources premières d'information sur la communauté et les services d'éducation. Les personnes qui empruntaient le DVD (distribué par des entreprises et des organismes partenaires dans les communautés cibles) participaient du même coup au tirage au sort d'un iPod.
 - Le DVD a été offert sans frais dans une gamme de clubs vidéo et de dépanneurs. Ces derniers ont aussi reçu un document expliquant les services qui étaient attendus d'eux, précisant que le prêt aux clients et le service ainsi rendu à la commission scolaire étaient gratuits. En retour, la commission scolaire s'engageait à faire une publicité gratuite pour les dépanneurs dans les journaux. Le document expliquait aussi que le personnel du dépanneur devait noter sur un bloc pré-imprimé les coordonnées des emprunteurs, information jugée cruciale puisque ces gens étaient des clients potentiels des SARCA et qu'il fallait ensuite communiquer avec eux et leur offrir les services. Au total, 14 commerces ont été recrutés, soit cinq dans la portion est du territoire et neuf dans la portion ouest. Leur nom a été publié dans les publicités imprimées dans les médias et sur les affiches publicitaires.
 - Nous avons décidé en outre de produire une petite affiche (8,5 sur 11 pouces), puisque beaucoup de commerces n'ont pas l'espace nécessaire pour la plus grande (18 sur 22 pouces), utilisée dans les clubs vidéo. Les petites ont été distribuées dans environ 20 lieux publics, dont des bureaux de poste et des dépanneurs.
 - Des dispositions ont été prises pour offrir une ligne sans frais (1 800) dans les publicités et pour former le personnel à répondre d'une façon particulière. Comme la portion est du territoire se trouve dans la région 819 et que la portion ouest est dans le 450, nous avons fait en sorte que le système reconnaisse l'origine de l'appel pour l'acheminer ensuite au centre le plus près.
 - Une brochure d'apparence professionnelle décrivant les SARCA et chacun des centres de formation des adultes et de formation professionnelle a été élaborée et produite. Cette brochure aurait été très utile plus tôt dans le projet, au cours

des activités communautaires, en lieu et place de la brochure esquissée préalablement à cette fin par l'équipe de projet.

- Les DVD, les brochures et l'information destinée aux municipalités choisies initialement ont été distribués par le plus grand nombre de voies possible. La brochure a été distribuée surtout dans les clubs vidéo et les dépanneurs, mais aussi en d'autres endroits que tendent à fréquenter les clients potentiels (ex. : Le Regroupement EME, qui vient en aide aux jeunes mères de milieu défavorisé).
- Un communiqué de presse a été envoyé aux médias et publié au cours de la quatrième semaine de la campagne, pour une autre semaine de publicité intense.
- Le blitz publicitaire a duré du 17 janvier au 25 février 2005.
- Trois endroits en dehors des communautés cibles ont été choisis comme points de distribution du DVD. Nous avons supposé que la population de Bury emprunterait le DVD à East Angus (même s'il était offert au dépanneur de Bury) où se trouve le centre commercial, mais notre hypothèse ne s'est pas vérifiée. Le DVD de promotion a aussi été distribué à Sutton et à Knowlton, pour permettre une comparaison des résultats entre les endroits où il y aurait eu de l'animation communautaire et ceux où il n'y en aurait pas eu.
- À partir de la semaine du 17 janvier et environ une fois par semaine ensuite, l'animateur s'est rendu dans les commerces pour récupérer les fiches de coordonnées remplies par les personnes qui avaient emprunté le DVD. Seules les fiches des personnes qui avaient déjà retourné le DVD ont été recueillies, puisque seules ces personnes étaient admissibles au tirage d'un *iPod*. Les fiches des personnes qui avaient emprunté le DVD mais ne l'avaient pas retourné ont été laissées au magasin pour être recueillies le dernier jour du concours, afin de donner aux emprunteurs la meilleure chance de participer au tirage.
- Le communiqué de presse a été publié dans cinq journaux : *The Record*, *The Stanstead Journal*, *The Haut-St.-François*, *The Avenir des Rivières* et *Le Guide*. *Le Coup d'Œil*, de Napierville (qui couvre la région de Clarenceville) ne voulait pas le publier gratuitement en anglais.

4.6 Choisir les organismes, les leaders, les partenaires et un échantillon de clients potentiels

Grâce à l'information recueillie à l'occasion des activités communautaires, nous avons communiqué avec des leaders et des organismes communautaires et repéré des agents de communication potentiels du réseau des amis dans toutes les régions cibles. De cette façon, nous avons pu programmer des présentations aux groupes et tenter d'atteindre notre objectif

ultime qui est de toucher à la fois les clients potentiels et les agents de communication éventuels du réseau SARCA.

4.7 Communiquer avec les leaders et les partenaires de la communauté pour les rencontrer et les sensibiliser

Quand les instruments de collecte de l'information (sondage de base, questionnaire détaillé pour les groupes et les leaders, affiches, dépliants et DVD) ont été prêts, les entrevues et les réunions ont commencé. Tous les répondants ont été encouragés à communiquer avec les animateurs-chercheurs après les réunions pour fournir toute l'information et la rétroaction qui leur viendraient ensuite à l'esprit. Toutes les personnes interrogées ont aussi été invitées à dire si l'entrevue et l'information leur avaient été utiles. Les rencontres avec les groupes et les particuliers se sont poursuivies pendant tout l'automne et tout l'hiver. À chaque rencontre, de nouvelles références ont été sollicitées.

