

PRÉVENTION UNIVERSELLE DE LA MALTRAITANCE ET MARKETING SOCIAL

MARIE-HÉLÈNE GAGNÉ

VÉRONIQUE LACHANCE

FLORA THOMAS

ET

LES MEMBRES DU GROUPE DE TRAVAIL
SUR LA PRÉVENTION UNIVERSELLE



Chaire de partenariat
en prévention de la
maltraitance





MARKETING SOCIAL

Stratégie d'intervention populationnelle qui vise la modification de comportements relatifs à la santé ou au bien-être.

« Le MS a recours aux principes et techniques du marketing commercial dans le but d'amener un public cible à accepter, à rejeter, à modifier ou à délaissier volontairement un comportement dans son intérêt, dans l'intérêt d'un groupe ou dans l'intérêt de l'ensemble de la société » (Kotler et al., 2002, traduction libre).

DES EXEMPLES QUÉBÉCOIS

DES BONS COUPS...



... ET DES PLUS MITIGÉS



NOTRE DÉMARCHE

RECENSION DES ÉCRITS

Quels sont les principes du MS et comment s'appliquent-ils au domaine de la prévention de la maltraitance?

Quelles campagnes de prévention de la maltraitance adoptant une approche de MS peut-on recenser et décrire?

Ces initiatives ont-elles été évaluées? Quel a été leur impact?

FORMATION D'UN GROUPE DE TRAVAIL

- Geneviève Bélisle
- Liesette Brunson
- Michel Carignan
- Marie-Ève Clément
- Marie-Hélène Gagné
- Danielle Guay
- Joëlle Pouliot-Lapointe

BUT: identifier des cibles et des objectifs de prévention universelle et planifier la conception de la campagne (*stratégie, messages, matériel...*)

MISSION “SENSIBILISATION” ACCOMPLIE

Les campagnes passées ont réussi à sensibiliser le public sur la maltraitance et sur ses dangers pour les enfants qui en sont victimes:

- messages typiquement alarmistes
- informer sur les manifestations de maltraitance, leur prévalence et leurs effets sur les enfants qui en sont victimes
- encourager les signalements / dévoilements
- demander aux parents de mettre un terme à ce type de comportement

MAIS ces campagnes ont moins bien performé pour modifier les comportements des parents.

EXEMPLES





POUR UN IMPACT SUR LE COMPORTEMENT PARENTAL

Pour amener les parents à:

1. réduire leur recours à des comportements coercitifs ou négligents;
2. augmenter leur recours à des pratiques parentales positives:

Les messages positifs pourraient être particulièrement efficaces:

- Augmenteraient le sentiment d'auto-efficacité des parents
- Effet de modeling possible
- Permettrait de mieux contrer les schémas cognitifs dominants

UN MESSAGE POSITIF...

... fait appel à des émotions agréables, ou promet des expériences positives à la suite de l'adoption du comportement recommandé.



UN MESSAGE NÉGATIF...

... fait appel à des émotions pénibles ou promet des expériences négatives suite à l'adoption du comportement proscrit.

- Efficace si le comportement visé est facilement contrôlable par l'individu.
- L'utilisation de la peur ou de l'horreur est controversée...



EFFETS NON SOUHAITÉS POSSIBLES?

[Http://www.youtube.com/watch?v=VFtRuBdtMmw](http://www.youtube.com/watch?v=VFtRuBdtMmw)

PLUS QU'UNE CAMPAGNE PUBLICITAIRE...

Les effets d'une campagne de publicité sociale seront plus importants et plus durables si elle est accompagnée:

- des services offerts aux parents (*en ligne, en groupe, en individuel...*);
- de stratégies de développement communautaire;
- d'activités structurant les capacités de la communauté à soutenir les parents;
- d'une nouvelle politique socio-familiale, etc.

Parallèlement, l'impact de ces services / activités / politiques sera plus grand s'ils sont accompagnés d'une bonne stratégie de communication et de marketing.

- *“reaching out”*
- Impact sur la communauté (*entourage des parents, décideurs...*)
- Renforcement social du message voulant que la protection des enfants est une responsabilité collective.

POUR LE PREMIER GRADIN DE NOTRE
STRATÉGIE D'INTERVENTION PRÉVENTIVE...

ORIENTATIONS
PROPOSÉES PAR LE
GROUPE DE TRAVAIL

LES PARENTS COMME PUBLIC CIBLE

Tous les parents des territoires concernés par le projet sont ciblés.

Publics secondaires:

- Les personnes qui composent l'entourage des parents, leur réseau informel (parenté, amis...)
- Les intervenants / gestionnaires de services sociaux, éducatifs ou d'autres secteurs pertinents

***ATTENTION : éviter le ton culpabilisant pour les parents.
Miser sur des messages valorisants, positifs et
soutenant, des solutions centrées sur le
présent.***

5 FACTEURS DE RISQUE

1. **Croyances** erronées ou biaisées vis-à-vis de la parentalité
2. **Interprétations irrationnelles** des causes du comportement de l'enfant
3. **Attentes irréalistes** envers l'enfant
4. **Pratiques d'encadrement** coercitives ou inefficaces
5. **Manque de connexion** des parents avec les ressources de leur communauté, connaissance limitée des ressources disponibles et surtout, de leurs rôles respectifs



CROYANCES ERRONÉES OU BIAISÉES VIS-À-VIS DE LA PARENTALITÉ

OBJECTIFS

- Valoriser le rôle de parent.
- Normaliser les difficultés liées à l'exercice du rôle de parent.
- Normaliser les sentiments pénibles et les pensées irrationnelles engendrés par certains comportements de l'enfant.
- Valider et dé-stigmatiser le besoin d'aide et de soutien des parents.



INTERPRÉTATIONS IRRATIONNELLES DES CAUSES DU COMPORTEMENT DE L'ENFANT

OBJECTIF

Recadrer et restructurer les sentiments pénibles et pensées irrationnelles des parents relativement aux causes des comportements indésirables de leurs enfants.



ATTENTES IRRÉALISTES ENVERS L'ENFANT

OBJECTIFS

- Amener les parents à avoir des attentes réalistes vis-à-vis de leurs enfants.
- Amener les parents à avoir des attentes réalistes vis-à-vis d'eux-mêmes comme parents.



PRATIQUES D'ENCADREMENT COERCITIVES OU INEFFICACES

OBJECTIFS

- *Aider les parents à distinguer entre fermeté et coercition.*
- *Montrer aux parents comment établir des limites et des règles claires, fermes et chaleureuses.*
- *Modeler les comportements parentaux positifs et adéquats pour réagir aux transgressions de l'enfant et les encadrer efficacement.*



MANQUE DE CONNEXION DES PARENTS AVEC LES RESSOURCES DE LEUR COMMUNAUTÉ

OBJECTIFS

- *Faire la promotion des ressources qui existent dans la communauté pour soutenir les parents dans leur rôle.*
- *Dans les territoires expérimentaux : Faire spécifiquement la promotion de Triple P.*
- *Encourager les parents à avoir recours à ces ressources en rappelant qu'elles s'adressent à tous les parents.*



RÉACTIONS? COMMENTAIRES?

Merci !