

# Analyse des offres et des canaux d'information appropriés aux besoins des groupes cibles en matière de petite enfance, de santé, d'éducation et de développement de la petite enfance

Mars 2015

Bülent Kaya et Theres Egger en collaboration avec Livia Bannwart

Mandatée par le Secrétariat d'Etat aux migrations, le Programme national de prévention et de lutte contre la pauvreté 2014-2018 et l'Office fédéral de la santé publique

Ce projet a bénéficié du soutien financier du Secrétariat d'Etat aux migrations, de l'Office fédéral des assurances sociales dans le cadre du Programme national de prévention et de lutte contre la pauvreté 2014-2018 et de l'Office fédéral de la santé publique dans le cadre du Programme national Migration et santé 2014-2017

# Table des matières

<b>ZUSAMMENFASSUNG</b> .....	<b>3</b>
<b>RÉSUMÉ</b> .....	<b>7</b>
<b>1 INTRODUCTION</b> .....	<b>10</b>
1.1 CONTEXTE.....	10
1.2 OBJECTIFS DU MANDAT, QUESTIONS ET LIMITES .....	11
1.3 ELÉMENTS DE MÉTHODE.....	12
1.4 STRUCTURE DU RAPPORT, REMERCIEMENTS ET LANGAGE ÉPICÈNE.....	13
<b>2 RÉSULTATS</b> .....	<b>14</b>
2.1 ETAT DES LIEUX: CATÉGORISATION DES OFFRES ET DES CANAUX D'INFORMATION .....	14
2.1.1 <i>Offres et canaux d'information destinés aux groupes cibles socialement défavorisés: précisions</i> .....	15
2.1.2 <i>Matériel d'information</i> .....	17
2.1.3 <i>Communication interpersonnelle</i> .....	20
2.2 ATELIERS DE DISCUSSION: PERCEPTION DES ACTEURS .....	22
2.2.1 <i>Appréciation générale des participants sur les résultats de l'état des lieux</i> .....	22
2.2.2 <i>Disponibilité des offres et des canaux d'information</i> .....	23
2.2.3 <i>Accessibilité des offres et des canaux d'information</i> .....	24
2.2.4 <i>Définition et atteinte du public cible</i> .....	27
2.2.5 <i>Qualité des offres et des canaux d'information</i> .....	29
2.2.6 <i>Coopération et coordination des offres et des canaux d'information</i> .....	31
<b>3 DISCUSSION DES RÉSULTATS SAILLANTS</b> .....	<b>31</b>
<b>4 EN GUISE DE CONCLUSION: RECOMMANDATIONS</b> .....	<b>35</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE</b> .....	<b>41</b>
<b>ANNEXES</b> .....	<b>42</b>
ANNEXE I: TABLEAUX RELATIFS AUX RÉSULTATS DE L'ÉTAT DES LIEUX .....	42
ANNEXE II: DÉMARCHE MÉTHODOLOGIQUE.....	62
ANNEXE III: GUIDE DE DISCUSSION DESTINÉ AUX ATELIERS DE DISCUSSION.....	65
ANNEXE IV: LISTE DES PARTICIPANTS AUX ATELIERS DE DISCUSSION.....	66

## Zusammenfassung

*Analyse der zielgruppengerechten Informationsangebote und -kanäle im Bereich frühe Kindheit, Gesundheit, Erziehung und frühe Förderung*

Das Schweizerische Rote Kreuz (SRK) wurde zusammen mit dem Büro für arbeits- und sozialpolitische Studien (BASS) beauftragt, die zielgruppengerechten Informationsangebote und -kanäle im Bereich frühe Kindheit, Gesundheit, Erziehung und frühe Förderung zu analysieren. Diese Analyse gründet auf verschiedenen Initiativen, die in der Schweiz auf unterschiedlichen Ebenen bereits eingeleitet wurden. Zu nennen sind vor allem zwei neuere Initiativen: Die eine betrifft den Integrationsdialog «Aufwachsen – Gesund ins Leben starten». In diesem Rahmen sollen konkrete Massnahmen eingeführt werden, um die Rahmenbedingungen für die körperliche, psychische und soziale Entwicklung aller Kinder unabhängig von ihrer Herkunft ab den ersten Lebenstagen zu verbessern. Eine weitere Initiative wurde kürzlich vom Bundesamt für Sozialversicherungen (BSV) lanciert: Das Nationale Programm zur Prävention und Bekämpfung von Armut 2014-2018 legt den Schwerpunkt auf vier Handlungsfelder; eines davon betrifft die Unterstützung sozioökonomisch benachteiligter Kinder im Vorschul- und Schulalter.

### Ziele des Mandats

Das Ziel besteht in erster Linie darin, in den drei Sprachregionen die bestehenden Informationsangebote und -kanäle zu analysieren, die sich an die sozioökonomisch benachteiligten Zielgruppen richten und die sich auf die Themen Schwangerschaft, Geburt, Gesundheit sowie frühe Förderung beziehen. Im Rahmen der Analyse soll eine Gesamtsicht erarbeitet werden, die jedoch nicht den Anspruch erhebt, vollständig und abschliessend zu sein. Zudem ist die Analyse darauf ausgerichtet, die Wahrnehmung der Informationsanbieter und weiterer wichtiger Akteure des Bereichs in Bezug auf Fragen wie die Verfügbarkeit, die Zugänglichkeit und die Qualität der Informationsangebote und -kanäle sowie die Erreichung der Zielgruppen zu erfassen. Die Analyse wird dem Bund, den Kantonen, Städten und Gemeinden sowie den verschiedenen Berufsverbänden als Grundlage für Abhilfemassnahmen dienen, die sie treffen möchten, um die bestehenden Informationslücken zu schliessen und die Zugänglichkeit der bestehenden Informationsangebote für die Zielgruppen zu verbessern.

### Methode

Die Analyse umfasst drei Module, die je eine spezifische Ausrichtung aufweisen. Das erste Modul hat zum Ziel, eine Bestandesaufnahme der spezifischen Informationsangebote und -kanäle vorzunehmen, die sich an die sozioökonomisch benachteiligten Gruppen richten. Konkret geht es darum, die bestehende Dokumentation und die verfügbaren Plattformen mit Informationsangeboten (wie die Datenbank *migesplus*) zu prüfen und zu analysieren. Diese Bestandesaufnahme wird durch eine zusätzliche, gezielte Internetrecherche sowie durch weiterführende Informationen ergänzt, die bei bestimmten Informationsanbietern beschafft werden. Mit dem zweiten Modul sollen die Resultate des ersten Moduls vertieft und die Wahrnehmung der Informationsanbieter, der Fach- und Ansprechpersonen und von Organisationen in Erfahrung gebracht werden, die verschiedene benachteiligte Gruppen vertreten. Dazu wurden in der Deutschschweiz und in der Westschweiz zwei Diskussionsveranstaltungen mit vier Unterarbeitsgruppen organisiert.

Das dritte Modul bezieht sich auf die Analyse der Informationen, die mit den ersten beiden Modulen beschafft wurden, um Feststellungen zur Gesamteinschätzung der Informationsangebote und -kanäle sowie Denkanstösse im Hinblick auf die Verbesserung und Optimierung der Praxis in diesem Bereich zu erarbeiten.

### Resultate

### *Verfügbarkeit der Informationsangebote und -kanäle*

Die Resultate der Bestandesaufnahme zeigen, dass im Frühbereich eine relativ breite Palette von Informationsangeboten besteht. Während im Bereich Gesundheit eine Konzentration auf gedrucktes Material festzustellen ist, sind die Angebote, die im Bereich Erziehung und frühe Förderung bestehen, eher auf die interpersonale Kommunikation ausgerichtet. In Bezug auf das Informationsmaterial weisen die Resultate darauf hin, dass mehr gedruckte als audiovisuelle Materialien vorliegen. Die einzelnen Informationskanäle scheinen entsprechend den verschiedenen Themen des Bereichs unterschiedlich genutzt zu werden. Viele Angebote (Programme und Projekte) sind hauptsächlich auf Kantons- oder Gemeindeebene angesiedelt. Offensichtlich werden nur sehr wenige Angebote multipliziert, während in einigen Kantonen oder Regionen eine Reihe ähnlicher Programme und Projekte bestehen. Bei der Entwicklung von Angeboten, die sich spezifisch an die benachteiligte Zielgruppe richten, scheint die Nutzung des Internets und der neuen Medien weniger verbreitet zu sein. Aus den Resultaten der Workshops geht zudem hervor, dass die grösste Herausforderung darin besteht, die verfügbaren Angebote zu optimieren. Eine Lücke besteht bei den Angeboten, die sich an Männer (Väter) richten, und bei der Ausschöpfung des Potenzials, das die neuen Medien (Apps usw.) für die Entwicklung von gezielten Informationsangeboten bieten.

### *Zugänglichkeit der Informationsangebote und -kanäle*

Ein Faktor, der die Zugänglichkeit beeinflusst, ist die Art und Weise, wie das Informationsmaterial verbreitet wird und wie die Informationen zu den verfügbaren Angeboten abgegeben werden. Je mehr Beratung und Begleitung in der Praxis geboten wird, desto stärker wird die Zugänglichkeit erleichtert. Nach Ansicht der Teilnehmenden ist die Aufnahme der Informationen besser gewährleistet, wenn diese von Fachpersonen und in einer Interaktionssituation abgegeben werden. Bei den Angeboten, die an zielgruppennahen Orten stattfinden, ist die Zugänglichkeit grösser als an versteckten und nicht sichtbaren Orten. Zudem trägt die gemischte und ergänzende Nutzung verschiedener Informationskanäle bei der Abgabe der Informationen dazu bei, den Zugang zu den Informationen zu erleichtern.

### *Zielgruppe*

Benachteiligungssituationen sowie die Kategorien von besonders verletzlichen Personen, die sich daraus ableiten, werden durch eine Vielzahl von Faktoren bestimmt. In einigen Gruppen häufen sich die negativen Auswirkungen dieser Faktoren. Dies gilt vor allem für bestimmte Migrantenfamilien, für Eltern mit psychischen Problemen oder behinderten Kindern sowie für viele junge alleinerziehende Mütter (16-20 Jahre). Eine weitere schwer erreichbare benachteiligte Gruppe sind bestimmte Familien ohne Migrationshintergrund, die besonders von Armut betroffen sind, aufgrund von Schamgefühlen zurückgezogen und isoliert leben und keine Sozialhilfe beziehen.

Bei den Interventionen, die darauf abzielen, die besonders benachteiligten Personen zu erreichen, muss das Hauptziel darin bestehen, diese Personen möglichst früh zu erfassen, sie während einer gewissen Zeit spezifisch zu betreuen und sie dann in die allgemeinen Angebote zu integrieren, die sich an die breite Bevölkerung richten und in denen nicht nach sozialen Schichten oder Geschlecht unterschieden wird. In Bezug auf die Erreichung der Zielgruppe muss die zentrale Rolle betont werden, die den verschiedenen Akteuren und den institutionellen Strukturen zukommt (Kinderärzte, Hebammen, Familienplanungsstellen, Elternbildung, Krippen usw.).

Verschiedene leistungsfähige Instrumente erleichtern es, die besonders benachteiligten Personen zu erreichen: Hausbesuche, niederschwellige Angebote, Netzwerk der Fachpersonen (Kinderärzte, Pflegepersonal, Berater usw.), Zusammenarbeit mit Sozialdiensten, Ansprechpersonen, Multiplikatoren, lokale Medien und Migrantenmedien, um nur einige zu nennen. Auch interkulturelle

Zentren, Familienplanungsstellen, Apotheken und Einkaufszentren eignen sich gut, um die Betroffenen mit niederschweligen Angeboten anzusprechen.

#### *Qualität der Informationsangebote und -kanäle*

Für die Evaluation der Qualität der Angebote müssen ein spezifisches, differenziertes Vorgehen und eine entsprechende Methode eingesetzt werden, die auf den Angebotstyp abgestimmt sind. Zudem muss die Evaluation anhand bestimmter vorgängig festgelegter Kriterien erfolgen, die es ermöglichen, verschiedene Angebote der gleichen Kategorie untereinander zu vergleichen. Für den Frühbereich liegt kein solches Instrument vor. Es ist nicht immer klar ersichtlich, an wen sich das Informationsmaterial richtet: an die Fachpersonen oder an die Zielgruppe. Was die allgemeine Einschätzung der Qualität des gedruckten Materials anbelangt, wurden in den Workshops folgende Feststellungen gemacht: Das gedruckte Material ist für die Zielgruppe oft schwer verständlich und enthält in der Regel zu viel Text und nicht genügend Fotos. Die Broschüren sind nicht spielerisch gestaltet und enthalten kaum Abbildungen. Aus qualitativer Sicht ist die Übersetzung einiger Broschüren nicht optimal. Es wird kein gesichertes Verfahren zur Abstimmung der Informationen auf die Realität der Zielgruppe angewandt. Was die interpersonalen Angebote anbelangt, haben nicht nur die angewandte Methode, sondern auch der Aufbau von Vertrauen und die Aufnahmekultur einen direkten Einfluss auf die Qualität. Ebenso gewährleistet der Beizug von interkulturellen Übersetzern in bestimmten Situationen eine gewisse Qualität. Die Informationen im Internet werden nicht systematisch auf den neuesten Stand gebracht.