- **La première communication avec les leaders et les partenaires potentiels** a eu lieu par téléphone ou par courriel. Nous avons décrit brièvement le projet et sollicité une rencontre. Cette première communication visait des organismes, des entreprises, des leaders de la communauté et des partenaires potentiels parmi les particuliers.
- Les animateurs communautaires ont rencontré des représentants des organismes et des entreprises qui avaient accepté cette façon de faire, les leaders de la communauté et les partenaires potentiels pour faire une entrevue et remplir le *QOEC*.
- Dans les communautés où il y avait eu engagement concret dans les années précédentes (ex. : Stanstead et Haut-Saint-François), les leaders et les partenaires ont semblé plus désireux d'en savoir davantage sur la politique gouvernementale relative à l'éducation des adultes. Là où ces services avaient été assez limités jusque-là, les gens semblaient plus sceptiques et hésitants à s'engager. Une des personnes à qui nous avons demandé si l'information lui avait été utile a répondu de le lui redemander cinq ans plus tard.
- Les deux animateurs ont constaté que les leaders manifestaient beaucoup d'intérêt envers les services offerts. Ils voyaient la politique gouvernementale d'un œil positif, mais doutaient de la pérennité de l'engagement et des ressources.
- Une bonne part des personnes travaillant dans les clubs vidéo et les dépanneurs semblaient le faire à temps partiel. D'ailleurs, nous n'avons jamais revu certaines des personnes qui avaient pourtant semblé enthousiastes durant la première semaine du déploiement des DVD. D'où il ressort qu'il faut beaucoup de temps pour « pénétrer » efficacement et « observer activement » une communauté avec quelque efficacité.

Au cours d'une entrevue (le 22 février 2005), une personne que nous considérons comme un agent de communication potentiel du réseau a laissé entendre que la difficulté de toucher notre clientèle tenait sans doute à la fierté et à la honte, suggérant que les gens voulaient éviter qu'on les imagine en train de chercher à s'améliorer ou à mieux paraître que leurs voisins. Autrement dit, il faut garantir la confidentialité des clients potentiels pour que personne ne pense qu'ils se croient obligés de refaire des études. Selon cette personne, les gens hésitent beaucoup à « montrer leur jeu » et risquer ainsi la moquerie. Elle a suggéré entre autres de déposer les dépliants dans des endroits où les gens pourraient les prendre sans être vus. Ces remarques font écho à l'expérience des animateurs communautaires de Stanstead et peuvent expliquer en partie les résultats de la distribution du DVD : personne ne veut que les autres sachent qu'ils pensent retourner à l'école et personne ne veut risquer de faire rire de soi avant d'avoir vraiment décidé de s'engager. D'où l'importance de convaincre les leaders de la communauté de promouvoir le réseau des amis des SARCA, étant donné leur grand potentiel de persuasion quand il s'agit des possibilités de formation dans une communauté et de la validation de ces choix.

4.8 Recruter des promoteurs de l'apprentissage tout au long de la vie

Étant donné le rôle crucial des leaders communautaires, et notamment les leaders moraux ou officiels, l'un des objectifs de la recherche-action était d'établir avec eux un lien qui les inciterait à devenir membres du réseau des agents de communication ou amis des SARCA. Notre première tâche a été de bien distinguer le rôle du partenaire de celui des agents de communication et d'expliquer ensuite la structure du réseau d'agents de communication proposé. Des critères ont donc été fixés en ce sens. Les agents de communication, qui font partie du réseau des amis des SARCA, participent simplement à titre de membres de la communauté. L'information qu'ils diffusent ou qu'ils acquièrent du seul fait d'appartenir au réseau leur appartient. Ils peuvent l'utiliser et la transmettre comme bon leur semble. Ils n'ont pas d'obligation contractuelle et sont simplement invités à quelques réunions chaque année. Les partenaires (par exemple, un employé d'Emploi Québec), dont la participation recoupe un rôle et une mission existants, collaborent de façon plus structurée avec la commission scolaire en référant des clients, en élaborant des projets, etc.

De la fin de novembre jusqu'au 19 février, les activités de sensibilisation des groupes et des particuliers sont allées bon train et un nombre considérable d'organismes ont été ajoutés à la liste des coordonnées dans la banque de données. Beaucoup de particuliers (agents de communication et agents de communication potentiels) ont aussi été ajoutés à la banque de données.

Pendant toute la durée de la recherche-action, les animateurs communautaires se sont efforcés de déterminer les facteurs qui incitent les agents de communication du réseau et les partenaires à l'action. L'intérêt pour la communauté et le sentiment d'appartenance à celle-ci semblent

constituer un facteur clé. La reconnaissance paraît aussi importante. Pendant la distribution des DVD dans les clubs vidéo et les dépanneurs, il est vite apparu que les gens qui y travaillent sont de bons agents de communication potentiels du réseau, non seulement parce qu'ils connaissent bien la communauté mais aussi parce qu'ils en sont membres, pour la plupart. Nous avons donc planifié des réunions officielles pour la fin du printemps dans le but d'inviter les leaders intéressés à nous en dire plus sur leur communauté, mais aussi de mieux les renseigner sur les SARCA et les autres services offerts.

À la fin du projet de recherche-action, le réseau des amis des SARCA commençait à prendre forme. Il comptait 57 participants confirmés; 47 autres personnes avaient exprimé un certain intérêt.

