

CARREFOUR FAMILIAL HOCHELAGA ORGANISME COMMUNAUTAIRE

HOCHELAGA-MAISONNEUVE

Organisme communautaire famille bien établi dans son quartier, le Carrefour Familial Hochelaga fait connaître sa mission et ses activités en misant sur les partenariats, la célébration des bénévoles, l’affichage intensif et les fêtes de quartier. Constamment à l’écoute des familles du quartier, l’organisme crée des occasions de rencontre et élabore des activités qui répondent à leurs besoins.

LA STRATÉGIE PAS À PAS

Entrer en contact

- L’organisme amorce le recrutement dès le printemps pour les inscriptions d’automne.
- La meilleure stratégie de recrutement pour l’organisme est le bouche à oreille [via les bénévoles, les membres, les anciens participants].
- L’organisme profite de la présence des membres lors de l’AGA pour diffuser l’information sur ses activités et leur lancer une invitation à s’impliquer.
- La mobilisation des bénévoles est primordiale car ils sont considérés comme les ambassadeurs ou les porte-étendards de l’organisme. Une journée de porte-à-porte est organisée avec eux pour distribuer les dépliants de l’organisme. Chaque bénévole donne 1 h 30 de son temps et tout le monde est ensuite invité à partager une pizza.
- Un kiosque est tenu lors la Fête de la famille : par exemple, l’organisme invite les enfants à réaliser des macarons en dessinant le logo de la nouvelle garderie. Un *super hot-dog* gratuit est une occasion de célébrer le début de la saison. Y sont invités les familles et les organismes du quartier, sans oublier les voisins. Les familles peuvent s’inscrire aux activités lors de la journée portes ouvertes.
- Du placement média est effectué dans le journal de quartier aux mois d’août et septembre pour informer les nouveaux résidents des activités offertes par l’organisme. Des dépliants sont déposés chez les organismes partenaires, dans les cliniques, les dépanneurs, les écoles et autres commerces du quartier, et des affichettes plastifiées sont placées dans les rues avoisinantes, une semaine avant le début des inscriptions aux activités.
- Des locaux sont prêtés aux partenaires pour tenir des réunions ou des activités afin de permettre à de nouvelles personnes de découvrir les lieux et l’organisme.
- La page Facebook de l’organisme est alimentée, notamment avec des annonces sur les activités.

Favoriser la participation

- Le contact humain et une écoute active sont des conditions gagnantes pour établir un lien de confiance avec les familles.
- Les activités et les projets mis en place répondent aux demandes et aux besoins des familles.

Développer le sentiment d'appartenance

- L'organisme mise beaucoup sur les bénévoles, reconnaît leur apport de multiples manières et organise annuellement une fête thématique pour les remercier.
- L'organisme veut faire en sorte que les citoyens soient fiers de leur quartier et ne manque pas de célébrer les bons coups réalisés dans le milieu.
- L'organisme ne cherche pas à retenir à tout prix les familles en son sein, mais cherche plutôt à s'assurer qu'elles aient un réseau d'entraide et de soutien..

LES CONDITIONS GAGNANTES

- Miser sur les bénévoles, les reconnaître et en prendre soin.
- Favoriser une écoute active chez les employés, les bénévoles, etc.
- S'appuyer sur les besoins exprimés par les familles pour développer des activités.
- Amorcer la période de recrutement dès le printemps pour les activités d'automne.
- Multiplier les stratégies marketing pour faire parler de l'organisme.

LES DÉFIS ET LES SOLUTIONS

Défis

Rejoindre le plus de familles possible et en attirer de nouvelles.

Solutions

Multiplier les occasions de faire parler de l'organisme.
Multiplier les occasions de contact.

LES RÉSULTATS

- Les familles se sentent en confiance.