*Zusammenarbeit und Koordination der Informationsangebote und -kanäle:* Es ist wichtig, dass die Angebote die Synergien nutzen, die zwischen ihnen bestehen, und sich auf eine enge Zusammenarbeit zwischen den Akteuren des Frühbereichs stützen. Von grosser Bedeutung ist auch der Informations- und Erfahrungsaustausch zwischen den verschiedenen Akteuren, sowohl im Hinblick auf die Optimierung der verfügbaren Angebote als auch auf die Entwicklung neuer Angebote und geeigneter Methoden. Zudem ist Netzwerkarbeit notwendig, um weitere Institutionen (religiöse Institutionen, Interessengruppen) und Akteure der Zivilgesellschaft (Multiplikatoren, Ansprechpersonen, Vereine) einzubeziehen und die Anstrengungen zu koordinieren, die sie im Frühbereich unternehmen. Eine erhebliche Lücke, die jedoch auch ein grosses Potenzial bietet, besteht bei der Vernetzung der Angebote und der Erfahrungen der Akteure auf lokaler sowie auf regionaler und nationaler Ebene.

#### **Empfehlungen**

Ausgehend von den erhaltenen Resultaten können wir eine Reihe von Empfehlungen formulieren. Hier sollen nur die wichtigsten genannt werden:

- Die Nutzung der bestehenden Informationsangebote und -kanäle optimieren und empfehlenswerte Vorgehensweisen ausweiten
- Das bestehende (gedruckte und audiovisuelle) Informationsmaterial bei Fachpersonen und Spezialisten besser bekannt machen (zum Beispiel über den Aufbau eines online aufgeschalteten «nationalen Registers»)
- Eine angemessene und ausreichende Verfügbarkeit der Informationsangebote und deren Zugänglichkeit für Personen gewährleisten, die in Randgebieten und auf dem Land leben
- Angebote entwickeln, die sich spezifisch an Männer (Väter) richten, um die diesbezügliche Lücke zu schliessen
- Sicherstellen, dass sich die Fachpersonen aus der Praxis dafür einsetzen, dass der Übergang von einem Angebot zu einem anderen zusammen mit einer stufengerechten Förderung erfolgt

- Die Fachpersonen unterstützen, indem ihnen Arbeitsinstrumente zur Verfügung gestellt und Ausbildungen zu den Herausforderungen angeboten werden, die mit der Erreichung der benachteiligten Zielgruppe und der optimalen Art der Arbeit mit dieser Zielgruppe verbunden sind
- Sinnvoll ist die Zusammenarbeit mit Sozialdiensten und anderen Institutionen, wie Regionalen Arbeitsvermittlungszentren (RAV) oder Schuldenberatungsstellen, um die Personen zu erreichen, die von Sozialhilfe abhängig und/oder von Armut betroffen sind
- Es wäre zu wünschen, dass die Geldgeber die Erreichung der verletzlichen Zielgruppen als ein Kriterium bei der Finanzierung der Projekte berücksichtigen
- Auf Institutioneller Ebene wäre es wichtig zu klären und festzulegen, welche Stelle in welchen Bereichen für eine Koordination zuständig ist
- Die Vernetzung zwischen den Informationsanbietern auf lokaler, regionaler und nationaler Ebene fördern

## Résumé

La Croix-Rouge suisse (CRS) en partenariat avec le Bureau d'études de politique du travail et de politique sociale (BASS) a été chargée d'analyser les offres et les canaux d'information appropriés aux besoins des groupes cibles en matière de petite enfance, de santé, d'éducation et de développement de la petite enfance. La raison d'être de cette démarche réside dans plusieurs initiatives déjà entreprises en Suisse à divers niveaux. Les plus récentes sont: l'initiative du dialogue sur l'intégration «Dès la naissance – Entrer dans la vie en pleine santé» afin d'envisager des mesures concrètes destinées à améliorer les conditions-cadres du développement physique, psychique et social de tous les enfants dès leurs premiers jours de vie, quelle que soit leur origine. Une autre initiative récente est le Programme national de prévention et de lutte contre la pauvreté 2014-2018<sup>1</sup>, lancé par l'Office fédéral des assurances sociales (OFAS), qui met l'accent sur quatre champs d'action dont l'un concerne le soutien aux enfants socialement défavorisés en âge préscolaire et scolaire.

### Objectifs du mandat

L'objectif est en premier lieu d'analyser, les offres et les canaux d'information existants destinés aux groupes cibles socioéconomiquement défavorisés et en rapport avec les thèmes de la grossesse, de l'accouchement, de la santé ainsi que du développement de la petite enfance. Outre la vue d'ensemble, qui ne prétend pas être exhaustive et complète, l'analyse vise également à recueillir les perceptions des prestataires d'information et d'autres acteurs importants dans le domaine quant aux enjeux tels que la disponibilité, l'accessibilité et la qualité des offres et canaux d'information ainsi que l'atteinte du public cible. L'analyse servira de base à la Confédération, aux cantons, aux villes et aux communes ainsi qu'aux différentes organisations professionnelles qui souhaitent mettre en œuvre des mesures correctives afin de combler les lacunes en la matière.

### Méthode

L'analyse s'articule selon trois modules impliquant chacun une démarche particulière. Le premier module se donne pour objectif de réaliser un état des lieux des offres et des canaux d'information spécifiques destinés aux groupes socioéconomiquement défavorisés. Concrètement, il s'agit d'explorer et d'analyser les documentations et les plateformes d'offres d'information disponibles (comme la base de données de *migesplus*). Cet inventaire est complété par une recherche supplémentaire et ciblée sur Internet et par des informations complémentaires obtenues auprès de certains prestataires d'information. Le deuxième module se propose d'approfondir les résultats du premier module et de recueillir les perceptions des prestataires d'information, des experts et des personnes clés ou d'organisations représentant différents groupes défavorisés. Pour ce faire, deux ateliers de discussion se composant de quatre sous-groupes de travail ont été organisés en Suisse alémanique et en Suisse romande.

Le troisième module porte sur l'analyse des informations obtenues et sur l'élaboration des sets de réflexions dans une perspective d'amélioration et d'optimisation de la pratique en la matière.

### Résultats

#### *Disponibilité des offres et canaux d'information*

Les résultats de l'état des lieux montrent qu'il existe une palette relativement importante d'offres d'information dans le domaine de la petite enfance. Si l'on observe une concentration du matériel imprimé en matière de santé, ce sont plutôt des offres de communication interpersonnelle qui

---

<sup>1</sup> Pour plus de détails, cf. [www.contre-la-pauvrete.ch](http://www.contre-la-pauvrete.ch)

caractérisent les offres disponibles en matière d'éducation et de développement de la petite enfance. En ce qui concerne le matériel d'information, les résultats indiquent qu'il existe plus de matériel imprimé qu'audiovisuel. L'utilisation de divers canaux d'information semble varier suivant les différents thèmes du domaine. Beaucoup d'offres (programmes et projets) se situent principalement au niveau cantonal ou communal. Très peu d'offres semblent être multipliées, alors qu'il existe un certain nombre de programmes et de projets similaires dans certains cantons ou régions. L'utilisation d'Internet et des nouveaux médias semble être une pratique moins répandue dans le développement d'offres spécifiquement destinées au groupe cible défavorisé. Par ailleurs, il ressort des résultats des ateliers que l'enjeu principal est de mieux optimiser celles qui sont disponibles. Il existe toutefois une lacune en ce qui concerne les offres destinées aux hommes (pères) et exploitant le potentiel des nouveaux médias (applications, etc.) pour le développement des offres d'information ciblées.

#### *Accessibilité des offres et canaux d'information*

Le mode de distribution du matériel d'information et de transmission des informations sur les offres disponibles est un facteur influant sur l'accessibilité. Plus l'orientation et l'accompagnement sur le terrain sont importants, plus on facilite l'accessibilité. Les participants estiment que la réception et des informations sont mieux assurées si leur transmission se fait par le biais de professionnels et dans un contexte d'interaction. L'accessibilité est plus grande pour les offres se déroulant dans les lieux proches du public cible que dans les lieux cachés et invisibles. Par ailleurs, l'utilisation mixte et complémentaire de différents canaux d'information dans la transmission des informations contribue à faciliter l'accès aux informations.

#### *Public cible*

Les facteurs déterminants des situations désavantagées ainsi que les catégories de personnes les plus vulnérables qui en découlent sont multiples. Certains groupes cibles accumulent les effets négatifs de ces facteurs, notamment certaines familles migrantes, des parents ayant des troubles psychiques ou des enfants handicapés ainsi que beaucoup de jeunes mères monoparentales (16-20 ans). Certaines familles sans parcours migratoire particulièrement concernées par la pauvreté, vivant en retrait et de manière isolée en raison des sentiments de honte et ne bénéficiant pas d'aide sociale, constituent aussi un groupe défavorisé difficilement atteignable.

L'objectif principal des interventions ciblées destinées à atteindre les personnes les plus défavorisées doit être de les détecter le plus tôt possible et de les intégrer, après une prise en charge spécifique pour un certain temps, dans les offres universelles destinées à tout le monde et mixtes sur le plan des couches sociales et du sexe. Il importe de souligner, dans l'atteinte du public cible, le rôle central que jouent les acteurs et les structures institutionnels (pédiatres, sages-femmes, centres de planning familial, formation des parents, des crèches, etc.).

Quelques moyens efficaces facilitent l'atteinte des personnes les plus défavorisées: les visites à domicile, les offres à bas seuil, la chaîne des professionnels (pédiatres, personnel infirmier, conseillers, etc.), la collaboration avec les services sociaux, les personnes clés, les multiplicateurs, les médias locaux et les médias-migrants, pour n'en citer que quelques-uns. De même, les centres interculturels, les centres de planning familial, les pharmacies et les centres commerciaux se prêtent mieux pour approcher les personnes concernées avec des offres à bas seuil.

#### *Qualité des offres et canaux d'information*

L'évaluation de la qualité des offres nécessite une démarche et une méthode particulières et différenciées suivant le type d'offre. De plus, elle doit se faire sur la base de certains critères préalablement définis et permettant la comparabilité entre différentes offres de même catégorie. Un tel outil dans le domaine de la petite enfance fait défaut. Il n'est pas toujours évident d'identifier le



destinataire du matériel d'information - les professionnels ou le public cible. Quant à l'appréciation générale de qualité du matériel imprimé, les constats suivants ont été mentionnés dans les ateliers: le matériel imprimé est souvent difficilement compréhensible par le public cible, contient en général trop de texte et pas assez de photos. Les brochures sont peu ludiques et peu illustrées. La traduction de certaines brochures n'est pas optimale du point de vue de la qualité. La démarche visant à adapter les informations à la réalité du public cible n'est pas acquise. En ce qui concerne les offres de communication personnelle, outre la méthode appliquée, l'établissement de la confiance et la culture d'accueil sont les éléments influant directement sur la qualité. De même, le recours aux interprètes communautaires dans certaines circonstances assure une certaine qualité. Les informations sur Internet ne sont pas systématiquement mises à jour.

*Coopération et coordination des offres et des canaux d'information:* il est important que les offres reposent sur de solides synergies entre elles ainsi que sur une forte collaboration entre les acteurs du domaine de la petite enfance. De plus, l'échange d'informations et d'expériences entre divers acteurs est d'une grande importance tant au niveau de l'optimisation des offres disponibles qu'au niveau du développement de nouvelles offres et de méthodes adéquates. Le travail de réseau est également nécessaire afin d'impliquer d'autres institutions (institutions religieuses, groupes d'intérêt) des acteurs de la société civile (multiplicateurs, personnes clés, associations) et coordonner leurs efforts déployés dans le domaine de la petite enfance. Néanmoins, il existe une grande lacune, mais aussi un important potentiel dans la mise en réseau des offres et des expériences des acteurs au niveau local comme au niveau cantonal et national.

