

À la recherche de méthodes de recrutement pour les groupes d'alphabétisation populaire

Aide Pédagogique aux Adultes et aux Jeunes - APAJ

995, Calixa-Lavallée

Saint-Hyacinthe (Québec) J2S 3C9

Téléphone : (450) 261-0384 Télécopieur : (450) 261-0835

Courriel : apaj@ntic.qc.ca

Le présent document est le fruit d'une recherche portant sur les méthodes de recrutement dans les groupes d'alphabétisation populaire.

Il convient de souligner l'apport indispensable du programme Initiatives fédérales-provinciales conjointes en matière d'alphabétisation pour le financement de ce guide.

Rédaction: Stéphanie Messier
avec la collaboration de Denise Lalonde

Révision linguistique: Denise Lalonde

APAJ (Aide pédagogique aux adultes et aux jeunes) a présenté une demande d'aide financière au programme IFPCA (Initiatives fédérales-provinciales conjointes en matière d'alphabétisation) dans le but de trouver des méthodes de recrutement efficaces dans les groupes d'alphabétisation populaire.

Pour atteindre son objectif, l'organisme a permis à la coordonnatrice de visiter des groupes ayant une mission semblable et de recenser leurs méthodes de recrutement. La tournée a permis de constater que ces groupes expérimentent des activités similaires pour recruter leur clientèle. Un bref questionnaire a donc été élaboré et expédié à plusieurs groupes d'alphabétisation du RGPAQ (Regroupement des groupes populaires en alphabétisation du Québec) dans le but d'enrichir la collecte de données.

La cueillette de renseignements s'est avérée enrichissante et bénéfique. Qu'il s'agisse de grandes idées ou de petits détails, les informations recueillies tout au long du processus ont rendu possible l'élaboration de ce guide.

Même si aucune méthode miraculeuse n'est présentée, le lecteur pourra s'inspirer de celles qui y sont décrites pour bâtir ses propres activités en fonction de la situation géographique, des ressources disponibles, de la clientèle à rejoindre, etc.

APAJ tient à remercier toutes les personnes qui ont collaboré à cette réalisation. La liste des groupes concernés est annexée au document.

PARTIE 1

Activités de recrutement

Vous trouverez, dans la première partie du guide, les principales étapes de réalisation pour les activités suivantes:

- Rallye à pied
- Guignolée
- Impression de napperons
- Tenue de kiosques dans les endroits publics
- Porte-à-porte
- Publicité dans les médias locaux

Rallye à pied

Principales étapes de réalisation du rallye à pied

1. Préparer le rallye:

- déterminer les catégories de questions¹ ;
- trouver des épreuves fonctionnelles;
- déterminer le parcours;
- parcourir le trajet en précisant les questions;
- mise en page du rallye.

2. Rechercher des commanditaires pour des prix qui seront remis aux participants (contacts utiles: commerçants présents sur le parcours). Rédiger les lettres de remerciements pour les commanditaires.

3. Prévoir un local, un buffet et des rafraîchissements pour l'arrivée des participants (faire préparer le buffet par des participants).

4. Invitations

- a) Inviter tous vos participants en mentionnant qu'ils doivent amener un ami, un parent ou un collègue qui éprouve aussi des difficultés avec le code écrit.
- b) Inviter les membres d'un ou plusieurs organismes communautaires de votre région.
- c) Inviter les travailleurs d'une entreprise employant des personnes peu scolarisées.
- d) Préparer un communiqué aux journaux locaux annonçant le rallye.

5. Préparer un communiqué pour trouver des bénévoles-accompagnateurs pour cette journée.

6. Rencontrer les bénévoles afin de leur expliquer leur rôle lors de cette journée.

7. Confirmer les présences et former les équipes.

¹ Le questionnaire du rallye peut constituer une source d'évaluation "informelle" pour constater le niveau d'analphabétisme des participants.

8. Réaliser le rallye:

- accueillir les participants au départ et à l'arrivée du rallye;
- préparer la salle d'arrivée (chaises, tables, buffet, ...);
- donner les réponses lorsque tous les participants sont arrivés;
- procéder à la remise de prix.