4.9 Recevoir de nouveaux clients et leur fournir des services

Comme la recherche visait en partie à éclairer la relation entre une méthode de présentation donnée et l'expression de la demande, nous avons supposé qu'il serait possible d'accueillir des clients potentiels dans les centres d'éducation des adultes et de fournir des services. Nous avons beaucoup réfléchi et beaucoup discuté de cet aspect, puisque tous les SARCA n'existaient pas encore. Le personnel en place aurait été forcé de composer avec les demandes de service immédiates.

Une réunion avec le directeur général de la commission scolaire (4 janvier 2005) a mis en lumière la nécessité d'informer toutes les parties prenantes à l'interne de la nature du projet et de la mise en œuvre à venir des SARCA. Il s'agissait entre autres des directeurs des écoles primaires et des secrétaires des écoles, qui sont des maillons incontournables de la chaîne et qui sont souvent sollicitées par la communauté pour diverses questions relatives aux services d'éducation.

4.10 Préparer et présenter le rapport final

- Nous avons décidé de ne pas fonder nos conclusions sur les données relatives aux MRC, puisque le territoire des MRC ne correspondait pas exactement aux régions ciblées et que les communautés vivant dans une même MRC sont assez disparates.
- Le moment choisi pour réaliser le projet n'était malheureusement pas le bon, puisque certaines des étapes essentielles ont coïncidé avec des périodes creuses du calendrier scolaire, soit les vacances d'été et les vacances de Noël.
- Les animateurs qui ont conçu et réalisé le projet ont été trop ambitieux au vu du temps dont ils disposaient pour s'y consacrer. Étant donné l'ampleur initialement prévue des activités de proactivité, il aurait fallu plus de ressources humaines.

Chapitre 5



Résultats

Les diverses activités d'animation communautaire entreprises en divers endroits stratégiques (régions périphériques) dans le cadre de cette recherche-action révèlent une demande de SARCA ou de services de formation de la part des clients potentiels. Surtout, les résultats suggèrent une façon de solliciter la participation des leaders de la communauté et des organismes partenaires pour faciliter les communications et informer les clients adultes potentiels.

5.1 Observations

Nous avons communiqué avec 52 organismes qui se sont montrés prêts à collaborer avec le secteur de l'éducation des adultes à des projets à venir. À l'échéance prévue, 57 « amis des SARCA » avaient confirmé leur volonté d'être membres du réseau comme agents de communication potentiels. La communauté connaît mal les possibilités d'éducation des adultes et ne sait pas bien où chercher l'information pertinente. Les gens sont en mesure de dire où ils voient le plus la publicité (journaux et affiches, par exemple) mais ne savent pas toujours avec certitude où se renseigner quand ils ne voient pas de publicité. Le bouche à oreille est désigné comme principale source d'information par 27,6 p. 100 des personnes qui ont répondu au sondage des stands. Nous avons constaté par ailleurs que 57 p. 100 des répondants ne savaient même pas où se trouvait le bureau principal de leur commission scolaire. L'information à ce sujet a été transmise à l'occasion de rencontres spontanées, mais il faudrait offrir bientôt des ateliers en bonne et due forme pour assurer la durabilité du concept de réseau. Par ailleurs, seuls 18 des 55 demandes d'emprunt du DVD ont été générées par les seules affiches et publicités dans les journaux. Parmi les 55 personnes qui ont emprunté le DVD et qui ont été considérées comme clients potentiels, seuls trois ont communiqué avec un centre pour s'informer des services. Le DVD n'a été emprunté par personne dans des communautés cibles comme Waterloo (dont la population anglophone représente moins de 15,67 p. 100 du total) et Bedford (où 20,43 p. 100 de la population sont anglophones). À Waterloo, où nous n'avons pas tellement réussi à repérer des participants potentiels au réseau, nous n'avons reçu aucune demande, peu importe la source. À Bedford, par contre, où nos activités de constitution de réseau ont eu un succès considérable, les demandes ont été plus nombreuses que partout ailleurs.

Au total, nous avons communiqué avec 366 particuliers, qui ont pris part à diverses activités de la recherche-action dont voici un résumé.

Nombre total de personnes touchées par les activités de diffusion de la recherche-action	
55	Ont emprunté le DVD de la vidéo <i>Get a Life</i> sur laquelle figure la chanson <i>Choices</i> .
36	Ont pris part à une animation de groupe.
49	Ont pris part à une séance d'information individuelle.
228	Ont répondu au sondage des stands.
9	Ont répondu au sondage SCP.
12	Ont répondu au QOEC.
7	Autres (la nature de l'activité n'est pas consignée).
3	Ont appelé pour s'informer des services.
50	Ont été contactés à titre de membre d'un groupe (représentants de groupes ou d'organismes).
174	Ont fourni leurs coordonnées complètes (adresse et n° de téléphone).
47	Sont des « amis » potentiels (se sont dit intéressés ou ont été positifs, sans suivi pour l'instant).
57	Sont devenus des « amis » (en confirmant leur volonté de participer).
55	Sont considérés comme clients potentiels (ils ont appelé ou vu le DVD).
15	Ont distribué le DVD (clubs vidéo et dépanneurs).
152	Nouveaux contacts en août (stands, présentations de groupe, rencontres individuelles).
95	Nouveaux contacts en septembre (stands, présentations de groupe, rencontres individuelles).
2	Nouveaux contacts en octobre (stands, présentations de groupe, rencontres individuelles).
12	Nouveaux contacts en novembre (stands, présentations de groupe, rencontres individuelles).
3	Nouveaux contacts en décembre (stands, présentations de groupe, rencontres individuelles).
23	Nouveaux contacts en janvier (stands, présentations de groupe, rencontres individuelles).
64	Nouveaux contacts en février (stands, présentations de groupe, rencontres individuelles).
12	Nouveaux contacts pour lesquels nous ignorons la date de la première communication (stands, présentations de groupe, rencontres individuelles).
9	Sont à la fois clients et « amis » potentiels.
12	Clients potentiels qui ont vu la DVD et ont été aiguillés par les participants à l'atelier Tools for Life offert à Bedford.
57 %	Pourcentage des répondants qui ne savaient pas où se trouve le bureau de la commission scolaire.