## **Recommandations**

Les résultats obtenus nous permettent de formuler une série de recommandations que nous en mentionnons les plus importants:

- Optimiser l'utilisation des offres et des canaux d'information existants et étendre de bonnes pratiques ;
- Rendre plus visible le matériel d'information (imprimé et audiovisuel) existant auprès des professionnels et des spécialistes (via la mise en place d'un «registre national» en ligne, par exemple) ;
- Garantir une disponibilité adéquate et suffisante des offres d'information et leur accessibilité aux personnes habitant en périphérie et à la campagne ;
- Développer des offres spécifiquement destinées aux hommes (pères) afin de combler la lacune en la matière ;
- S'assurer que les professionnels du terrain s'engagent à ce que le passage d'une offre à l'autre soit accompagné d'une logique de promotion en chaîne;
- Soutenir le corps professionnel en mettant des outils de travail à sa disposition et en lui offrant des formations sur les enjeux relatifs à l'atteinte du public cible défavorisé et à la façon de travailler de manière optimale avec ce dernier ;
- Collaborer avec les services sociaux ou d'autres institutions, comme par exemple les offices régionaux de placement (ORP) ou les services de désendettement, pour atteindre des personnes dépendantes de l'assistance sociale et/ou touchées par la pauvreté ;
- Il serait important que les financeurs de projets incitent à la prise en compte de l'atteinte du public cible défavorisé lors des demandes de financement ;
- Clarifier et définir quel service institutionnel, et dans quels domaines, peut être responsable de la coordination, de la coopération et du réseautage en matière de petite enfance ;
- Favoriser le réseautage entre les prestataires d'information à l'échelon national, cantonal et local.

# 1 Introduction

## 1.1 Contexte

La Conférence tripartite sur les agglomérations (CTA) a instauré le dialogue sur l'intégration «Dès la naissance – Entrer dans la vie en pleine santé»<sup>2</sup> afin d'envisager des mesures concrètes destinées à améliorer les conditions-cadres du développement physique, psychique et social de tous les enfants dès leurs premiers jours de vie, quelle que soit leur origine.

Dans le cadre de la CTA, la Confédération, les cantons et les communes ont ainsi décidé en juin 2013 d'établir le dialogue avec les acteurs de la société civile, dans le but d'intervenir à plusieurs niveaux pour réaliser les objectifs stratégiques suivants:

- *Compétences en matière de santé*: les familles devraient, quelle que soit leur origine, être informées des modes de vie sain et propice à la santé ainsi que des offres médicales, des offres de soutien aux familles et des offres d'encouragement de l'intégration disponibles dans leur région.
- *Accessibilité*: les familles issues de la migration devraient profiter des offres proposées dans leur région (offres de conseil et de suivi relatives à la grossesse, à l'accouchement, aux suites de couches et aux premières années du nourrisson) autant que les familles suisses.
- *Compréhension et compétence transculturelles*: les prestataires de ces offres devraient bénéficier de soutien pour faire face à la diversité des patients (par ex., interprétariat interculturel) et consolider leurs compétences transculturelles.
- *Réseautage*: les acteurs de la médecine de base et les prestataires d'offres de soutien aux familles ou d'encouragement à l'intégration devraient se mettre en réseau et avoir connaissance de leurs offres réciproques.

La réalisation des deux premiers objectifs est en rapport direct avec la diffusion des informations appropriées aux besoins des groupes cibles, et nécessite une intervention dans le domaine de l'information pour assurer l'égalité des chances en la matière. En effet, plusieurs études suisses mettent l'accent sur l'importance de l'accès à l'information pour la population migrante et de la traduction du matériel existant dans différentes langues, mais aussi sur l'adaptation du contenu aux besoins des groupes cibles défavorisés (Canova 2012; Cordey et al. 2013; Fässler 2011; Guggisberg et al. 2011). Par ailleurs, une récente revue de littérature internationale en matière de migration et information sur la santé (Kaya 2014) démontre que ce sont les groupes socialement désavantagés qui sont les plus concernés par la pauvreté informationnelle en raison des barrières d'accès à l'information et du manque de ressources (capital social, habilité, etc.).

Outre l'initiative du dialogue sur l'intégration «Dès la naissance – Entrer dans la vie en pleine santé», il y a lieu de mentionner le lancement, par l'Office fédéral des assurances sociales (OFAS), du Programme national de prévention et de lutte contre la pauvreté 2014-2018<sup>3</sup>. Le programme met l'accent sur quatre champs d'action dont l'un concerne le soutien aux enfants socialement défavorisés en âge préscolaire et scolaire.

En effet, à l'âge préscolaire, les enfants socialement défavorisés ne jouissent que rarement d'un environnement stimulant, raison pour laquelle ils connaissent un rythme de développement inférieur à celui des autres enfants. Les conditions pour un développement optimal peuvent être améliorées

---

<sup>2</sup> <http://www.dialog-integration.ch/fr/avant-l-ecole>

<sup>3</sup> <http://www.bsv.admin.ch/themen/gesellschaft/00074/01973/index.html?lang=fr>

par le biais de mesures ciblées et d'un soutien précoce. Les parents jouant un rôle primordial dans le développement des enfants, il est également crucial de les intégrer au processus, c'est-à-dire de les accompagner dans leurs tâches, de les conseiller et de les soutenir (Bildungsdirektion Kanton Zürich 2009; Moser et Lanfranchi 2008). Le Programme national veut contribuer à renforcer la sensibilisation et le soutien des enfants socialement défavorisés et de leurs familles par le biais de mesures ciblées.

Une vue d'ensemble des offres et des canaux d'information existants destinés aux groupes cibles socioéconomiquement défavorisés fait cependant défaut. De plus, on ne dispose que de peu d'éléments déterminant si les offres d'information existantes répondent de manière satisfaisante aux besoins de ces groupes et quels sont les canaux d'information qui sont les mieux adaptés à leurs besoins.

De ce fait, avoir une vue d'ensemble des offres et des canaux d'information existants et apprécier leur contenu en rapport avec les besoins des groupes socioéconomiquement défavorisés apparaissent nécessaire afin de combler les lacunes en la matière. Sur la base de ce constat, l'Office fédéral de la santé publique -OFSP, le Secrétariat d'Etat aux migrations -SEM, et l'Office fédéral des assurances sociales -OFAS ont décidé de soutenir cette démarche par une analyse des offres et des canaux existants destinés aux groupes cibles socioéconomiquement défavorisés.

## **1.2 Objectifs du mandat, questions et limites**

### ***Objectifs du mandat***

L'objectif de ce mandat est en premier lieu d'analyser, dans les trois régions linguistiques, les offres et les canaux d'information existants identifiés et destinés aux groupes cibles socioéconomiquement défavorisés et en rapport avec les thèmes de la grossesse, de l'accouchement, de la santé ainsi que du développement de la petite enfance. Sans prétendre être exhaustive, l'analyse se donne ainsi pour objectif de fournir une vue d'ensemble des offres et des canaux d'information existants destinés groupes cibles socioéconomiquement défavorisés. Elle vise également à récolter la perception des acteurs principaux en la matière quant aux enjeux tels que la disponibilité, l'accessibilité et la qualité des offres et canaux d'information ainsi que l'atteinte du public cible.

L'analyse servira de base à la Confédération, aux cantons, aux villes et aux communes ainsi qu'aux différentes organisations professionnelles qui souhaitent mettre en œuvre des mesures correctives afin de combler les lacunes en matière d'information, et d'améliorer, pour les groupes cibles, l'accessibilité des offres d'information existantes. Il s'agit en particulier d'analyser les offres et canaux en matière de petite enfance, de santé, d'éducation et de développement de la petite enfance (jusqu'à 4 ans, âge préscolaire), qui sont directement destinées aux familles et parents socialement défavorisés<sup>4</sup>, issus de la migration ou non. Dans cette perspective, il importe de noter que les offres d'information directement destinées aux professionnels ne seront pas incluses dans l'analyse.

### ***Questions de départ***

Le cahier des charges du mandat détaille précisément les questions de départ, regroupées en trois parties distinctes (A à C), la dernière concernant les recommandations.

---

<sup>4</sup> Dans le cadre de ce travail, nous nous référons au concept de vulnérabilité de la Croix-Rouge suisse (CRS) pour définir les familles et parents socialement défavorisés. Ce concept opère une distinction entre les facteurs structurels (a) et les facteurs personnels (b) qui augmentent le risque de vulnérabilité. Si les premiers engendrent des inégalités structurelles dans l'accès aux ressources de la société, les seconds (ressources limitées, par exemple) peuvent causer un handicap personnel (SRK 2013: 5-6).

Tableau 1: questions de départ

	A	B	C
	Etat des lieux et évaluation: offres et canaux d'information	Approfondissement: appréciation du contenu et de l'accessibilité	Recommandations
1	Quelles sont les offres d'information qui existent?	1	1 2 3 4
2	Quels canaux d'information sont-ils utilisés?	2	
3	Les offres d'information concernant certains thèmes font-elles défaut?		
4	L'accès aux offres et au matériel d'information est-il assuré pour des personnes ayant des difficultés linguistiques en langue locale (via traduction, interprétariat, par exemple)?		
			<p>De quelle manière peut-on améliorer l'accès aux offres et aux canaux d'information pour les familles et parents défavorisés issus de la migration ou non?</p> <p>Faut-il recourir à d'autres canaux d'information afin de mieux atteindre ce public cible?</p>

### Limites

Il est à noter que la représentativité des résultats de l'état des lieux est fortement tributaire des offres et du matériel d'information disponibles dans les bases de données et autres inventaires consultés. Etant donné qu'une vue d'ensemble complète n'est pas prévue dans le mandat, les résultats de l'état des lieux doivent être interprétés en les situant dans le contexte réel qui englobe les offres et les canaux d'information en matière de petite enfance.

De plus, une analyse de la qualité des offres et des canaux d'information (l'exactitude, la compréhensibilité et l'intégralité des informations et du message) ainsi que l'évaluation exacte de l'atteinte du public cible nécessitent des démarches beaucoup plus complexes et coûteuses. De ce fait, il nous semble difficile d'apporter une réponse précise, complète et scientifiquement plausible sur ces enjeux dans le cadre du budget alloué pour cette étude. Notre proposition s'oriente ainsi davantage vers une **maximisation de la prise en compte** des perceptions des prestataires d'information, des experts et des représentants des groupes cibles.

### 1.3 Éléments de méthode

L'analyse s'articule selon trois modules impliquant chacun une démarche particulière. Nous les expliquons très brièvement dans ce sous-chapitre. Pour le procédé méthodologique intégral, nous vous renvoyons à l'annexe II.

Le **premier module** se donne pour objectif de réaliser un état des lieux des offres et des canaux d'information spécifiques destinés aux groupes socioéconomiquement défavorisés. Concrètement, il s'agit d'explorer et d'analyser les documentations et les plateformes d'offres d'information disponibles (comme la base de données de *migesplus*). Cet inventaire est complété par une recherche supplémentaire et ciblée sur Internet et par des informations complémentaires obtenues auprès de certains prestataires d'information. Le module 1 nous a permis de répondre aux questions de départ du bloc A, soit aux questions 1, 2, 3 et 4.

Les données récoltées lors de l'état des lieux concernent les caractéristiques les plus importantes des prestataires, des offres et des canaux d'information ainsi que du public cible. Il s'agit notamment d'identifier, pour chaque offre et canal, un certain nombre d'éléments relatifs au prestataire d'information, au groupe cible, au type d'offre, aux thèmes abordés ou à la langue de parution. Ces informations ont par la suite été saisies dans une base de données (tableau Excel) puis remise aux mandants. L'approche utilisée pour la réalisation de l'état des lieux des offres et des canaux d'information est détaillée dans le chapitre 2.1.

Le **deuxième module** se propose d'approfondir les résultats du premier module et de recueillir les perceptions des prestataires d'information, des experts et des personnes clés ou d'organisations représentant différents groupes défavorisés. Pour ce faire, deux ateliers de discussion (groupes focaux) ont été organisés en Suisse alémanique et en Suisse romande, auxquels ont participé au total 30 acteurs concernés (*cf.* liste des personnes participantes à l'annexe IV). Quatre sous-groupes de travail thématiques se sont tenus de manière séparée dans chacun des deux ateliers.

Le premier sous-groupe de travail (GT1), intitulé «Santé & petite enfance» a réuni 13 acteurs concernés par les thèmes tels que *grossesse et naissance, période post-natale, allaitement, puériculture, santé dentaire, nutrition, activité, maladie* ou *protection de l'enfance*. Dans le deuxième sous-groupe de travail (GT2), intitulé «Développement de la petite enfance & éducation», se sont réunis 17 acteurs concernés par les thèmes et les enjeux en rapport avec des mesures de promotion destinées à soutenir les familles et les parents dans leurs démarches éducatives. Les discussions dans les sous-groupes se focalisent sur les principaux enjeux en rapport avec la problématique de la *disponibilité* des offres et des canaux d'information existants, de *l'accessibilité et de l'atteinte du public-cible* ainsi que de leur *qualité*.

Le **troisième module**, quant à lui, porte sur l'analyse des informations obtenues dans les modules précédents afin de répondre aux questions du bloc C. Cette démarche permet d'élaborer des constats sur l'appréciation globale des offres et des canaux d'information ainsi que des sets de réflexions dans une perspective d'amélioration et d'optimisation de la pratique en la matière.