Exemple de questions pour rallye à pied:

- *Entrez à la pharmacie et dirigez-vous dans la rangée 14 A.*
- *Trouvez le sirop pour enfants de marque **NyQuil**.*
- *À quoi sert ce médicament? _____*
- *Quelle quantité contient cette bouteille? _____*

Le rallye peut aussi s'effectuer dans le dictionnaire *

Exemple de question:

- *En plus d'avoir de la difficulté à lire, les personnes analphabètes éprouvent aussi de la difficulté à _____*
- La réponse se situe entre le mot écraser et écrou de votre dictionnaire.*

** Ce type de rallye peut s'effectuer dans les kiosques d'information, avec les membres des autres organismes, avec les employés d'une entreprise, avec les élèves d'une école, etc.*

Guignolée

Principales étapes de réalisation de la guignolée

1. Téléphoner aux responsables de la distribution des paniers de Noël pour planifier une rencontre avec les responsables de quartiers.
2. Rencontrer les responsables de quartiers pour leur expliquer votre désir d'insérer un feuillet ou un objet publicitaire de votre organisme dans les paniers de Noël.
3. Prévoir le matériel publicitaire selon le nombre de paniers à distribuer.
4. Distribuer le matériel nécessaire aux responsables.
5. Écrire et envoyer une lettre de remerciement aux responsables.

Méthode de recrutement peu coûteuse au niveau des ressources humaines et matérielles.

Impression de
napperons

Principales étapes de l'impression des napperons

1. Planifier la collaboration des restaurants:

- cibler des restaurants populaires où vous voulez distribuer les napperons.

2. Demander des soumissions aux imprimeries pour les coûts de fabrication des napperons.

3. Étudier la collaboration possible avec les organismes:

- cibler des organismes pour collaborer au projet;
- préparer une feuille explicative à envoyer aux organismes ciblés.

4. Planifier la collaboration des organismes:

- Recontacter les organismes intéressés afin de savoir s'ils veulent toujours participer (le nombre d'organismes participants fait varier le prix de la facture).

5. Préparer le napperon:

- faire le montage du modèle;
- aller porter le modèle final à l'imprimerie.

6. Recevoir les napperons imprimés et les distribuer dans les restaurants ciblés.

7. Envoyer une facture à chaque organisme participant.

Plus il y a d'organismes qui s'affichent sur le napperon, moins sont les coûts pour chacun d'eux..

Moins il y a d'organismes participants, plus vous obtenez de la visibilité sur le napperon.

Tenue de kiosques dans les endroits publics

Principales étapes de réalisation pour la tenue de kiosques dans les endroits publics

1. Téléphoner aux endroits ciblés, expliquer le projet et fixer un rendez-vous pour la tenue du kiosque.

Endroits expérimentés par les groupes visités et les groupes qui ont répondu au questionnaire:

- Pharmacie
- Caisse populaire
- Épicerie
- Centre commercial
- Écoles primaires et secondaires
- Braderie (vente trottoir)
- Foire agro-alimentaire
- Hôpital
- Colloque
- Bingo
- Fête de quartier
- Salon de la famille
- Salon de la femme
- Salon des bénévoles
- Salon du livre
- Salon du printemps
- Journée de la culture
- Toute autre journée et tout autre salon thématiques

2. Prévoir le matériel nécessaire pour le kiosque:

- matériel publicitaire (dépliants, feuilles de renseignements sur l'organisme);
- affiche publicitaire pour assurer la visibilité du kiosque;
- questionnaire pour les visiteurs² ;
- bulletins de participation.

² • Questionnaire relié aux habiletés de lecture, d'écriture et de calcul (voir questionnaire du porte à porte).

3. Trouver un prix à faire tirer parmi les répondants aux questions.
4. Installer le kiosque.
5. Assurer une présence au kiosque afin d'accueillir les gens lors de ces journées.
6. Procéder au tirage et téléphoner au gagnant afin de lui remettre son prix.
7. Préparer et envoyer une lettre de remerciement à l'hôte.

Les prix attirent toujours plus les gens à visiter un kiosque.

*Le kiosque peut prendre une autre forme qu'un stand traditionnel d'informations.
Exemple: vente de hot dogs à l'épicerie.*

Porte-à-porte

Principales étapes de réalisation pour le porte-à-porte

1. Déterminer les secteurs (rues) à visiter selon des critères établis (exemple: pauvreté).

2. Estimer le nombre de portes à visiter.

3. Faire un plan des visites.

Contacts et matériels utiles: profil sociodémographique de la ville, carte de la ville, service d'évaluation de la ville.