Demandes auprès des distributeurs du DVD générées par les journaux et les affiches (Personnes qui N'ONT PAS été envoyées par un « ami »)	
0	Dépanneur Chez Ben, Dunham
3	4 Saisons Dépanneur, Stanbridge Est
0	Dépanneur Bedford
0	Video Plus, Venise-en-Québec
0	Dépanneur, Stukely Sud
0	Centre de Provisions, Eastman
0	Servideo, Waterloo
0	Dépanneur Clarenceville
0	Vidéo Flash, East Angus
0	Club Vidéo Plus, Cookshire
2	Marché de Bury
3	Marché Tradition, Sawyerville
2	Vidéo Frontière, Stanstead
2	Video Sutton
6	Knowlton Video
18	Demandes, au total, apparemment générées par les journaux et les affiches seulement.

N.B. : Quelques particuliers ont participé à plus d'une intervention ou ont assumé plus d'un rôle (ex. : « ami » et client potentiel).

5.2 Réflexions sur les données

- La durabilité semble être un important facteur de l'établissement et du maintien d'une relation, tant avec les organismes partenaires qu'avec les leaders de la communauté : une présence périodique mais irrégulière dans la communauté ne suffit pas.
- La durabilité est tributaire de la planification et de l'investissement de ressources.
- Il semble que le facteur le plus susceptible de générer des demandes soit la rencontre d'un client potentiel qui se trouve à participer déjà à une activité de mise à niveau. Ainsi, grâce à une personne répondant à cette définition, nous avons pu faire une présentation à un groupe et discuter avec ses membres, des adultes qui avaient participé au projet d'employabilité Tools for Life (« des outils pour la vie »). Ce

- groupe a généré 12 des 55 demandes d'emprunts du DVD, soit plus que tout autre. Les auteurs du rapport conviennent d'attribuer ce succès à trois facteurs interreliés :
- leur expérience d'un projet d'employabilité les a incités à voir les SARCA d'un œil positif;
 - ils ont constaté qu'ils auraient besoin des SARCA à la fin du projet d'employabilité;
 - ils étaient motivés par la possibilité de gagner un iPod.
- La diversité des commentaires reçus incite les chercheurs à croire qu'il faut beaucoup de temps (beaucoup plus que la présente recherche le permet) pour établir et maintenir des liens et asseoir la crédibilité d'un projet dans une communauté. Le secteur de l'éducation des adultes de la commission scolaire doit assurer une présence durable dans la communauté pour asseoir sa crédibilité. C'est la condition préalable à l'augmentation de la demande.
 - Les auteurs du présent rapport estiment que les leaders de la communauté qui s'intéressent à la prestation de services éducatifs ou sociaux sont des candidats idéaux pour le réseau, puisqu'ils savent qui, dans la communauté, pourrait avoir besoin des services du type SARCA. Ces leaders sont généralement respectés et leur influence considérable peut accentuer l'expression de la demande de services.
 - Les leaders communautaires contactés pour les besoins de la recherche-action se sont tous montrés intéressés et généralement positifs à l'égard d'une action sur ce front. Toutefois, tous ne sont pas convaincus que ces nouveaux services seront réellement offerts. Ils font preuve d'un scepticisme notable, comme en témoigne la réaction de cette personne à laquelle on a demandé si la réunion ou l'entrevue lui avait été utile : « Vous me le demanderez dans cinq ans. ». Pour eux, seul l'avenir le dira.
 - Ces leaders moraux semblent bien placés pour renseigner sur les besoins de la communauté et permettre aux fournisseurs de services d'éducation pour adultes de concevoir des services qui répondent aux besoins.
 - Les animateurs communautaires ont constaté que les propriétaires de commerces qui ont accepté de distribuer le DVD étaient plus motivés par la volonté de rendre un service qu'ils estimaient profitable à la communauté que par la perspective d'une publicité gratuite. Dans les petites communautés, les commerçants et le personnel ont des contacts très fréquents avec leur communauté, ce qui en fait des agents de communication de premier choix.
 - La plupart des demandes générées uniquement par les publicités dans les journaux, les communiqués de presse ou les affiches l'ont été dans les municipalités comme Knowlton, Sutton, Stanbridge et Stanstead, où la population est en majorité

anglophone. La corrélation semble plausible, bien qu'aucune relation de cause à effet spécifique ne puisse être inférée pour l'instant. Bon nombre des répondants aux sondages des stands ont dit qu'un voisin, une tante ou un ami les appelait pour leur signaler quelque chose d'intéressant dans *The Record* (le quotidien de langue anglaise distribué dans toute l'Estrie).

