

#### **Stratégie 14: Trouver sa voie. Prendre le train quand il passe!**

Un organisme communautaire famille bien établi dans son quartier continue de créer des opportunités de rencontre pour permettre aux familles du quartier de connaître l'organisme, sa mission et ses activités. Partenariats, célébration des bénévoles, affichage intensif, fêtes de quartier, accueil chaleureux, écoute active – une stratégie qui parle de l'essentiel.

**Organisation :** Carrefour Familial Hochelaga

**Territoire :** Hochelaga-Maisonneuve

**Au départ :** la phrase fétiche de l'organisme « Commençons et on verra. » L'organisme Carrefour Familial Hochelaga, l'un des premiers organismes famille du Québec, cherche constamment à être à l'écoute des familles du quartier pour saisir les opportunités.

**Pour rejoindre les familles du quartier, l'organisme profite de plusieurs opportunités pour faire du démarchage, et ce, dès le mois de mai pour les inscriptions d'automne. Parmi ces opportunités, on retrouve....**

- 1- l'organisation de la fête des bénévoles, considérés comme les premiers porte-paroles de l'organisme. L'équipe de travail organise une fête thématique de grande ampleur pour les remercier. Cette année, la thématique est « Harry Potter »;
- 2- l'information sur les activités à venir et l'invitation à s'impliquer dans l'organisme sont envoyées à tous les membres présents lors de l'AGA (entre 50 et 80 personnes chaque année);
- 3- l'animation d'un kiosque à la Fête de la Famille, fête de quartier. Cette année, les enfants sont invités à faire des macarons avec un item du logo de la nouvelle garderie.
- 4- une annonce dans le journal de quartier au mois d'août pour informer les nouveaux résidents des activités offertes par l'organisme;
- 5- une journée de porte-à-porte avec des bénévoles pour distribuer entre 3 000 et 5 000 dépliants de l'organisme. Chaque bénévole donne 1 h 30 de son temps et tout le monde est ensuite invité à partager une pizza.
- 6- affichage sur 7-8 rues du quartier et dépôt de dépliants de l'organisme dans les cliniques, les écoles, les organismes partenaires, les dépanneurs, les dentistes et les commerces du quartier, une semaine avant les inscriptions ;
- 7- un *souper hot-dogs* gratuit pour les familles et les voisins lors de la rentrée sous forme de foire de rue : structures gonflables, barbe à papa, kiosques, animation et prestations, etc. L'an dernier, 564 personnes sont présentes;

- 8- une journée « portes ouvertes » pour faire découvrir l'organisme et permettre l'inscription aux activités;
- 9- prêt des locaux à d'autres partenaires pour permettre à de nouvelles personnes de découvrir les lieux et l'organisme.
- 10- Faire parler de l'organisme, une personne à la fois (lentement, mais sûrement) :  
« Chaque visite est importante. Chaque année entre 400 et 700 visiteurs. Il faut se demander : ce visiteur fera quoi dans un an, cinq ans ou autres. »

Aussi, les employés de l'organisme essaient d'avoir toujours une posture d'écoute pour déceler les besoins et les désirs de ses membres. Cette « liste d'épicerie » est l'un des principaux moteurs de l'action et de la mise en place de nouvelles initiatives.

**L'équipe du Carrefour travaille à créer des « atmosphères de légèretés » permettant aux participants d'oublier un peu leurs difficultés pour un moment, voir même s'émerveiller.**

**Nos mots d'ordre de l'année : *Surprendre, Oser et S'amuser.***