4. Préparer les documents requis pour assurer une bonne gestion des personnes visitées:

- grille de présences pour noter les personnes vues ou à voir;
- sondage comprenant quelques questions ainsi que les coordonnées du répondant (voir spécimen à la page 18) ;
- feuille explicative à remettre dans la boîte aux lettres des personnes absentes (voir spécimen à la page 19).

5. Prévoir des articles publicitaires (pour des fins d'identification de la personne représentant l'organisme, pour remettre aux gens visités):

- demander des soumissions et des commandites;
- déterminer ce qu'il y aura d'inscrit sur les articles publicitaires;
- choisir et commander les articles.

6. Préparer un communiqué pour le journal et pour la radio local annonçant l'objectif de l'activité et les prévisions de visites.

7. Visiter les demeures ciblées.

8. Faire le bilan de l'opération porte-à-porte.

9. Suite aux résultats du sondage compris dans le bilan, retourner aux résidences des gens intéressés à entreprendre une démarche en alphabétisation.

10. Préparer un communiqué donnant les résultats.

Pour diminuer les coûts de l'opération, il est suggéré de s'associer avec un autre organisme de la région visant le même type de personnes.

Exemple:

- Centre pour personnes assistées sociales
- Groupe d'entraide en santé mentale
- Commission scolaire
- Centre d'action bénévole
- Comptoir alimentaire
- etc.

SONDAGE

Adresse du répondant : _____

• Connaissez-vous une personne qui éprouve des difficultés à lire, écrire et calculer? oui ☐ non ☐

• Si oui, croyez-vous que cette personne serait intéressée à entreprendre une démarche afin d'améliorer ses capacités?

oui ☐ non ☐

• Le nom de cette personne : _____
Ses coordonnées: _____

• Connaissez-vous des endroits où on aide les gens à mieux lire, mieux écrire et mieux calculer?

oui ☐ non ☐

• Si oui, nommez ces endroits : _____

Bonjour,

Nous sommes passés pour vous parler des services offerts en alphabétisation à Saint-Hyacinthe.

Puisque vous étiez absents, nous vous avons laissé un dépliant contenant des renseignements sur la formation que nous offrons.

Si vous connaissez une personne qui éprouve des difficultés à lire, écrire et calculer, n'hésitez pas à la mettre en contact avec nous.

Vous trouverez les coordonnées au dos du dépliant.

Publicité dans les médias locaux

La majorité des groupes interrogés utilisent les médias locaux pour faire connaître leurs services.

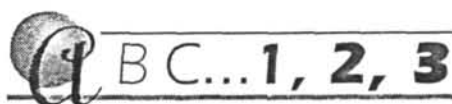
Mentionnons les trois principaux médias, selon les régions:

- journal
- radio
- télévision communautaire

Journal

En ce qui concerne les publications dans les journaux locaux pour les groupes communautaires, le communiqué d'intérêt communautaire est gratuit. Toutefois, sa parution est laissée à la discrétion du rédacteur en chef selon les demandes. Pour pallier cet inconvénient, nous avons, à APAJ, pris entente avec un rédacteur en chef afin de faire paraître une chronique mensuelle sur l'analphabétisme. Cette publicité n'est pas énorme et a peu de retombées directes sur le recrutement de participants. Toutefois, elle nous permet de sensibiliser la population en général qui elle, devient agent multiplicateur au niveau du recrutement.

Exemples de chronique:



Le plaisir de choisir

Juillet est enfin là! Vous rêvez déjà de ce que vous ferez durant vos vacances... Vous plongerez-vous dans ce roman qui vous fait envie depuis des mois?

Pour leur part, Johanne et Marc organisent leur voyage en Gaspésie. Ils se sont procuré des dépliants de la région et préparent leur itinéraire : campings, restaurants, festivités, etc. Ils ont pris connaissance de tout ce qu'il y a là-bas et ne veulent rien manquer!

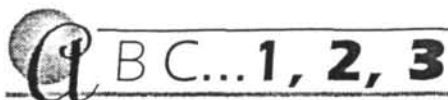
Leur voisin, Claude, est cinéphile. Durant l'année, il n'a malheureusement pas le temps de fréquenter les salles de cinéma. Pendant ses vacances, il se promet quelques visites à son club vidéo. Comme à l'habitude, il lira attentive-

ment les descriptions à l'endos des boîtes afin de choisir des films correspondant à ses goûts.