- Au fil des entrevues et des réunions avec les organismes partenaires potentiels, il est vite apparu que ceux dont la mission est d'offrir des services aux citoyens dont le statut socioéconomique est faible considèrent les SARCA comme pouvant être très profitables à leurs clients. À l'évidence, il serait rentable de communiquer régulièrement avec ces organismes. Comme certains parmi leurs membres ou leur personnel sont de bons candidats du réseau des amis des SARCA, ces organismes constituent une ressource très utile aux efforts déployés pour instaurer une culture d'apprentissage tout au long de la vie.
- Nous n'avons pas eu le temps d'établir une communication suivie avec les employeurs. Seules quelques entreprises ont suffisamment d'employés anglophones pour qu'on puisse les inviter à collaborer avec la commission scolaire. Les entreprises se soucient principalement de bilan et de productivité. Les administrateurs ne sont pas convaincus des avantages des services du type SARCA pour leur personnel. Les tentatives faites par le passé pour instaurer un programme de littératie et d'alphabétisation dans l'une des rares entreprises dont le personnel est à majorité anglophone ont échoué, principalement parce que la direction refusait de consentir les efforts nécessaires.
- Nos observations nous portent à croire qu'il est particulièrement difficile de communiquer avec le groupe des 18 à 30 ans. Peu d'entre eux ont emprunté le DVD. Ce dernier sera surtout utile aux « amis des SARCA », qui pourront le prêter aux clients potentiels. Le numéro sans frais n'a pas non plus été tellement efficace; reste la possibilité qu'il le soit d'ici plusieurs mois, mais durant les trois semaines qu'a duré la publicité, il y a eu bien peu d'appels.
- Nos observations nous incitent à imputer la difficulté de toucher la clientèle cible à la gêne, ou à la honte éprouvées à l'idée de montrer un besoin de formation ou de recyclage. Une personne a suggéré de promettre et de préserver l'anonymat pour éviter à ces gens la crainte d'être moqués ou taquinés par leur entourage.
- Il y a un besoin manifeste d'une information plus complète. Bon nombre des personnes interrogées (clients et agents de communication potentiels) ont dit avoir trouvé les réunions et l'information utiles. La plupart ont aussi manifesté leur intérêt envers un réseau officieux pour se tenir au fait des nouveaux programmes et services et transmettre cette information au secteur de l'éducation des adultes de leur communauté. Bon nombre des commentaires formulés pendant les activités de

groupes et les rencontres individuelles tendent à confirmer l'utilité des réunions et de l'information transmise.

- Pour faciliter la circulation de l'information, il est essentiel de confier à une personne, au centre d'éducation des adultes, la tâche de répondre aux membres de la communauté et de coordonner le réseau. La constance favorise la diffusion de l'information.
- Compte tenu de ces observations, nous concluons à la nécessité d'un réseau pour faire connaître les services à la communauté, stimuler l'expression de la demande de services et, en bout de ligne, hausser le niveau de scolarité général et instaurer une culture d'apprentissage tout au long de la vie.



Chapitre 6



Recommandations

6.1 Poursuivre la méthode de l'animation communautaire

- Les moyens de promotion traditionnels (annonces dans les journaux et communiqués de presse) semblent ne générer que peu de demandes de services d'éducation ou de SARCA. En revanche, les efforts du réseau des « amis des SARCA » semblent beaucoup plus efficaces (37 des 55 demandes).
- Les présentations informatives à des groupes déjà en voie de se fixer des objectifs et d'améliorer leur employabilité sont efficaces si elles sont présentées dans un contexte non menaçant, non seulement parce que ces gens sont des clients potentiels à court terme, mais aussi parce que leur entourage inclut vraisemblablement d'autres clients potentiels.
- Nous croyons que le bouche à oreille est un très bon moyen de toucher la clientèle potentielle des milieux ruraux. Étant donné le fort pourcentage de répondants au sondage des stands qui ont dit y trouver leur principale source d'information, nous pensons que la présence régulière et le développement d'un réseau dans une communauté seraient de bons moyens d'y assurer la circulation d'une information exacte et pertinente.

6.2 Se concentrer sur l'établissement de relations structurées et spontanées avec les leaders de la communauté et surtout ceux qui s'intéressent à la prestation de services éducatifs et sociaux

- Proposer des documents et des activités de formation professionnelle adaptés aux agents de communication du réseau des « amis des SARCA ». Offrir entre autres un atelier sur la façon dont une communauté dans son ensemble peut accroître l'accessibilité et l'utilisation des services d'éducation aux adultes ainsi qu'une documentation claire et accessible.
- Maintenir et informer régulièrement de l'évolution des services le réseau des « amis des SARCA » pour augmenter substantiellement l'expression de la demande par l'entremise des agents de communication. S'engager à long terme à maintenir une forte présence dans les différentes communautés.
- Trouver un moyen de témoigner de la reconnaissance aux agents de communication et aux partenaires et renouveler continuellement le bassin. Il peut s'agir de souligner et de mettre à l'honneur l'engagement envers les SARCA et de publier les belles réussites, par exemple celle d'un agent de communication qui aurait réussi à référer une cliente ou un client particulier avec le service dont elle ou il avait besoin.

6.3 Prioriser le développement de relations de collaboration avec des organismes partenaires dont la mission est généralement compatible avec celle des SARCA

- À la différence des leaders de la communauté qui peuvent choisir d'être ou non agents de communication du réseau, les organismes partenaires présentent un énorme potentiel de collaboration et de partenariat, puisque leurs valeurs et leur vision coïncident souvent avec celles de la commission scolaire. Ces groupes et organismes communautaires sont des alliés logiques quand il s'agit de promouvoir et de développer une culture d'apprentissage tout au long de la vie.