## 1.4 Structure du rapport, remerciements et langage épique

Ce rapport a pour but de présenter les résultats de l'analyse des offres et des canaux d'information identifiés. Dans le premier chapitre, nous situons la problématique et expliquons les objectifs du mandat, les questions de départ ainsi que les démarches méthodologiques utilisées pour la réalisation de cette analyse. Le deuxième chapitre est consacré aux résultats que nous présentons en deux sous-chapitres: le sous-chapitre 2.1, rédigé en allemand avec l'accord de nos mandants, porte sur l'exploitation des résultats de l'état des lieux (Module I); le second, soit le sous-chapitre 2.2, présente les résultats des ateliers de discussion. Dans le chapitre 3, nous discutons les résultats saillants et proposons quelques perspectives. Quant au 4<sup>e</sup> chapitre, il est consacré aux recommandations en guise de conclusion. Les annexes sont au nombre de quatre, à savoir les tableaux relatifs à l'état des lieux (annexe I), l'intégralité de la démarche méthodologique (annexe

II), le guide de discussion destiné aux ateliers de discussion (annexe III) ainsi que la liste des participants aux ateliers (annexe IV).

Ce travail a bénéficié du soutien de trois institutions fédérales, à savoir l'OFSP, le SEM et l'OFAS. Nous tenons donc à les remercier de leur appui. Ce travail n'aurait pas été possible sans l'engagement des participants aux ateliers de discussion qui ont trouvé le temps pour partager avec nous leur riche expérience et connaissance de terrain.

Afin de faciliter la lisibilité de ce rapport, nous avons systématiquement utilisé la forme masculine et ce, bien que certaines appellations (migrant, participant, p.ex.) ou fonctions professionnelles (infirmier, médecin, éducateur, professionnel, etc.) se réfèrent aussi bien aux femmes qu'aux hommes. Nous prions les lecteurs et lectrices de garder à l'esprit qu'il s'agit d'une convention d'ordre pratique et que les femmes sont représentées et reconnues au même titre que les hommes sous ces appellations.

## 2 Résultats

### 2.1 Etat des lieux: catégorisation des offres et des canaux d'information

Un état des lieux et une catégorisation des offres et des canaux d'information sur la **petite enfance (jusqu'à l'âge de 4 ans)**, et notamment sur la grossesse, l'accouchement, la santé, l'éducation et le développement de la petite enfance, ont été établis afin d'alimenter et d'approfondir la discussion. L'analyse se concentre sur les offres d'information adressées **directement aux groupes cibles socialement défavorisés**; elle ne tient donc pas compte des offres destinées aux professionnels.

Une distinction est opérée entre les offres et canaux fondés sur du **matériel d'information** imprimé ou audiovisuel (brochures, feuilles d'information, DVD, par ex.) et ceux qui reposent sur la **communication interpersonnelle** (tels que cours de formation pour parents, programmes de visites à domicile, accueil parents-enfants). **Internet et les nouveaux médias** constituent un canal d'information complémentaire (plateformes traitant de thèmes spécifiques ou s'adressant à des groupes cibles particuliers, médias sociaux, etc.).

L'analyse est focalisée sur la documentation du matériel d'information et des offres de communication interpersonnelle existants. Elle se fonde sur le dépouillement des bases de données et des rapports disponibles, ainsi que – pour les offres de communication interpersonnelle – sur une recherche Internet concernant trois villes en particulier<sup>5</sup>. Le présent état des lieux ne fournit donc pas une vue d'ensemble complète ni surtout exhaustive des offres et canaux d'information relatifs à la santé, à l'éducation et au développement de la petite enfance pour l'ensemble de la Suisse. Pour cela, il aurait fallu répertorier les offres auprès de l'ensemble des acteurs présents en Suisse et dans les cantons. L'état des lieux offre cependant une vue d'ensemble systématique des offres et des canaux d'information dans le domaine de la petite enfance qui peut servir de base à une discussion approfondie sur les lacunes éventuelles dans ce domaine et les méthodes pour mieux atteindre les groupes cibles.

---

<sup>5</sup> Pour dresser l'inventaire du **matériel d'information** disponible, les bases de données de la CRS (migesplus) et de Promotion Santé Suisse (programmes d'action cantonaux pour lutter contre la surcharge pondérale chez les enfants) ont été dépouillées. Les offres de **communication interpersonnelle** ont quant à elles été recensées dans la base de données du Réseau suisse d'accueil extrafamilial et dans l'état des lieux de l'OFSP sur les «offres tenant compte de la population migrante en matière de santé reproductive et de petite enfance en Suisse» ([Hermann 2013](#)), ainsi qu'en étudiant les offres des villes de Zurich, Berne et Vernier/Genève à titre d'exemples.

Le matériel d'information et les offres de communication interpersonnelle répertoriés dans le cadre de l'analyse ont été documentés dans un tableau Excel destiné au mandant. Ce tableau comprend des informations complémentaires sur les offres, comme une description succincte et les noms des auteurs et des responsables. Il renseigne aussi sur la nature des offres, les groupes cibles, les traductions et les langues disponibles, etc. L'annexe I du présent rapport présente succinctement les offres sous forme de tableaux.

### 2.1.1 Offres et canaux d'information destinés aux groupes cibles socialement défavorisés: précisions

Le but de l'analyse est de fournir un aperçu des offres et des canaux d'information destinés aux familles et aux parents socialement défavorisés. Pour clarifier l'objet de la recherche, il est utile de commencer par préciser quelques notions telles que «groupes cibles socialement défavorisés» et «offres et canaux d'information».

#### *Qu'entend-on par «socialement défavorisé» ?*

L'information ciblée des familles et des parents d'enfants en âge préscolaire socialement défavorisés est un sujet très discuté et de nombreux termes apparaissent dans ces discussions, tels que «socialement défavorisé», «socio-économiquement défavorisé», «vulnérable», «avec ou sans parcours migratoire» ou «présentant des besoins particuliers». Qu'entendons-nous concrètement par «groupes cibles socialement défavorisés»?

La présente analyse se réfère à la notion répandue de **vulnérabilité** (utilisée entre autres par la Croix-Rouge suisse [CRS] [\(2013\)](#), qui repose sur les types de capital définis par le sociologue français Pierre Bourdieu (capital économique, capital culturel et capital social, auxquels s'ajoute le capital santé).

Le terme «vulnérabilité» désigne la fragilité fondamentale des hommes dans les différentes phases de leur vie. La vulnérabilité résulte souvent d'un concours malheureux de plusieurs facteurs de risque. Elle apparaît lorsque les **ressources économiques, culturelles, sociales ou relatives à la santé** d'une personne ne lui permettent pas de faire face à une situation critique. L'impossibilité de mobiliser les ressources nécessaires peut être engendrée par des **facteurs structurels, environnementaux ou individuels**. Il apparaît donc que la vulnérabilité est non pas un état statique, mais le résultat d'un **processus dynamique**. La CRS différencie la vulnérabilité potentielle de la vulnérabilité situationnelle et de la vulnérabilité extrême, en fonction du nombre de facteurs de risque présents.

Selon cette acception du terme, une famille ou des parents disposant de faibles ressources dans un domaine (par ex. moyens financiers) sont **potentiellement vulnérables**. Ils peuvent néanmoins échapper à la vulnérabilité grâce à d'autres ressources (par ex. un vaste réseau social). Une famille peut se retrouver dans une situation fragile lorsque ses conditions de vie changent brusquement et qu'elle n'arrive pas à faire rapidement face au changement (**vulnérabilité situationnelle**). Enfin, on considère que les familles ou les parents d'enfants en âge préscolaire cumulant plusieurs facteurs de risque (ayant peu de moyens financiers, ou éloignés de la formation, isolés sur le plan social, avec des problèmes de santé, etc.) se trouvent dans une situation de **vulnérabilité extrême**.

Lorsque l'on parle de familles ou de parents socialement défavorisés dans le présent rapport, on se réfère aux personnes vulnérables selon les acceptions ci-dessus.



## **Quels sont les offres et canaux d'information permettant d'atteindre les groupes cibles ?**

Plusieurs études soulignent l'importance d'une approche complémentaire fondée sur plusieurs canaux d'information pour accéder aux groupes cibles socialement défavorisés (entre autres [Kaya 2014](#)).

Comme nous l'avons vu, l'analyse distingue le matériel d'information, les offres de communication interpersonnelle et les offres basées sur Internet et les nouveaux médias (*Tableau 2*).

Le matériel d'information se présente sous une forme imprimée ou audiovisuelle. Le **matériel imprimé** reste l'outil de prédilection pour informer les familles et les parents sur les questions de santé et d'éducation. Il existe un vaste éventail de matériel imprimé revêtant des formes très différentes: de la brochure volumineuse informant de manière très complète sur un thème donné au dépliant illustré, en passant par les mémentos consacrés à un thème spécifique. Cette diversité ne fait que refléter la multitude des objectifs et la multiplicité des modes de diffusion et d'utilisation des imprimés sur le terrain. Les spécialistes reconnaissent que le matériel d'information fondé sur le texte ne convient pas à tous les groupes cibles (et notamment pas aux parents peu formés). Pour ce public, l'information doit être spécialement conçue (illustrée au moyen d'images ou de pictogrammes par exemple) ou transmise dans un cadre personnalisé. Afin de surmonter les obstacles et de transmettre l'information, les spécialistes recommandent souvent de recourir à du **matériel d'information audiovisuel**, dont la production est cependant plus coûteuse. La vocation de ce matériel n'est pas de remplacer les imprimés, mais de les compléter. Le matériel audiovisuel est souvent destiné à soutenir les professionnels dans leur travail avec les groupes cibles.

L'importance des relations personnelles pour transmettre des informations est incontestée, notamment lorsqu'on s'adresse à un public cible socialement défavorisé. L'accès aux groupes cibles socialement défavorisés peut passer par des professionnels, mais aussi par les groupes de pairs. Par ailleurs, il existe divers canaux pour la **transmission interpersonnelle des informations**. L'analyse mentionne notamment les séances d'information et les cours, les centres d'accueil (animés) et les offres destinées aux parents ou aux mères (accompagnés ou non de leurs enfants), ainsi que les offres spécifiques au niveau des groupes de jeux, des crèches, des structures d'accueil de jour et des programmes de visites à domicile. Il existe, en outre, toute une gamme d'offres de conseils au sens strict ou au sens large et fournis notamment dans le cadre de consultations médicales ou sociales. Si ces offres revêtent une importance particulière pour les groupes cibles socialement défavorisés, elles n'ont pas pu être systématiquement recensées dans le cadre de la présente analyse. Les experts s'accordent pour dire qu'il faut établir des stratégies d'information particulières pour atteindre les groupes cibles les moins accessibles, par exemple par des activités mobiles (qui vont vers les groupes cibles).

Les nouvelles **technologies de l'information et de la communication (TIC)**, tels qu'Internet et les nouveaux médias (réseaux sociaux, applications mobiles), sont autant de possibilités d'aborder le public cible. Internet et les nouveaux médias peuvent proposer des offres hybrides d'information en complétant le matériel d'information par la communication sur des forums ou des tchats, encadrés par des professionnels et des pairs, d'où une certaine interactivité. Une première étude des plateformes en ligne a cependant montré que la plupart de ces offres ne s'adressent pas spécialement aux familles socialement défavorisées. Il existe néanmoins quelques exceptions comme la plateforme d'information et de conseil en ligne [migraweb.ch](#). Dans le cadre de la présente analyse, on a renoncé à dresser un inventaire systématique de ces offres en ligne et à les évaluer.



Tableau 2: Catégories d'offres d'information

<b>Types d'offre d'information</b>
<b>Matériel d'information</b>
Matériel imprimé (brochures, mémentos, histoires en images)
Matériel audiovisuel (CD, films, DVD)
<b>Communication interpersonnelle</b>
Séances d'information
Cours
Accueil parents/mères
Groupes de jeux, crèches, structures d'accueil de jour
Programmes de visites à domicile (Offres de consultation)
Autres
<b>Internet, nouveaux médias</b>
Plateformes Internet
Applications
Autres

Source: représentation BASS

### 2.1.2 Matériel d'information

Il existe en Suisse un matériel d'information abondant au sujet de la grossesse, de l'accouchement, de la santé, de l'éducation et du développement de la petite enfance. Nombre d'organisations spécialisées, d'associations, d'institutions, de cantons et de communes ont créé du matériel d'information destiné tant aux professionnels qu'aux groupes cibles.

Pour obtenir une vue d'ensemble du matériel d'information au sujet de la petite enfance destiné aux groupes cibles socialement défavorisés, on a examiné les matériels d'information sur la grossesse, l'accouchement, la santé, l'éducation et le développement de la petite enfance saisis dans la base de données de migesplus.ch. Les résultats de cet examen ont été comparés avec le matériel d'information de Promotion Santé Suisse aux niveaux national et cantonal dans les domaines de l'activité physique et de l'alimentation.