Vous croyez que tous ces projets d'été n'ont rien de très extraordinaire? Pourtant, savourer un bon livre ou étudier les attractions d'une région n'est pas possible pour tout le monde, car au Québec, un million de personnes éprouvent des difficultés avec le code écrit.

Si vous connaissez une personne qui aurait besoin d'aide pour mieux lire, mieux écrire et mieux calculer, dites-lui que nous sommes là pour elle.

Centre de formation des Maskoutains : 771-2930
Aide Pédagogique aux adultes
et aux jeunes : 261-0384



Se donner une chance

Richard travaille dans une entreprise depuis 12 ans. C'est un employé ponctuel, vaillant et responsable, des qualités que ses supérieurs apprécient beaucoup.

Un matin, Richard est appelé au bureau de son patron. Nerveux, il demande quelle gaffe il a bien pu faire.

Une surprise de taille l'attend! Fier du bon travail de Richard, son patron lui offre une promotion. Poste de responsable, heures régulières, augmentation de salaire, voilà ce qu'on lui offre.

Richard est ravi, jusqu'à ce qu'il apprenne que ses nouvelles tâches l'obligent à rédiger un rapport hebdomadaire. C'est que Richard ne sait ni lire ni écrire...

Prétextant une quelconque raison, Richard laisse cette belle opportunité lui filer entre les doigts. Le lendemain matin, il retrouve son même poste... ses heures irrégulières, son même salaire...

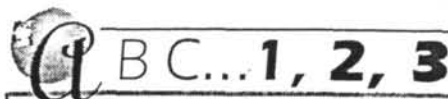
Vous connaissez des gens qui aimeraient améliorer leurs capacités à lire, écrire et calculer? Dirigez-les vers nos services; nous pouvons les aider.

**Centre de Formation
des Maskoutains 771-2930
Aide Pédagogique aux Adultes et
aux Jeunes 61-0384**

Exemple de communiqué:

Aide Pédagogique aux Adultes et aux Jeunes

Vous connaissez quelqu'un qui a de la difficulté à lire le journal, consulter les circulaires pour planifier ses achats, lire la posologie d'un médicament? APAJ, un organisme d'alphabétisation populaire, est là pour aider les adultes et les jeunes à acquérir plus d'autonomie dans leur quotidien. Pour inf.: 261-0384.



Savoir écrire : un cadeau!

Vous répondez au téléphone; l'appel est pour votre fils qui est présentement absent. Alors, tout bonnement, vous attrapez feuille et crayon pour noter le message dicté par l'interlocuteur. Facile!, direz-vous. Mais si vous ne saviez pas écrire, que feriez-vous?

Ce qui nous semble banal devient extrêmement complexe pour une personne analphabète. Noter un rendez-vous sur le calendrier, émettre un chèque pour le loyer du mois, préparer une liste d'épicerie; autant de gestes que nous exécutons chaque jour et ce, inconsciemment, sans apprécier la chance que nous avons. Au Québec, un million de personnes éprouvent des difficultés en lecture, calcul et écriture.

Il arrive fréquemment qu'on nous demande de remplir un formulaire (inscription, demande d'emploi, etc.). Quand l'écriture est un obstacle du quotidien, ces bouts de papier se transforment en véritable cauchemar.

Si vous connaissez un parent, un ami ou un collègue qui bénéficierait d'une formation pour mieux lire, mieux écrire et mieux calculer, informez cette personne que nous pouvons l'aider.

**Centre de formation
des Maskoutains :
771-2930
Aide pédagogique
aux adultes et aux jeunes :
261-0384**

Radio

Les postes de radio communautaire fonctionnent sensiblement de la même façon que les journaux. Pour épargner du temps, nous prévoyons adapter les chroniques ABC...1,2,3 pour qu'elles soient accessibles par voie radiophonique.

Télévision communautaire

Il est possible de rendre publics les services à la télévision communautaire à l'aide du babillard électronique.

Comquat inc., organisme d'alphabétisation populaire dans Vaudreuil-Soulanges, a pris entente avec la télévision communautaire afin de produire une émission hebdomadaire sur ses différents services. La réalisation de 13 émissions de 3 minutes chacune fut gratuite.