6.4 Créer des démarches et des outils novateurs

- Concevoir de nouveaux outils pour déterminer où les clients ont appris l'existence des services. Nous savons par exemple que plusieurs clients de conseillers d'orientation ont demandé des services après avoir lu des brochures prises à l'occasion d'événements communautaires ou à la suite d'une référence par l'entremise de notre réseau de leaders communautaires. Toutefois, étant donné l'insuffisance de personnel, nous ne disposons pas de mécanismes généraux pour suivre les clients et déterminer comment ils ont appris l'existence des services disponibles.

6.5 S'assurer de la durabilité

6.6 Mettre l'accent sur la conscientisation de la communauté

- Le succès futur semble dépendre de la connaissance qu'a la communauté de l'existence des services d'apprentissage tout au long de la vie. Si l'information n'est pas diffusée, il est peu probable que la demande augmente.
- Idéalement, faciliter la sensibilisation par l'entremise des partenariats communautaires, de sorte que chaque communauté ait voix au chapitre dans l'élaboration et la prestation des services éducatifs qui leur sont accessibles.



Chapitre 7



Considérations éthiques

Nous avons élaboré un formulaire de consentement (voir l'annexe 5) que toutes les personnes rencontrées en entrevue ont été invitées à lire et à signer pour confirmer qu'elles connaissaient l'objectif de la recherche et comprenaient dans quelle mesure leur contribution était précieuse. Les participants ont été informés qu'ils pourraient demander un exemplaire du rapport final.

Dans une autre optique, il nous a paru important de transmettre la rétroaction et les réflexions sur la commission scolaire et certaines de ses initiatives directement à l'intéressée. Une présentation officielle au comité pédagogique est d'ailleurs au programme à cette fin.



Chapitre 8



Sommaire

Les conclusions du projet démontrent clairement qu'il faut du temps et de la détermination pour établir une présence dans la communauté et faire connaître les services éducatifs disponibles aux leaders et aux clients potentiels dans la communauté. La méthode de l'animation communautaire a été très bien reçue et semble efficace. L'expérience acquise au cours de cette recherche montre que la diffusion de l'information par le bouche à oreille porte ses fruits sur le plan de l'expression de la demande, pourvu que l'effort de diffusion soit continu et que les leaders soient régulièrement informés.





Annexes

Annexe 1 : Organismes approchés

Dans le cadre de stands
Association des Townshippers
Carrefour Jeunesse Emploi (CJE)
CEDEC (Estrie)
Centre d'action bénévole
Centre de formation professionnelle de Cowansville
Centre de formation professionnelle de Lennoxville
Centre de Provisions Eastman
Centre des femmes Avante
Centre des femmes de Lennoxville et du district
Centre local de développement de Memphrémagog
Chambre de commerce (Ville de Lac-Brome)
Citizen Advocacy Mansonville
CJE East Angus
CJE Memphrémagog
Club Jeunesse de Stanstead
Club Vidéo Plus Cookshire
Comité Santé-Éducation de Stanstead
Commission scolaire Eastern Townships
Compton County Agricultural Society
Conseil municipal de Stanbridge Est
Dépanneur 4 Saisons Stanbridge Est
Dépanneur Bedford
Dépanneur de Clarenceville
Dépanneur Dunham
Dépanneur Stukely
École primaire Butler
École primaire Sunnyside (conseil d'établissement)
École secondaire régionale de Richmond

Dans le cadre de stands
Élèves du Centre de la formation continue de Cowansville
École primaire Waterloo
École secondaire Masey-Vanier
Emploi à la carte
Justice alternative et médiation
Knowlton Video
Literacy in Action
Maison des jeunes Le Boum
Maison des jeunes Le Trait d'Union
Marché de Bury
Marché Tradition Sawyerville
New Horizons (conseil des commissaires)
Programme ACCÈS, Services sociaux de Knowlton
Regroupement EME
Santé mentale – Estrie
Sutton Video
Tools for Life (Bedford)
Vidéo Flash East Angus
Vidéo Frontière Stanstead
Video Plus Venise-en-Québec
Ville de Stanstead
Waterloo Literacy Group
Waterloo Servideo
Yamaska Literacy Council

Annexe 2 : Questions des sondages

No.	Questions	Stands	QOEC	SCP	QMGD	Animation de groupe	Notes
1	Dans quelle municipalité vivez-vous?	1	1	1	1		
2	Quelles sont vos trois principales sources d'information sur les activités communautaires?	1	1	1	1		Trois blancs sur le formulaire.
3	Quelles sont vos trois principales sources d'information sur les services éducatifs?	1	1	1	1		Trois blancs sur le formulaire.
4	Quelles sont les trois principales raisons pour lesquelles vous ou une personne de votre connaissance ne voudriez pas retourner à l'école?	1	1	1	1	1	Cases à cocher sur le formulaire. Maximum de quatre. Case vis-à-vis chaque option et encadré texte pour commentaires expliquant le choix « Autre ».
5	Savez-vous où se trouve le centre de formation des adultes anglophones de votre communauté?	1	1	1	1		Écrire le nom de la ville sur le formulaire.
6	Savez-vous où se trouve le centre de formation professionnelle anglophone de votre communauté?	1	1	1	1		Écrire le nom de la ville sur le formulaire.
7	Savez-vous où se trouve le bureau principal de la Commission scolaire Eastern Townships?	1	1	1	1		Écrire le nom de la ville sur le formulaire.
8	Pouvons-nous communiquer avec vous pour obtenir plus d'information?	1	1	1	1		Oui ou non. Si « oui », nous recueillons des données supplémentaires pour le tableau des coordonnées.