Ce procédé ne permet pas de dresser une vue d'ensemble exhaustive des matériels disponibles en Suisse pour la petite enfance, mais fournit un aperçu de ceux qui ont une certaine importance pour les groupes cibles socialement défavorisés. Le site web migesplus.ch donne accès à du matériel d'information disponible en plusieurs langues sur des thèmes liés à la santé. La grande majorité de ces informations ne s'adressent pas expressément aux personnes issues de la migration, mais aux femmes enceintes, aux familles, aux parents et aux responsables de l'éducation en général et donc à des groupes cibles potentiellement vulnérables. Le fait qu'elles aient été traduites en plusieurs langues indique cependant qu'elles s'adressent aussi spécifiquement à des groupes socialement défavorisés.

#### **Aperçu de l'offre d'information et éventail des thèmes abordés**

Le Tableau 3 ci-dessous donne une vue d'ensemble du nombre et des types d'informations classées selon les domaines et les thèmes. Il montre également quelles informations ont été traduites (en langues étrangères, hors langues nationales) et combien s'adressent explicitement aux migrantes et migrants.

Une liste de tous les mémentos, brochures, films, etc. classés selon les domaines et les thèmes se trouve en annexe. Tous les renseignements complémentaires au sujet de ces publications (éditeurs,

thèmes abordés, groupes cibles, langues, etc.) sont disponibles dans le tableau Excel créé à l'intention du mandant.

Tableau 3: Aperçu du matériel d'information concernant la petite enfance

	Nombre	Imprimé	Audio- visuel	Traduit*	Axé sur la migration
<b>Santé</b>	<b>83</b>	<b>74</b>	<b>9</b>	<b>54</b>	<b>18</b>
Grossesse, accouchement	13	11	2	10	3
Soins aux nourrissons, allaitement	5	3	2	4	0
Alimentation	19	19	0	9	2
Activité physique	8	7	1	5	1
Santé dentaire	4	3	1	3	1
Maladies infantiles, vaccination	2	2	0	2	0
Prévention en général	2	2	0	2	0
Dépendances, prévention des dépendances	2	1	1	2	1
Violence, prévention de la violence	4	3	1	4	2
Autres thèmes liés à la santé	2	2	0	2	0
Sujets interdisciplinaires	22	21	1	11	8
<b>Education et développement de la petite enfance</b>	<b>17</b>	<b>14</b>	<b>3</b>	<b>14</b>	<b>6</b>
Education, développement de la petite enfance en général	8	6	2	7	0
Compétences linguistiques	2	2	0	2	2
Sujets interdisciplinaires	7	6	1	5	4

Source: base de données migesplus.ch, brochures Promotion Santé Suisse, recensement et tableaux réalisés par BASS

\*Traduit: les informations sont disponibles en langues étrangères (hors langues nationales).

Les bases de données de migesplus.ch et de Promotion Santé Suisse regroupent 100 publications contenant des informations sur la petite enfance (jusqu'à l'âge de 4 ans), ainsi que sur la grossesse et sur l'accouchement. 83 d'entre elles concernent des questions de santé, 17 ont trait à l'éducation et au développement de la petite enfance. Plusieurs publications contiennent des conseils et des informations sur l'alimentation, la santé et l'éducation en général destinées aux parents afin que leurs enfants en âge préscolaire «grandissent sainement». Ces informations sont classées dans le domaine de la santé et dans celui de l'éducation et du développement de la petite enfance.

Une grande partie du matériel d'information disponible dans le **domaine de la santé** concerne la grossesse, l'accouchement, les soins aux nourrissons de même que l'alimentation et l'activité physique. D'autres documents portent sur d'autres aspects concrets de la santé et de la prévention comme la santé dentaire, les vaccins ainsi que la prévention des dépendances et de la violence. Le **domaine de l'éducation et du développement de la petite enfance** aborde un large éventail de thèmes. Si la majeure partie de ces publications contient des conseils généraux pour éduquer les enfants et leur permettre de grandir sainement, d'autres informations portent sur des thèmes particuliers comme la conciliation entre vie familiale et vie professionnelle, les bébés qui pleurent tout le temps ou les compétences linguistiques.

### **Formes des matériels d'information**

Les informations se présentent principalement sous la forme de **matériel imprimé**. Il s'agit de brochures, de mémentos et de dépliants qui sont recommandés ou mis à disposition par des professionnels ou des institutions. Ces imprimés peuvent également être utilisés et remis lors de manifestations ou dans le cadre de consultations.

Les **informations audiovisuelles** (CD ou DVD) consacrées au thème «grandir sainement» sont plutôt clairsemées. Elles sont surtout destinées à aider les bénévoles ou les professionnels dans

leur travail avec les familles et les parents, par exemple lors de tables rondes, de cours, de consultations ou de visites à domicile. Quelques-uns de ces supports, par exemple un livre de chants d'enfants avec CD, sont utilisés dans d'autres contextes.

Les supports audiovisuels suivants sont actuellement disponibles sur [migesplus.ch](http://migesplus.ch):

**Grossesse et accouchement:** «Parents entre joie et épuisement – La vie nouvelle avec bébé», Verein Familien- und frauengesundheit Videoproduktion FFG; **Encouragement des activités physiques:** «Le mouvement c'est la vie» – Mouvement, jeu et sport au quotidien, Office fédéral du sport; **Santé dentaire:** «Dents saines – astuces et conseils», clip vidéo de la Croix-Rouge suisse; **Compétences éducatives, prévention des dépendances:** «Apprendre – un jeu d'enfant», «Forts pour affronter la vie», service de prévention des addictions de la ville de Zurich; **Prévention de la violence:** «Femmes mutilées plus jamais» – sur le thème de l'excision, Institut international des droits de l'enfant; **Conciliation:** «Un c'est trop peu – les deux c'est trop» – conciliation entre vie familiale et vie professionnelle à l'exemple de trois mères, bureau des questions d'égalité du canton de Zurich et FemmesTISCHE; **Développement de la petite enfance:** «NE JEMI TË VEGJËL, NE JEMI FËMIJE»,- livre de chants albanais avec CD, Elternbildung CH (Formation des parents CH).

Mentionnons également le projet de développement de la petite enfance du département zurichois de l'éducation publique pour les enfants jusqu'à l'âge de 4 ans «Lerngelegenheiten für Kinder bis 4». Ce projet réalisé en faveur des éducateurs de la petite enfance se compose de 40 séquences filmées disponibles en treize langues encourageant l'apprentissage et l'éducation au quotidien. Les films sont accessibles sur le site [www.kinder-4.ch](http://www.kinder-4.ch).

### **Groupes cibles**

De manière générale, le matériel d'information s'adresse à un public cible assez étendu: il cible les «femmes enceintes», les «parents», les «mères ou les pères de jeunes enfants», les «femmes issues de la migration», etc. Quelques matériels d'information sont axés sur des groupes cibles spécifiques comme les femmes tamoules. Il faudrait mener une enquête qualitative plus approfondie et fondée sur des critères clairement définis pour évaluer dans quelle mesure les matériels concrets tiennent compte des besoins particuliers d'un groupe cible sur les plans matériel et formel.

S'agissant de la catégorisation des matériels d'information, une distinction peut être opérée entre le matériel destiné aux familles ou parents avec ou sans contexte migratoire (certaines de ces publications ont été traduites dans les langues en question) et le matériel ciblant expressément les personnes issues de la migration.

La majorité des documents d'information concernant la santé, l'éducation ou le développement de la petite enfance s'adressent aussi bien aux familles issues de la migration qu'aux autres parents. Comme la plupart de ces documents ont aussi été traduits dans des langues étrangères hors langues nationales, il est évident qu'ils ciblent aussi les groupes issus de la migration.

D'autres matériels d'information relatifs à divers sujets ont été spécialement conçus pour les familles, les parents ou les femmes issus de la migration. Ce matériel comprend surtout des informations sur la grossesse, l'accouchement, le rôle de mère, la santé des femmes, ou encore sur la problématique de l'excision. Il existe en outre des matériels destinés aux parents issus de la migration qui fournissent des conseils et des renseignements sur l'alimentation, la santé et l'éducation en fonction de l'âge des enfants. L'apprentissage des langues et l'encouragement à parler la langue maternelle sont d'autres thèmes liés à la migration.

### 2.1.3 Communication interpersonnelle

S'agissant de la communication interpersonnelle, l'analyse distingue différentes formes d'interaction et de transmission des informations: séances d'information, cours, accueil des parents ou des mères, groupes de jeux, crèches ou structures d'accueil de jour, conseil personnel ou programmes de visites à domicile sont autant de canaux qui permettent d'entrer en contact de façon ciblée avec les groupes socialement défavorisés.

Pour obtenir une vue d'ensemble des offres spécifiques dans ce domaine, on a dépouillé les études, les inventaires et les bases de données existants, en particulier la base de données de la plateforme en ligne du «réseau d'accueil extrafamilial» et le rapport «Offres tenant compte de la population migrante en matière de santé reproductive et de petite enfance en Suisse» rédigé par l'Office fédéral de la santé publique (OFSP 2013). Etant donné que de nombreuses offres sont dispensées au niveau communal, on a également recensé, par une recherche en ligne, les offres disponibles à Berne, Zurich et Vernier/Genève.

L'analyse met l'accent sur les offres « spécifiques » dans le domaine de la petite enfance, c'est-à-dire ciblées sur les groupes socialement défavorisés. En matière de conseil personnel, seules les offres destinées explicitement aux personnes issues de la migration ont été recensées (par ex. le projet Miges Balù).

Dans l'aperçu ci-dessous, les offres et canaux d'information du domaine de la santé ainsi que ceux de l'éducation et du développement de la petite enfance sont traités séparément. Comme pour le matériel d'information, il y a des recoupements, plusieurs offres concernant simultanément la santé et des questions d'éducation. Ces offres sont mentionnées sous les deux domaines. Une distinction est faite entre les offres intercantionales, à savoir les projets ou programmes menés dans plusieurs cantons, les offres présentes dans un seul canton et celles proposées à Zurich, Berne ou Vernier/Genève.

Les tableaux synoptiques des offres, projets et programmes se trouvent en annexe. De plus amples renseignements (responsables, descriptif du projet, groupes cibles, etc.) ressortent du tableau Excel destiné au mandant.

#### ***Offres de communication interpersonnelle ayant trait à la santé***

Dans le domaine de la santé, il existe trois **offres intercantionales** destinées principalement à la population issue de la migration. Le programme FemmesTISCHE organise depuis quelques années déjà des tables rondes où l'on aborde des questions de santé et d'éducation et qui sont destinées aux femmes migrantes. Seize cantons germanophones et francophones proposent de telles rencontres. Le programme mobile de santé et de prévention «Vitalina – des parents actifs pour des enfants en bonne santé» cible les parents allophones ayant des enfants âgés de 0 à 5 ans; il est mené dans quatre cantons. Miges Balù, programme de promotion et d'intégration pour les parents allophones, est proposé par les services de consultation de cinq cantons aux pères et aux mères d'enfants de 0 à 3 ans.

A l'**échelle des cantons**, treize offres en relation avec la grossesse, l'accouchement et la santé des jeunes enfants ont été recensées dans les rapports et les bases de données analysés (une de ces offres n'est disponible qu'en ville). Ces offres sont des plus diverses: on y trouve des activités organisées par des centres d'accueil des familles ou par des cliniques, mais aussi des programmes de plus grande envergure. Plusieurs de ces offres pourraient très bien être étendues à d'autres cantons.

La **ville de Berne** propose six offres portant sur les questions de santé. A l'instar des autres communes du canton, la ville organise des cours de préparation à l'accouchement «Mamamundo» encadrés par des interprètes interculturelles. La clinique de gynécologie dispose également d'un service de consultation doté de tels interprètes. Plusieurs maisons de quartier organisent des tables rondes destinées aux mères où l'on traite des questions de santé et d'éducation. La **ville de Zurich** propose dix offres dans le domaine de la santé. Ces offres émanent principalement des centres communaux ou familiaux et on y trouve des initiatives relatives à l'activité physique. La collaboration institutionnalisée entre la clinique gynécologique Triemli et le centre social Dorflinde est une approche particulièrement intéressante dans le cadre de laquelle la maternité dirige directement les familles socialement défavorisées vers le centre de consultation de puériculture. Dans la **commune de Vernier** et en **ville de Genève**, on a recensé seulement deux offres ayant trait à la santé; en font partie les cours de préparation à l'accouchement où interviennent des interprètes interculturels.

### ***Offres de communication interpersonnelle ayant trait à l'éducation et au développement de la petite enfance***

Il existe plusieurs **offres intercantionales** dans le domaine de l'éducation et du développement de la petite enfance. Le programme «Schulstart+», réalisé dans quatre cantons, s'adresse aux parents issus de la migration dont les enfants commencent l'école enfantine ou la scolarité obligatoire. Deux cantons proposent le projet «Eduлина» avec des ateliers polyglottes destinés aux parents et à leurs enfants. Les projets «mitten unter uns» et «MUNTERwegs», réalisés dans trois cantons chacun, mettent en relation des familles issues de la migration et des familles pleinement intégrées. Quatorze cantons participent au programme d'encouragement à la lecture «Schenk mir eine Geschichte». Enfin, «schritt:weise» (« petits :pas ») est un programme d'encouragement précoce s'étendant sur 18 mois qui vise à former les parents. Il est actuellement mis en œuvre dans huit cantons.