Autres médias

- feuillets paroissiaux
- journal interne des autres organismes ou des entreprises régionales

PARTIE 2

Résultats du questionnaire sur les habitudes de recrutement de participants dans les groupes populaires d'alphabétisation

Vous trouverez, dans la deuxième partie du guide, les résultats d'un questionnaire sur les habitudes de recrutement de participants dans les groupes populaires d'alphabétisation. Les données recueillies proviennent de 29 groupes.

Le pourcentage (%) exprimé dans les résultats est basé sur les réponses affirmatives des répondants.

QUESTION 1:

Quel est le matériel publicitaire que vous utilisez pour le recrutement de participants?

Dépliants **99,5%**

Cartes d'affaires **35,7%**

Affiches **79,3%**

Matériel audio-visuel **17,9%**

- Film sur les ateliers d'alphabétisation et diffusé à la télévision.
- *L'alphabétisation: un passe-partout vers l'autonomie*
- *Envol vers la liberté*
- *L'alphabétisation populaire: une bonne carte (Concert-Action)*

Autre matériel publicitaire

- Signets **7,1%**
- Feuille dans publi-sac **3,6%**
- Journal communautaire et régional **3,6%**
- Napperons **17,9%**
- Blocs-notes **3,6%**
- Sous-main **3,6%**
- Crayons **3,6%**
- Jeu géant de sensibilisation et de recrutement **3,6%**
- Agenda **3,6%**
- Cartes postales **3,6%**
- Lettre-type **3,6%**
- Document destiné aux intervenants: **3,6%**

QUESTION 2

Quels sont les endroits que vous avez ciblés pour recruter des participants?

Journaux locaux **96,4%**

Radio locale **35,7%**

Télévision communautaire **39,3%**

Télévision Quatre Saisons (Code d'accès) **3,6%**

Organismes communautaires **89,3%**

Entreprises régionales **17,86%**

Autres endroits

- Usines
- Centres de ski
- Récupérateurs
- Bulletins paroissiaux
- Pharmacies
- Caisses populaires
- Dépanneurs
- Écoles primaires et secondaires (parents)
- Garderies (parents)
- Panneaux lumineux à l'entrée des municipalités
- Publi-sac
- Recherche-Action

Autres endroits (suite)

- Centre local d'emploi (Sécurité du revenu et Emploi-Québec)
- Restaurants
- Bibliothèques
- Bouche à oreille dans le milieu
- Résidences pour personnes âgées
- Centres communautaires
- Stations-service
- Aide juridique
- Bureau municipal des loisirs
- CLSC
- Cliniques médicales
- Épicerles
- Bureau de poste
- Pare-brise des autos
- Publications locales (groupes communautaires et municipalités)
- Endroits où il y a un babillard

QUESTION 3

Avez-vous déjà effectué l'une des activités suivantes afin de recruter des participants?

Porte-à-porte **39,3%**

Tenue de kiosques dans les endroits publics **78,6%**

- Pharmacie
- Caisse populaire
- Épicerie
- Centre commercial
- Écoles primaire et secondaire
- Braderie (vente trottoir)
- Foire agro-alimentaire
- Hôpital
- Colloque
- Bingo
- Fête de quartier
- Salon de la famille
- Salon de la femme
- Salon des bénévoles
- Salon du livre
- Salon du printemps
- Journée de la culture
- Toute autre journée ou tout autre salon thématiques

Travail de rue **10,7%**

- Aller dans les endroits qui intéressent les apprenants

QUESTION 4

Selon vous, dans le matériel, les endroits et les activités énumérés dans la page précédente, qu'est-ce qui est le plus efficace pour recruter des participants?