No.	Questions	Stands	QOEC	SCP	QMGD	Animation de groupe	Notes
9	Savez-vous qu'il existe des services de mentorat, de soutien et de conseils pour les adultes qui veulent s'inscrire à un centre de formation des adultes?		1	1	1		(Oui ou non, plus remarques et discussion; observations des animateurs)
10	Savez-vous que vous pouvez faire reconnaître vos acquis (habiletés acquises par l'expérience de la vie) comme crédits en vue du certificat d'études secondaires?		1	1	1		(Oui ou non, plus remarques et discussion; observations des animateurs.) (Tous les questionnaires sauf celui des stands.)
11	Savez-vous que les adultes qui retournent aux études en formation professionnelle sont admissibles à des prêts et bourses du gouvernement provincial (QOEC et SCP)?		1	1	1		(Oui ou non, plus remarques et discussion; observations des animateurs.) (Tous les questionnaires sauf celui des stands.)
12	Quelle est votre expérience de l'accessibilité des services d'éducation des adultes? Comment pouvons-nous rendre l'information ou les services plus utiles ou plus accessibles?			1			Question ouverte pour l'entrevue du SCP. Cette question est liée à la question 4, mais laisse place à des réponses positives.
13	Que pensez-vous de l'idée du réseau d'amis?		1	1		1	Question ouverte, mais les animateurs sollicitent de l'information de la part des personnes interrogées ou des groupes.

No.	Questions	Standards	QOEC	SCP	QMGD	Animation de groupe	Notes
14	Auriez-vous quelque chose à suggérer en particulier pour le rendre efficace?		1	1		1	Question ouverte, mais les animateurs sollicitent de l'information de la part des personnes interrogées ou des groupes.
15	Si vous étiez membre de ce réseau, seriez-vous prêt ou prête à participer à une réunion avec les autres deux fois par année? À recevoir du courrier à ce sujet? À placarder des affiches?						Principaux points de discussion au cours d'éventuels ateliers pour les agents de communication.
16	Si vous étiez membre de ce réseau, quelles autres activités seriez-vous prêt ou prête à faire?						Principaux points de discussion au cours d'éventuels ateliers pour les agents de communication.
17	Quelles autres réflexions sur l'éducation des adultes aimeriez-vous que nous transmettions à la commission scolaire?		1	1			N'était pas sur les questionnaires d'origine, sauf OEC et SCP, mais nous consignerons l'information si quelqu'un en parle.
18	Cette réunion vous a-t-elle été utile?		1	1	1		Rétroaction et évaluation du processus suivi.
19	Pouvez-vous nous donner le nom ou les coordonnées de personnes ou d'organismes avec lesquels nous pourrions communiquer?		1				
20	Quel est selon le vous le meilleur moyen de faire connaître les services du type SARCA?		1				
	Nombre de questions	8	17	16	12	3	

Annexe 3 : Instruments utilisés

Instrument	Objectif	Population cible	Format	Suivi ou observations
1. Grille de répertoire pour réseau – partie de la banque de données	Dresser une liste de coordonnées	Organismes et entreprises, leaders et partenaires potentiels dans la communauté	Access	Instrument interne pour recenser les ressources et consigner les coordonnées
2. Registres personnels reliés à la banque de données	Consigner dans des registres personnels les occurrences ponctuelles, les réflexions de l'équipe, etc.	L'équipe	Description Date Source – Données nominatives Données expérientielles	Tout au long du projet Déterminer s'il faut verser le tout dans la banque de données
3. QOEC Questionnaire ouvert Organismes et entreprises, leaders et partenaires potentiels dans la communauté	Recueillir des données sur les perceptions et la connaissance des possibilités d'apprentissage tout au long de la vie	Organismes et entreprises, leaders et partenaires potentiels dans la communauté	Protocole d'entrevue utilisé avec les personnes interrogées individuellement	Surtout au début mais aussi tout au long du projet
4. QMGD Sondage autonome sur papier	Recueillir des données sur les perceptions et la connaissance des possibilités d'apprentissage tout au long de la vie	Organismes et entreprises, leaders et partenaires potentiels dans la communauté	Sondage autonome sur papier utilisé en conjonction avec les présentations de groupe	
5. SCP Sondage ouvert auprès des clients potentiels qui acceptent de le faire	Recueillir des données sur les perceptions et la connaissance des possibilités d'apprentissage tout au long de la vie	Clients potentiels	Sondage sur papier à verser dans la banque de données Protocole d'entrevue	

Instrument	Objectif	Population cible	Format	Suivi ou observations
6. Trousse d'information sur les SARCA	Renseigner sur le projet de SARCA, la politique gouvernementale, etc.	Clients potentiels, organismes et entreprises, leaders et partenaires potentiels dans la communauté	Brochure à trois panneaux (une page) et signet?	1 ^{re} partie : description verbale des motifs de la communication. 2 ^e partie : texte de l'entrevue. 3 ^e partie : information supplémentaire et brochure.
7. Sondage des stands	Recueillir des renseignements brefs sur les perceptions et la connaissance des possibilités d'apprentissage tout au long de la vie et solliciter de nouvelles personnes ou organisations.	Clients potentiels et communauté en général	À utiliser à l'occasion des activités communautaires, etc.	Pouvons-nous communiquer de nouveau avec vous si nous avons besoin de plus d'information? (Mène à l'un des deux sondages ouverts ou au protocole d'entrevue ou les deux.)
8. Instrument à l'usage des répondants de première ligne	Consigner les demandes de services.	Téléphone et visites imprévisibles	Papier spécial pour la banque de données Nom Langue de la demande Motif de la communication Comment avez-vous connu notre existence? Date	Doit être rapide et facile à utiliser : données essentielles. Obtenir des renseignements des répondants de première ligne quant aux catégories, surtout pour les motifs de la communication.
9. Publicité				Affiches, brochures, communiqués de presse et DVD