L'analyse des études et des bases de données existantes a permis d'identifier à l'**échelle cantonale** 22 offres d'information très diverses fondées sur la communication interpersonnelle. Dans plusieurs cantons, ces offres comprennent des cours de langue destinés aux mères issues de la migration et à leurs enfants. Les groupes de jeux et les crèches dispensent également des cours de langue aux enfants allophones avec la participation des parents. De nombreux cantons proposent différentes offres à bas seuil dans le cadre de l'accueil parents-enfants. Ainsi, le canton de Neuchâtel a mis en place un programme intitulé «Réseau des mères de contact» qui se fonde sur des visites à domicile (de mère à mère). Le projet de prévention ZEPPELIN mené dans le canton de Zurich a pour but la participation et l'intégration des parents.

En **ville de Berne**, on compte douze offres d'éducation et de développement de la petite enfance, dont des cours d'allemand pour mères et enfants, des séances d'information sur le système scolaire et plusieurs offres à bas seuil dans les maisons de quartier, comme «Müzeria», un accueil pour les mères encadré par des professionnels ou le projet «Tages-AuPair» dans lequel des familles germanophones accueillent des mères issues de la migration. La **ville de Zurich** propose pas moins de 32 offres dans ce domaine. Un peu plus de la moitié d'entre elles sont des offres à bas seuil dans des maisons de quartier ou des centres d'accueil pour familles, allant du café-rencontres interculturel aux tables rondes sur des questions d'éducation en passant par des groupes parents-enfants. Les programmes mobiles de développement de l'enfance dans le cadre desquels des professionnels proposent des activités ludiques aux parents et aux enfants dans différents quartiers présentent un intérêt particulier. Outre les cours d'allemand et les groupes de jeux visant à développer les connaissances linguistiques, différents cours d'éducation (à bas seuil) sont destinés aux parents. A **Vernier et Genève**, il existe 20 offres dans le domaine de l'éducation et du développement de la

petite enfance. Il s'agit pour moitié d'offres à bas seuil dans les centres d'accueil des parents, dont quelques projets d'intégration des mères dotés d'un service de garde des enfants. Un projet intéressant est l'«Ecole des parents», qui propose un lieu de rencontre et offre des services de consultation à bas seuil, une ligne téléphonique «Allô-parents», des ateliers, etc. Toujours à Genève, on trouve «Ludobus», une ludothèque itinérante qui va à la rencontre des enfants et des familles. Enfin, les projets genevois «Eveil aux langues», «Eveil culturel et artistique» et «Journée de jeux en famille» proposent chaque année des activités thématiques à bas seuil destinées à un large public.

## **2.2 Ateliers de discussion: perception des acteurs**

Cette deuxième partie du chapitre consacrée aux résultats se penche sur les résultats des débats dans quatre groupes de travail thématiques qui ont réuni 30 acteurs dans le cadre de deux ateliers de discussion. En premier lieu, il convient de préciser que malgré le rassemblement des participants dans les groupes de travail thématiques (à savoir GT1:«Santé & petite enfance», GT2: «Développement de la petite enfance & éducation»), les discussions ne se sont pas déroulées autour des enjeux spécifiques et propres à chaque thème faisant partie d'un groupe thématique. Il a été plutôt question d'aborder la problématique de manière globale afin d'obtenir une photographie relativement représentative de la réalité observée et discutée.

Pour commencer, nous présentons l'appréciation générale des participants sur les résultats de l'état des lieux dans un sous-chapitre séparé étant donné que, selon nous, les affirmations de certains participants proviennent d'un malentendu concernant l'objectif du mandat, laissant entendre que l'état des lieux aurait dû comprendre les offres de manière intégrale. Nous présentons ensuite la synthèse des débats sur les enjeux, à savoir: la disponibilité, l'accessibilité, le public cible et la qualité, conformément au guide de discussion des ateliers. Bien que le thème de la coopération et du réseau ne faisait pas partie des thèmes à aborder dans les ateliers, nous avons consacré la dernière partie de ce sous-chapitre à la question de cette problématique étant donné l'importance que celle-ci a gagnée dans les discussions.

Il convient de préciser une question terminologique qui nous paraît difficile à résoudre de manière satisfaisante dans le cadre de ce travail. Elle concerne les termes «offres» et «canaux d'information» qui ont été utilisés par les participants parfois de manière imprécise, ce qui pourrait poser un certain problème de clarté par rapport à leur signification. Dans ce travail, nous avons essayé d'être le plus précis possible dans l'utilisation de ces termes. Nous utilisons ainsi le terme «offres» pour désigner l'ensemble des différents types d'offres (communication interpersonnelle, matériel d'information, Internet, nouveaux médias). Dans certaines phrases, le terme «offres» se réfère aux offres précises dont il est question dans la ladite phrase pour éviter la redondance et l'inconvénient qui pourraient en découler pour le lecteur.

### **2.2.1 Appréciation générale des participants sur les résultats de l'état des lieux**

L'un des points qui a le plus attiré l'attention des participants est le fait que l'état des lieux ne donne pas une *vue d'ensemble complète* des offres et des canaux d'information disponibles (ci-après offres); certaines de leurs offres ne figurent pas dans l'inventaire. De ce fait, il s'agit de «...lückenhafte Resultate, da nicht alle Angebote erfasst sind»<sup>6</sup>, comme l'exprime une participante. Ce constat qui a fait l'objet d'une longue discussion dans l'atelier germanophone a été relativisé dans l'atelier francophone: «L'état des lieux nous donne une image qui correspond plus au moins à

---

<sup>6</sup> La langue des citations indique également la langue dans laquelle s'est déroulé l'atelier.

la réalité en Suisse romande même s'il ne comprend pas toutes les offres disponibles. Il nous donne une idée de ce qui existe, c'est déjà une très bonne chose», estime une participante.

Pour certaines personnes, il est regrettable que, dans le cadre d'une telle enquête, l'on ne puisse identifier, sur la base de certains critères pertinents, d'autres groupes cibles socioéconomiquement défavorisés que les groupes migrants. Il s'agit notamment des groupes touchés par la pauvreté comme les jeunes mères, des familles monoparentales ainsi que des familles suisses ayant un faible niveau de formation qui constituent aussi un public difficilement atteignable.

De même, de nombreuses personnes pensent qu'il aurait été fort utile, notamment pour les acteurs de terrain, que l'étude recense aussi les «bonnes pratiques» en matière de petite enfance. Même si l'on observe que la multiplication de bonnes pratiques n'est pas une pratique répandue en la matière, comme le mentionne un participant: «Es wurden zu wenige Angebote im Sinne von Best practices multipliziert.»

Par ailleurs, il ressort de l'état des lieux que le domaine de la petite enfance est un immense puzzle impliquant beaucoup d'acteurs, chacun avec ses propres offres. Il est intéressant de constater que les associations aussi sont très actives dans ce domaine et qu'elles proposent un nombre d'offres relativement important.

## **2.2.2 Disponibilité des offres et des canaux d'information**

Dans les ateliers, nous nous sommes intéressés à la question de savoir si, selon les participants, les offres identifiées sont suffisantes ou non pour couvrir les besoins des groupes cibles défavorisés.

Nous observons une nuance d'appréciation entre l'atelier francophone et l'atelier germanophone. Dans ce dernier, certaines personnes estiment qu'il leur est difficile de répondre de manière pertinente à cette question étant donné que les résultats ne donnent pas une vue d'ensemble complète des offres. De plus, il n'existe pas de registre national qui comprenne l'intégralité des offres en matière de petite enfance, d'où la difficulté d'avoir une appréciation générale sur le rapport entre les offres et les besoins. Pour d'autres, les résultats présentés donnent l'impression qu'il y a beaucoup d'offres, ce qui probablement ne reflète pas la réalité, comme le précise une participante: «Es erscheint hier so, dass es ganz viele Angebote gibt, was auch ein bisschen täuscht.»

Par contre, les participants à l'atelier francophone pensent qu'il y a, en général, assez d'offres, même pour la population migrante si l'on regarde le matériel disponible sur la plateforme *migesplus.ch*. La citation suivante résume ce point de vue qui semble partagé dans l'atelier francophone: «Il y a beaucoup d'offres, presque trop, si on peut le dire ainsi. Il faut plutôt les optimiser qu'en produire davantage». Cette appréciation est également confirmée par une autre participante précisant que l'«on ne peut observer un manque d'offres en tant que telle. Pourtant, la question qui se pose, c'est au niveau de l'accès, c'est là qu'il faut améliorer les choses». De même, en ce qui concerne les structures en matière de petite enfance, une partie des participants estime que le problème se situe plutôt au niveau de leur utilisation. Il semble que les groupes cibles défavorisés, notamment les personnes allophones ayant des connaissances linguistiques lacunaires, sous-utilisent les structures existantes.

Par ailleurs, dans les deux ateliers, on peut observer un consensus sur le fait que le matériel d'information disponible est plus orienté sur le matériel imprimé (brochures, flyers, etc.) que sur les nouvelles technologies de l'information (CD-ROM, audiovisuel, vidéo, films), et encore moins sur les nouveaux médias comme Internet et les applications. «On remarque que la vidéo n'est pas très répandue, alors qu'en réalité on préfère utiliser le matériel audiovisuel considéré, sur le plan méthodologique et didactique, comme beaucoup plus adapté au public cible, notamment pour des personnes analphabètes ou ayant un faible niveau de formation», confirme une participante. «Les



femmes ne lisent pas les brochures en langues étrangères si elles sont analphabètes. Ces femmes n'utilisent pas souvent Internet, contrairement à leurs smartphones et les applications. Elles arrivent bien à suivre des écrans, tactiles, ou pour suivre des émissions de télévision ou les informations dans les bus. Dès qu'il y a des images, leur attention est capturée», explique une autre participante. De plus, « Durch Filme können Mütter mehr einbezogen werden, da man über die Handlungen sprechen kann, was bildlich vorliegt. Es bleibt nicht bei abstrakten, kognitiven Appellen und Erklärungen.»

Selon certains participants, tant dans l'atelier francophone que germanophone, il ressort des résultats de l'état des lieux que les familles suisses désavantagées ne sont pas suffisamment prises en considération en tant que public cible, comme l'indique la citation suivante: «Die Studie weist einige Lücken auf. Die Zielgruppe der benachteiligten Schweizer Familien wurde zu wenig beachtet.» De même concernant les pères, on observe qu'«il y a peu d'offres pour et en lien avec les pères. Presque tout est destiné aux mères. Il manque ainsi des offres qui s'adressent aux hommes», précise une participante.

De plus, la disponibilité d'une offre varie également selon que l'on habite en ville, à la campagne ou en périphérie: «In grösseren Städten gibt es mehr und bessere Angebote als in abgelegenen Gebieten», précise une participante.

Par ailleurs, les participants mettent l'accent sur l'importance de la disponibilité des informations adressées aux professionnels qui travaillent avec les groupes cibles défavorisés. Ils estiment que les offres disponibles visant à aider les professionnels dans leur travail d'information et de conseil avec les groupes défavorisés ne sont ni suffisantes ni variées.

### ***Suggestions des participants quant à la disponibilité***

- Certaines offres de communication interpersonnelle pourraient être mieux multipliées dans d'autres régions. Le projet Mamamundo, multiplié dans le canton de Berne, pourrait par exemple être réalisé dans d'autres cantons.
- Mise en place d'une plateforme Internet mettant à la disposition des parents le matériel d'information. Elle doit être développée et largement étendue, également à travers les communes.
- Il faut plutôt optimiser les offres existantes qu'en produire davantage.
- Il faut améliorer le travail en réseau afin de mieux coordonner et valoriser les offres disponibles.
- Il faut plutôt développer le matériel audiovisuel qui est très efficace et mieux suivi que le matériel imprimé par les groupes cibles.

### **2.2.3 Accessibilité des offres et des canaux d'information**

Dans les ateliers, nous avons abordé les problèmes d'accessibilité selon les facteurs qui influencent l'utilisation des offres, en particulier les barrières à l'accès et l'usage, mais aussi les moyens qui facilitent l'accessibilité des offres. Il ressort des discussions que la question de l'accessibilité varie, en général, en fonction du type d'offre, mais aussi selon les caractéristiques individuelles des personnes concernées (niveau de formation, situation socio-économique, connaissances linguistiques, motivation, par exemple.). Les participants précisent que la recherche d'information est un processus qui devient de plus en plus complexe. De plus, elle ne se fait pas de la même manière chez tous les groupes cibles. Si certaines familles, notamment celles issues de la migration, essaient d'accéder aux informations sur les offres existantes à travers les personnes clés qui leur sont proches et de confiance, nombreuses sont les personnes qui les cherchent sur Internet. De plus, certaines familles issues de la migration montrent peu d'intérêt pour les offres existantes. Ces familles ne cherchent pas d'information de manière aussi systématique que d'autres familles.