Commentaires	Groupes
Affiches, références du centre de santé et organismes communautaires, radio	Groupe Alpha des Etchemins, Lac-Etchemin
Il n'y a rien de magique! Tous les moyens, tous les endroits sont importants. Plus de personnes sont sensibilisées dans un milieu, plus les chances de rejoindre les personnes analphabètes seront grandes!	Un Mondalire, Montréal
Porte-à-porte (secteurs défavorisés)	Alpha Stoneham, Stoneham
Le bouche à oreille	Centre de croissance d'Abitibi-Ouest, LaSarre
Affiches et journaux locaux	Les Grands Débrouillards, Valleyfield
Bingo, soupe populaire, comptoir vestimentaire, centre du livre usagé.	Le sac à mots, Cowansville
Pour nous, le bouche à oreille s'avère le plus efficace. En ce qui a trait au jeu géant de sensibilisation et de recrutement, les tournées avec celui-ci sont trop récentes pour en évaluer les retombées.	La Clé en éducation populaire de Maskinongé, Louiseville
Agenda	Centre alpha des Basques, Trois Pistoles
Affiches dans des lieux précis (Métro, caisse populaire, dépanneur,...) Code d'accès (TQS)	Lis-moi tout Limoilou, Québec
Radio, organismes communautaires	Centre d'activités populaires éducatives (CAPE), LaTuque
Lettre-type, radio locale, télévision communautaire	Alpha-Entraide, Charny

Commentaires	Groupes
Affiches dans les différents commerces (il faut sensibiliser la population en général pour que la majorité des personnes connaissent la ressource et puissent y référer des participants)	Centre d'éducation populaire de Pointe-du-Lac(CDPPDL) Pointe-du-Lac
Toutes les promotions au local. Téléphones, visites, kiosques, journaux	BAC Mot-à-Mot, Saint-Ambroise
Le bouche à oreille	POPCO inc., Port-Cartier
Kiosques, rencontres avec les gens	Pouvoir des mots, Gaspé
La radio et les journaux locaux	CLE, Montréal
Bouche-à-oreille, organismes communautaires	COMSEP, Trois-Rivières
Le recrutement par les pairs. Le recrutement par l'entremise d'un autre groupe populaire (exemple: cuisines collectives, groupes en santé mentale). Recrutement par l'aide sociale ou le CLSC.	Ludolettre, Saint-Léonard d'Aston
Les napperons et les signets qui ont été distribués dans les restaurants de notre région. Suite à cette activité, il y a eu quelques inscriptions à nos cours d'alphabétisation.	Griffe d'alpha, Mont-Laurier
Porte-à-porte et journaux	EBYON, Cap-de-la-Madeleine
Organismes communautaires (bouche à oreille). Affiches.	Alpha-Témis, Laverlochère
Le bouche à oreille, participants motivés qui s'organisent un groupe. Visibilité dans les salons de l'emploi et de la formation. Contacts avec d'autres organismes (centre de jour).	Clé en main, Saint-Jean-Port-Joli
Dans notre cas, c'est le bouche à oreille et l'échange avec les autres groupes communautaires.	Collectif plein de bon sens, New Richmond
Pour l'instant, ce sont les communiqués dans le journal local et la référence des organismes et des intervenants du milieu.	Au fil des mots de Saint-François, Laval
La radio communautaire (pour les hispanophones en alpha-francisation). Les annonces dans les journaux de quartiers pour les francophones.	La Jarnigoine, Montréal

Commentaires	Groupes
Aucune, ou encore les contacts avec les groupes communautaires. Ce qui fonctionne le plus, c'est le recrutement par les pairs, ou "bouche à oreille".	CEDA, Montréal
Rencontres avec intervenants des groupes communautaires et gouvernementaux avec présentation de nos services et matériel publicitaire.	Le Coin Alpha, Saint-Jérôme

QUESTION 5

Avez-vous déjà expérimenté une activité de recrutement "inhabituelle" qui s'est avérée très efficace?

Oui: **42,9%**

Non: **53,6%**

Pas de réponse: **3,5%**

Activités	Groupes
•Portes ouvertes •Visites des clubs sociaux	Centre d'éducation populaire de Pointe-du-Lac(CDPPDL) Pointe-du-Lac
•Portes ouvertes avec tirage •Partenariat (tu amènes quelqu'un et tu as un cadeau)	BAC Mot-à-Mot, Saint-Ambroise
•Dictée concours •Chronique à la radio communautaire	Pouvoir des mots, Gaspé
•Offrir à un organisme d'entraide en santé mentale et à une résidence de personnes âgées de se rendre dans leurs locaux pour animer des ateliers. Les apprenants sont déjà sur place	EBYON, Cap-de-la-Madeleine
•Pour les latinos: les aborder directement lors d'événements extérieurs (fêtes, vente-trottoir) •Annonce au micro à l'église.	La Jarnigoine, Montréal
•Témoignage d'une personne analphabète à la radio communautaire •Intervention théâtrale	Groupe Alpha des Etchemins, Lac Etchemin
•Porte-à-porte avec remise d'un objet (cadeau) identifié à Alpha Stoneham avec toutes nos coordonnées (exemple: petite règle, loupe, ouvre-lettres, tableau afficheur magnétique pour le réfrigérateur).	Alpha Stoneham, Stoneham
•"Droit de parole": style de rencontre organisée avec des apprenants qui ont fait des témoignages. L'animateur jouait aussi un grand rôle.	Alpha-Témis, Laverlochère