Annexe 4 : Formulaire des répondants de première ligne

Melody		Nancy L.		Marilyn		Nancy B.		Louise	
Jessie		Lynn		Joan		Qita			

1. Nom : _____ Téléphone : _____ Ville : _____
 Courriel : _____ (Le cas échéant)

(Il nous faut ces renseignements pour tous les appelants.)



1. Vérifier si la personne qui appelle comprend le service offert.

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Répondre aux appels de la façon suivante : « Des plans pour apprendre, bonjour. » • Aimerez-vous avoir de l'aide pour planifier un retour aux études? • Nous pouvons vous aider à revoir les études que vous avez déjà faites, à déterminer ce que vous souhaitez accomplir, y compris un choix de carrière, et à obtenir l'information dont vous avez besoin pour atteindre votre objectif. |
|--|

2. Oui, je veux ce service : Non, je ne souhaite pas ce service.

Noter la nature de la demande :

Envoyé à : _____

3. Comment avez-vous appris l'existence de ce service?

Club vidéo ou dépanneur Pub de journal Article de journal Affiche

Nom du journal : _____ Autre source _____

J'ai été envoyé par : (Nom) _____

4. Expliquer à la personne que le conseiller ou la conseillère va la rappeler dès que possible.

5. Observations :

Annexe 5 : Formulaire de consentement

Renseignement sur le projet de recherche visé

01. **Titre du projet** : L'animation communautaire comme outil de promotion de l'apprentissage tout au long de la vie – Services d'accueil, de référence, de conseils et d'accompagnement.
02. **Objectifs de la recherche**
L'objectif de la recherche-action est d'instaurer, par l'entremise de l'animation communautaire, l'application d'outils pour informer la population anglophone des services d'accueil, de référence, de conseils et d'accompagnement et de concevoir des moyens d'augmenter le nombre de clients qui utilisent ces services. Nous concentrons nos efforts sur les personnes qui n'ont pas pu acquérir les connaissances de base. Nous entendons élaborer par ailleurs des outils de nature à faciliter la collecte et l'analyse de données pour mieux servir nos clients.
03. **Assistance financière**
Le ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport et la Commission scolaire Eastern Townships financent ce projet de recherche-action dans le but de trouver un moyen efficace de contribuer à la création d'une culture d'apprentissage tout au long de la vie dans la province de Québec.
04. **Résultats prévus du projet**
Le principal avantage du projet sera de faire connaître l'intention du gouvernement de créer une culture d'apprentissage tout au long de la vie au Québec.
05. **Inconvénients possibles**
Il pourrait y avoir un certain laps de temps entre l'annonce des services et leur disponibilité réelle.
06. **Chercheurs**
Nancy Beattie : 819 566-0250 ou 819 566-2422; beattien@etsb.qc.ca
Gerald Bleser : 450 538-1825; gbleser@sympatico.ca

Description des activités proposées aux participants

07. Les participants peuvent participer en répondant à un sondage, en assistant à une séance d'information, en prenant part à un atelier ou, vers la fin du projet, en s'inscrivant à un réseau de membres de la communauté qui souhaitent contribuer bénévolement à la promotion des activités d'éducation des adultes.

08. Normalement, les activités seront programmées à la convenance des participants. S'il s'agit d'une activité de groupe, les animateurs consulteront les participants intéressés pour convenir avec eux du lieu et de l'heure les plus pratiques.
La plupart des activités exigeront de 30 à 60 minutes tout au plus. Les ateliers dureront trois heures.
09. Les données seront recueillies par voie de questionnaires, de notes d'entrevue ou de notes consignées sur des feuilles mobiles à l'occasion des ateliers et des séances d'information.
10. Les activités n'exigent pas la transmission d'informations confidentielles de la part des participants. Les noms et adresses de ceux qui accepteront de fournir ces renseignements ne serviront qu'à communiquer avec eux et ne seront transmis à personne hors du contexte du projet.
Personne, ni les élèves actuels ou potentiels, n'est obligé de participer au projet.
12. La participation au projet, sous quelque forme que ce soit, est volontaire. Les individus et groupes seront invités à participer selon leur volonté de le faire. Le seul préalable à la participation est la volonté d'aider sa communauté à créer une culture d'apprentissage tout au long de la vie.

Utilisation des données

13. Les données seront stockées dans une banque de données qui n'est accessible qu'au personnel du projet. Les conclusions tirées des données seront publiées de façon qu'il soit impossible d'attribuer un commentaire ou une action à une personne en particulier.
14. Les participants et le public en général peuvent demander un exemplaire du rapport final. Ce dernier sera expédié par courrier ou par courriel, selon ce qui convient le mieux à la personne qui fait la demande.

Signatures

Participant ou participante

Représentant du projet

Date : _____



*Éducation,
Loisir et Sport*

Québec