Pour une bonne partie des participants, la question de l'accessibilité des offres est fortement dépendante des ressources mobilisées pour la transmission des informations sur ces offres. Il s'agit notamment des efforts que l'on déploie pour l'orientation et l'accompagnement sur le terrain. «Ce n'est pas une tâche facile, mais c'est une des meilleures façons pour mieux faire bénéficier les personnes désavantagées des offres», estime une participante.

En ce qui concerne l'accès au matériel imprimé, les participants, sans pour autant nier l'importance des facteurs généralement connus qui entravent l'accès<sup>7</sup>, mettent plutôt l'accent sur le rôle du mode de distribution du matériel imprimé. Etant donné que les mécanismes de distribution sont loin d'être uniformes, l'accès réel aux informations n'est pas égal pour toutes les personnes concernées. Il y a plus de chance que les informations soient lues et retenues «si elles sont distribuées sur le chemin de vie et dans le quotidien du public cible, par exemple sur le lieu de travail, à la crèche, etc.», comme l'explique une participante.

Par ailleurs, selon de nombreux participants, imprimer du matériel en différentes langues de la migration n'est pas une garantie que celui-ci soit vraiment lu par les destinataires. Dans la transmission des informations au public cible par le biais du matériel imprimé, le travail d'orientation et d'accompagnement est aussi important que d'autres facteurs influant la réception des informations, comme le précise une participante: «Hier scheint es wichtig, dass diese Vermittlung von Informationen in einer Interaktion geschieht.» Cet aspect de l'interaction est particulièrement important notamment pour les personnes montrant peu d'intérêt pour le matériel d'information et les offres de communication interpersonnelle. Pour ces dernières, les informations sont mieux perçues et reçues quand l'accueil est de bonne qualité donnant lieu à une interaction réussie.

Dans les discussions, il a été précisé que la manière dont une offre de communication interpersonnelle se réalise a des répercussions sur son accessibilité. De nombreux participants pensent que des offres de type «cours» sont moins adéquates pour attirer certaines personnes du public cible, comme le résume cette citation: «Die Erfahrung während des Projektes *Schrittweise* zeigt, dass eine offene Form des Angebots wie moderierte Eltern-Kind-Treffs eher besucht wird als Kurse zu bestimmten Themen.»

L'accessibilité des offres est également tributaire de la localisation des structures où se déroulent celles-ci. «Les offres qui se réalisent dans les lieux proches des femmes attirent plus de femmes que celles qui ont lieu dans les lieux cachés et invisibles», souligne une participante. Outre la visibilité géographique, «der Treffort soll mit öffentlichem Verkehr gut erreichbar und in einem modernen Gebäude sein», précise une autre participante en mettant l'accent sur l'aspect dissuasif de la distance géographique qui sépare le public cible des lieux de rencontres. Pour certaines familles touchées par les difficultés financières ou étant dans la pauvreté, les coûts des transports publics trop élevés pourraient jouer un rôle dissuasif pour se déplacer à une séance de consultation ou d'aide, par exemple.

A cela s'ajoute l'insuffisance en nombre de pièces dans certaines structures qui ne correspondent pas aux besoins des grandes familles avec 4-5 enfants. De plus, pour certains parents (allophones, analphabètes, ayant un faible niveau de compétences en écrit) l'accès à ces structures est entravé par les difficultés liées aux démarches administratives exigeant un certain niveau de compétence à l'écrit, comme le précise une participante: «Même l'accès à des groupes de jeu est parfois difficile s'il faut faire des démarches écrites.»

---

<sup>7</sup> Tels que le faible niveau de formation, les connaissances linguistiques lacunaires, l'analphabétisme des parents ainsi que le design et le contenu repoussant du matériel.

Par ailleurs, les participants estiment que l'on ne doit pas nier le rôle que jouent les nouveaux médias (Internet, applications) dans la transmission des informations. Les divers types de média sont complémentaires. De ce fait, il importe d'avoir recours à un usage mixte et complémentaire de ces médias dans la transmission des informations. Les participants soulignent le fait que la recherche d'information sur Internet augmente considérablement, notamment chez les jeunes mamans qui sont souvent connectées aux nouveaux médias. Le danger découlant de la circulation d'une masse d'informations, souvent commerciales et fausses, tend à mener à une situation de «surinformation». Du point de vue de l'accès aux informations de qualité, cette situation pourrait avoir des répercussions négatives sur des familles défavorisées utilisant ce média dans la recherche d'information.

Un dernier point, mais pas le moindre, mérite d'être mentionné. Selon certains participants, le travail de bénévolat dans l'accompagnement facilitant l'accès n'est pas suffisamment valorisé, notamment auprès de la population migrante qui possède des ressources et potentiels importants et mobilisables pour faciliter l'accès des offres disponibles aux familles migrantes.

### ***Transmission des informations par la chaîne des professionnels de la petite enfance<sup>8</sup>***

De manière générale, les participants pensent que la réception des informations sur les offres sont mieux assurées si leur transmission se fait par le biais des professionnels dans un contexte d'interaction, dans le cadre de consultations, de formations, de rencontres ou de visites médicales, par exemple: «Es braucht Gespräche mit den Klienten, damit die Informationen so platziert werden können, dass sie auch aufgenommen und akzeptiert werden. Dies geschieht durch einen persönlichen Begegnung und deren Austausch über die jeweiligen Lebenserfahrungen», précise une participante. Les professionnels constituent un canal d'information considérable dans la transmission des informations étant donné qu'ils connaissent relativement bien le contexte local et le fonctionnement des offres de soutien disponibles à divers niveaux (commune, ville, canton, campagne).

Selon les participants, l'engagement des professionnels de la petite enfance est l'un des facteurs les plus importants facilitant non seulement l'accès aux offres, mais aussi incitant et motivant les personnes concernées à se servir des offres disponibles. De plus, les professionnels peuvent donner des informations supplémentaires et complémentaires en fonction des besoins spécifiques des personnes concernées.

Certes, ceci implique que, pour que les professionnels puissent jouer ce rôle, ils doivent être bien informés sur diverses offres existantes et leurs publics cibles, comme le précise un participant (pédiatre): «Bei den Ärzten in den Wartezimmern gibt es oft eine Flut von Informationen und Angeboten. Diese sind allerdings vermehrt von der Pharmaindustrie herausgegeben. Ärzte haben keine Ahnung von den bestehenden Angeboten für die Migrationsbevölkerung (z.B. *migesplus*).» Par ailleurs, les participants soulignent le fait que la grande partie de ces professionnels n'a pas assez de temps à disposition pour entrer dans une interaction suffisante avec les parents afin de les conseiller de manière approfondie.

### ***Suggestions des participants quant à l'accessibilité***

---

<sup>8</sup> Il s'agit à titre exemple des éducateurs, des pédiatres, des gynécologues, des secrétaires médicales, des médecins et du personnel infirmier à l'hôpital, du personnel des institutions sociales, des infirmiers scolaires, des sages-femmes (à domicile), des interprètes et des médiateurs interculturels, des pharmaciens, du personnel des services de planning familial, etc.

- Toute sorte de matériel imprimé (brochures, flyers, etc.) doit être mise à disposition du public cible et des professionnels via Internet. Un portail à jour avec le matériel d'information est à mettre en place pour combler cette lacune.
- Un flyer avec des applications utiles ciblées fait défaut.
- L'offre *Elternnotruf* doit être accessible aux différents groupes linguistiques issus de la migration.
- Améliorer continuellement les compétences des professionnels en ce qui concerne le travail avec les groupes cibles défavorisés: comment les atteindre et travailler sans les stigmatiser?
- Intensifier le travail d'information auprès des professionnels en ce qui concerne les offres et le matériel destiné aux groupes défavorisés.
- Déployer plus d'efforts dans le travail d'orientation et d'accompagnement des familles qui montrent peu d'intérêt aux offres disponibles.
- Valoriser le travail de bénévolat pour faciliter l'accès.
- Dans la transmission des informations sur les offres par le bouche à oreille, davantage mobiliser les pairs, notamment les jeunes mères qui communiquent entre elles.
- Explorer davantage le potentiel du personnel des pharmacies dans le travail de l'orientation du public cible.

## 2.2.4 Définition et atteinte du public cible

En premier lieu, nous avons demandé aux participants quels sont, selon eux, les groupes ou les personnes qu'ils considèrent comme les plus défavorisés dans le domaine de la petite enfance.

En analysant les réponses, nous constatons qu'il y a plusieurs facteurs qui sont considérés comme les «déterminants potentiels» des situations vulnérables. Il s'agit de facteurs tels que le statut socio-économique, la migration, la monoparentalité, les connaissances lacunaires en langue locale, l'état de santé et le setting géographique. Les participants ont mentionné certaines catégories de personnes qui sont les plus concernées par ces «déterminants potentiels». Nous les résumons dans le tableau suivant.

Tableau 4: facteurs engendrant des situations défavorisées et les catégories de personnes concernées

Facteurs	Catégories de personnes les plus concernées
<b>Statut socio-économique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Parents n'ayant bénéficié que d'un accès limité à la formation</li> <li>➤ Familles/parents à faible revenu</li> <li>➤ Familles/parents touchés par la pauvreté économique</li> <li>➤ Working poor</li> <li>➤ Familles socialement isolées (au chômage, sans aide sociale, dans la dépendance, dans des logements collectifs - centre d'asile, foyer ou centre d'accueil pour les femmes)</li> </ul>
<b>Migration</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Femmes qui viennent en Suisse dans le cadre du regroupement familial et qui sont dépourvues d'un réseau social</li> <li>➤ Couples binationaux</li> <li>➤ Parents allophones ayant des connaissances linguistiques lacunaires en langue locale</li> <li>➤ Familles traumatisées</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Travailleuses du sexe</li> <li>➤ Femmes/familles monoparentales sans statut de séjour régulier</li> <li>➤ Familles d'expatriés sans soutien familial et qui sont concernées par le changement trop fréquent d'aides familiales /de gardes d'enfants</li> </ul>
<b>Monoparentalité</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Jeunes mères (16-20 ans), très souvent monoparentales</li> <li>➤ Familles monoparentales, ayant des troubles psychiques ou des enfants handicapés</li> <li>➤ Familles monoparentales avec des papas du week-end isolés et solitaires</li> <li>➤ Familles monoparentales avec des enfants de 0 à 4 ans qui ne bénéficient pas d'une structure d'accueil (sans crèche)</li> </ul>
<b>Santé</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Pères ou mères souffrant de troubles psychologiques</li> <li>➤ Parents concernés par le comportement de dépendance ou la dépression</li> <li>➤ Parents et/ou enfants physiquement handicapés</li> </ul>
<b>Setting géographique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Familles/parents vivant dans les régions rurales et périphériques géographiquement isolées</li> </ul>
<b>Divers</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Sans abris ayant des enfants (surtout dans les grandes villes en Suisse romande)</li> <li>➤ Familles avec des parents qui n'ont pas le temps de s'occuper de leurs enfants qui doivent se débrouiller tout seul la plupart du temps</li> <li>➤ Familles/parents se trouvant en stress de vie, en difficultés de vie de différentes natures: situation financière et/ou situation professionnelle précaire, par exemple</li> </ul>

A noter que les participants attirent l'attention sur le caractère cumulatif des effets négatifs de ces facteurs, notamment chez certaines familles migrantes, chez les parents ayant des troubles psychiques ou des enfants handicapés ainsi que chez beaucoup de jeunes mères monoparentales (16-20 ans). L'accumulation de ces effets rend les personnes défavorisées encore plus vulnérables et fragilisent très facilement la situation «stable» d'une famille. Selon les participants, une très grande partie du public cible défavorisé dans le domaine de la petite enfance est concerné par le phénomène de l'accumulation des effets négatifs de divers facteurs mentionnés ci-dessus.

Par conséquent, les participants estiment qu'atteindre ce public cible nécessite le recours à des interventions ciblées constituées de deux étapes: dans une première étape, l'objectif est de détecter le plus tôt possible et de prendre en charge les personnes concernées par des mesures spécifiques répondant à leurs besoins. C'est seulement dans une étape ultérieure que ces personnes peuvent être intégrées dans les offres universelles destinées à tout le monde<sup>9</sup>. Cette dernière étape est cruciale pour la socialisation des personnes défavorisées et pour éviter leur isolement social.