Activités	Groupes
•Recrutement par les participants.	Centre Alpha des Basques, Trois-Pistoles
•Personnages déguisés en troubadours qui faisaient des apparitions publiques en livrant un message en distribuant des dépliants (supermarché, perron d'église, place publique, événements, etc.).	C.S.M.L., Sainte-Julienne
•Une lettre-type envoyée dans tous les domiciles.	Alpha-Entraide, Charny
•Nous avons réalisé un guide de recrutement pour hommes 20-39 ans.	Les ateliers mot-à-mot du SAC Anjou inc., Anjou
•Depuis 2 ans maintenant, nous avons ouvert un centre du livre usagé. Ce service offre à la communauté de venir sur place, dans les locaux de l'organisme, acheter des livres bien sûr, mais aussi de découvrir les autres services du groupe.	Sac à mots, Cowansville

QUESTION 5

Généralement, quel pourcentage de votre budget annuel est attribué au recrutement des participants?

Nombres de répondants	Réponses
4 répondants	?
1 répondant	peu
3 répondants	3000,00\$ 1000,00\$ 200,00\$
20 répondants	Entre 0 et 20%

La moyenne du pourcentage du budget annuel consacré au recrutement est de **7 %**

Annexe 1: Merci aux groupes rencontrés

NOM DES GROUPEs	VILLES
ARDOISE DU BAS-RICHELIEU	Sorel
L'ÉCRIT-TOT DE SAINT-HUBERT	Saint-Hubert
COMQUAT INC.	Ile Perrot
ALA	Lacolle
CALM	Marleville
CAHY	Granby
CAB	Iberville
CEPA	Châteauguay

Annexe 2: Merci aux groupes qui ont répondu au questionnaire

NOM DES GROUPES	VILLES
LES ATELIERS MOT-À-MOT DU S.A.C. ANJOU INC.	Anjou
CENTRE DE LECTURE ET D'ÉCRITURE	Montréal
COMITÉ D'ÉDUCATION DES ADULTES DE ST-HENRI	Montréal
LA JARNIGOINE	Montréal
UN MONDALIRE	Montréal
LE SAC À MOTS	Cowansville
LES GRANDS DÉBROUILLARDS	Valleyfield
COOP. DE SERVICES MULTIPLES LANAUDIÈRE	Sainte-Julienne
CENTRE D'ALPHABÉTISATION DES BASQUES	Trois-Pistoles
LA GRIFFE D'ALPHA	Mont-Laurier
COLLECTIF PLEIN DE BON SENS	New Richmond
REGR. DES CENTRES MOT-À-MOT	Saint-Ambroise
AU FIL DES MOTS DE ST-FRANÇOIS	Laval
ALPHA STONEHAM	Stoneham
CENTRE D'ÉDUCATION POPULAIRE DE POINTE-DU-LAC	Pointe-du-lac
CENTRE D'ACTIVITÉ POPULAIRE ET ÉDUCATIVE	La Tuque
COMSEP	Trois-Rivières
EBYON	Cap-de-la-Madeleine
LA CLÉ EN ÉDUCATION POPULAIRE DE MASKINONGÉ	Louiseville
LUDOLETTRE	Saint-Léonard-d'Aston
ALPHA-TÉMIS	Laverlochère
CENTRE DE CROISSANCE D'ABITIBI-OUEST	La Sarre/Abitibi
ALPHA ENTRAIDE DES CHUTES-DE-LA-CHAUDIÈRE	Charny
CLÉS EN MAIN	Saint-Jean-Port-Joli
POPCO INC.	Port-Cartier
GROUPE ALPHA DES ETCHÉMINS	Lac Etchemin
LE COIN ALPHA	Saint-Jérôme
LIS-MOI TOUT LIMOILLOU	Québec
LE POUVOIR DES MOTS	Gaspé