Aux yeux des participants, les visites à domicile peuvent également être un moyen efficace pour toucher les personnes difficilement atteignables dans le cadre des interventions ciblées. « Ebenfalls wichtig sind Hausbesuche, bei denen Familien zu Hause abgeholt und zu auswärtigen Angeboten begleitet werden», confirme une participante. A noter également que les centres interculturels, les

---

<sup>9</sup> Une partie des participants estime qu'il est important que certaines offres de communication interpersonnelle soient spécifiquement destinées aux femmes, et excluent les hommes pour ne pas menacer la participation de certaines femmes.

centres de planning familial, les pharmacies et les centres commerciaux se prêtent mieux pour approcher des personnes concernées par des offres à bas seuil.

Par ailleurs, des participants attirent l'attention sur la difficulté particulière d'atteindre certaines familles sans parcours migratoire, particulièrement concernées par la pauvreté. Une grande majorité d'entre elles vit en retrait et de manière isolée, en raison des sentiments de honte et ne bénéficie pas d'aide sociale. Ce groupe qui a besoin d'un soutien particulier peut être atteint par le biais des pédiatres et du personnel infirmier. Par contre, en ce qui concerne l'atteinte des personnes dépendantes de l'assistance sociale et/ou touchées par la pauvreté, la collaboration avec les services sociaux ou d'autres institutions, comme par exemple l'office de chômage, pourrait être une piste, comme le propose une participante: «wichtig wäre auch die Zusammenarbeit mit Sozialdiensten und vergleichbaren Stellen um Armutgruppen, wie zum Beispiel junge Mütter und Alleinerziehende, die sozial benachteiligt und schwer erreichbar sind, zu erreichen.»

De même, le travail des multiplicateurs est d'une grande importance pour atteindre certaines familles et parents défavorisés, mais aussi quand il s'agit d'adapter l'information aux caractéristiques socioculturelles du public cible, comme le souligne une participante: «Auch Multiplikatorinnen sind sehr erfolgreich, wenn es darum geht, Informationen zu verlinken und zu moderieren.» Force est de constater que le nombre d'hommes qui travaillent comme multiplicateurs n'est pas suffisant, notamment dans le domaine de la santé reproductive. Cette lacune est d'autant plus importante dans certains contextes particuliers où les pères eux-mêmes sont en même temps des personnes clés à atteindre, comme le souligne une participante: «Väter, die als wichtige Schlüsselpersonen, erreicht werden müssten.»

### **Suggestions des participants quant à l'atteinte du public-cible**

- Optimiser l'utilisation des médias locaux et les médias-migrants ainsi que les émissions radiophoniques et télévisées proposant des feuillets innovateurs, comme par exemple un «soap opera»<sup>10</sup> au sujet de la naissance.
- Les centres commerciaux se prêtent bien pour atteindre certaines personnes, notamment les personnes issues de la migration: offrir des cours dans ces endroits et/ou être présent avec des stands d'information afin de créer les liens de proximité.
- Il serait fort utile de traduire les mots clés et mettre les adresses en plusieurs langues dans une seule brochure pour attirer les personnes et les diriger vers les institutions.

## **2.2.5 Qualité des offres et des canaux d'information**

Les participants aux ateliers de discussion estiment que la question de la qualité des offres est un enjeu très important. Selon eux, la question de la qualité ne peut être abordée dans ces ateliers si on n'évalue pas les offres sur la base de certains critères préalablement définis et permettant ainsi la comparabilité entre différentes offres de même catégorie. Notamment pour le matériel d'information destiné au public cible défavorisé, un tel outil dans le domaine de la petite enfance fait défaut, souligne une participante: «Dabei stellt sich die Frage, welche Kriterien diesbezüglich geeignet wären.» De plus, la qualité, notamment en ce qui concerne les offres de communication interpersonnelle, comme le précise une participante, est «aussi un facteur de méthode et didactique qui exige une démarche d'évaluation adéquate si on veut vraiment se pencher sur la qualité.» Par ailleurs, la qualité de l'information transmise dépend aussi de sa compréhensibilité. «Il ne suffit pas

---

<sup>10</sup> Un «soap opera» est un type de feuilleton radiodiffusé ou télévisé. Aux États-Unis, les premiers «soap operas» étaient radiodiffusés en semaine, à une heure où ils pouvaient être suivis par les femmes au foyer. Ces feuillets sont donc conçus à l'origine pour une audience majoritairement féminine. [http://fr.wikipedia.org/wiki/Soap\\_opera](http://fr.wikipedia.org/wiki/Soap_opera)

de distribuer les informations. Il faut aussi vérifier avec des outils adéquats si elles sont comprises correctement», commente une participante mettant l'accent sur l'importance des outils permettant de mesurer la qualité.

Dans cette perspective, les discussions ont plutôt porté sur les facteurs de succès qui permettent de faire parvenir les informations au public cible et sur les éléments qui facilitent la réception des informations et éveillent une motivation auprès des destinataires.

Nous résumons ci-dessous les points de vue des participants exprimés sous forme de constats ou de suggestions:

### ***Matériel d'information imprimé et informations écrites en ligne***

- Le contenu du matériel d'information disponible contient trop de texte et pas assez de photos. Les informations doivent être illustrées et présentées de manière ludique pour inciter et motiver le public-cible. Il est important d'utiliser des photos ou des images «neutres» pour éviter toute stigmatisation.
- Les textes longs sont inutiles. Les personnes aiment avoir des adresses ou des liens pour se renseigner.
- Les informations doivent être écrites de manière simple et répondre aux besoins du public cible et être adaptées au niveau de formation de ce dernier.
- Le fait d'intégrer le public cible dans le développement de matériel d'information améliore non seulement la qualité, mais renforce aussi la réception du matériel d'information par le public-cible.
- Les informations doivent être mises à jour régulièrement.
- Les informations sur les offres doivent être davantage concentrées sur l'offre même et non sur le prestataire ou l'institution.
- La traduction de certaines brochures n'est pas optimale du point de vue de la qualité. Il faut aller au delà d'une simple traduction et opter pour une approche visant à adapter les informations à la réalité du public cible.
- Une bonne partie du matériel d'information destiné aux professionnels est très compliqué et rend difficile les explications des professionnels. Ce matériel doit aussi être présenté de manière compréhensible et pragmatique pour faciliter la transmission et la valorisation du contenu.
- L'identification des destinataires du matériel d'information n'est pas toujours évidente. Le matériel destiné au public cible doit être clairement distingué de celui destiné aux professionnels étant donné que les besoins sont différents.

### ***Offres de communication interpersonnelle***

- La qualité de l'accueil lors des consultations et des formations influence directement les résultats et donc la qualité de l'offre dans son ensemble.
- Les échanges et le premier contact entre les professionnels et les personnes concernées doivent contribuer tout particulièrement à l'établissement de la confiance. Ceci est une condition nécessaire afin d'obtenir des résultats de bonne qualité.
- Le recours aux interprètes communautaires, qui est très utile aussi dans le domaine de la petite enfance, n'est pas suffisamment fréquent.
- Pour certaines offres d'information de communication interpersonnelle, la promotion linguistique dans les crèches par exemple, l'hétérogénéité du public est importante sur le plan didactique, ce qui joue un rôle considérable au niveau de la qualité.

### ***Suggestions des participants quant à l'atteinte du public-cible***

- Mettre en place une plateforme centrale chargée d'établir une base de données pour le matériel d'information disponible et de déterminer les critères de qualité. Cela pourrait être la

tâche de *migesplus.ch* d'élaborer un catalogue de critères de qualité permettant l'évaluation du matériel d'information. Par la suite, le matériel qualifié de «qualité» peut être disponible sur le site internet.

## **2.2.6 Coopération et coordination des offres et des canaux d'information**

Une grande partie des participants soulignent que l'efficacité des offres, aussi bien en termes de disponibilité, de qualité que d'atteinte du public cible, serait plus grande si les offres reposaient sur de solides collaborations et coopérations entre les acteurs qui agissent dans une logique de réseau. Ceci est d'autant plus important que le domaine de la petite enfance nécessite un mode de fonctionnement de type chaîne et que l'atteinte du public cible est *de facto* tributaire de la coopération entre les acteurs, mais aussi des synergies entre diverses offres.

Néanmoins, les participants observent qu'il existe une grande lacune et un important potentiel dans la mise en réseau des offres et des expériences des acteurs: «Die Studie bestätigt die Feststellung, dass die Akteure im Bereich der Frühförderung nicht vernetzt sind», observe une participante. Ce constat est également partagé par une autre participante: «Entre les institutions, on s'envoie les flyers, sans avoir une véritable logique de réseau.» Les explications suivantes d'une participante détaillent la problématique du réseau entre les acteurs en mettant l'accent sur l'aspect organisationnel et institutionnel d'un tel réseau: «Es gibt wenig Vernetzung unter den Fachleuten, jede Organisation im Frühbereich versucht, ihre eigenen Angebote aufzubauen und zu schützen. Dadurch weiss man nicht genau, wer und welche Institution bei welchem Thema wirklich der Spezialist/die Spezialistin ist. Um die Fachpersonen zur Vernetzung zu bringen, braucht es Ressourcen und Verbindlichkeit. Die Stadt Winterthur zum Beispiel organisiert und finanziert solche Treffen, deren Besuch Bestandteil der Aufgaben der betreffenden Fachpersonen ist. Dies zeigt, dass es wichtig ist, den Vernetzungsprozess zu institutionalisieren.»

Quant aux offres disponibles, «un réseau de coordination au niveau cantonal, voire même national n'existe pas de manière systématique, alors qu'au niveau cantonal – canton de Vaud - un tel réseau fonctionne très bien», confirme une autre participante en indiquant l'importance de créer des synergies entre diverses offres, et ceci à différents niveaux (national, cantonal, local).

Selon les participants, le réseau aiderait à toucher les publics cibles «difficilement atteignables» étant donné qu'il «permettrait de mieux utiliser la chaîne des professionnels du domaine de la petite enfance pour atteindre au mieux les publics cibles, coordonner les offres et les adapter les unes aux autres», souligne une participante. L'existence d'un tel réseau faciliterait également l'implication dans la chaîne des professionnels d'autres institutions (institutions religieuses, groupes d'intérêt) et acteurs de la société civile (multiplicateurs, personnes clés, associations).

Certes, le réseau ne résoudrait pas tout le problème. Sa valorisation par les parents paraît incontournable: «Die Vernetzung und Zuweisung an Angebote der Frühen Förderung geschieht oft über die Mütter-/Väterberatung, Hebammen oder Kinderärzte. Es sind genau diese Akteure, welche von den meisten Eltern mit Kleinkindern aufgesucht werden müssen», souligne une participante. Ce qui implique un travail de sensibilisation et d'information auprès des parents.

## **3 Discussion des résultats saillants**

### ***Existence d'une palette relativement importante d'offres en la matière***

Les résultats de l'état des lieux montrent qu'il existe une palette relativement importante d'offres d'information destinées au public cible défavorisé. Ce constat qui est également partagé par les participants aux ateliers de discussion laisse entendre que le domaine de la petite enfance ne pâtit

pas d'une grande lacune d'offres destinées aux publics cibles défavorisés (à l'exception des offres lacunaires destinées aux pères ainsi qu'aux personnes habitant la campagne ou les régions éloignées)<sup>11</sup>.

Par conséquent, il apparaît que l'enjeu principal n'est pas de produire plus d'offres – que ce soit de type de matériel d'information ou de communication interpersonnelle – mais de mieux optimiser celles qui sont déjà disponibles. Il s'agit notamment de garantir la continuité, de créer des synergies entre les offres et les canaux d'information ainsi que de multiplier les bonnes pratiques.

Par ailleurs, il importe de préciser que les personnes les plus défavorisées peuvent avoir des besoins en offres spécifiques, chose qu'il ne faut pas perdre de vue quand il s'agit de chercher un équilibre entre les besoins du public cible et la disponibilité des offres.

Si les résultats indiquent qu'il existe plus de matériel imprimé qu'audiovisuel, il n'est cependant pas possible de dire si ce constat reflète en réalité une quelconque préférence des prestataires d'information (efficacité, didactique, etc.) en faveur du matériel imprimé ou non. De même, il est très difficile de distinguer de manière plausible s'il s'adresse au public cible ou aux professionnels. Néanmoins, sur la base du peu d'informations disponibles, il apparaît que le matériel audiovisuel est destiné plutôt à soutenir les professionnels dans leur travail avec le public cible qu'à informer directement le public cible défavorisé.

Il est systématiquement précisé si la population migrante constitue le public cible d'une offre. Malheureusement, il n'est pas possible d'évaluer ce point pour d'autres groupes cibles défavorisés étant donné que les offres ne précisent pas de manière systématique à quel public cible défavorisé elles s'adressent. L'existence d'offres spécifiques destinées à un public défavorisé (population migrante, par exemple) ne signifie pas que d'autres offres universelles ne doivent pas s'ouvrir davantage à ce public.

Les résultats de l'état des lieux indiquent que beaucoup de programmes et projets se situent principalement au niveau cantonal ou communal, ce qui paraît tout à fait logique compte tenu du contexte fort varié au niveau local mais qui rend difficile l'harmonisation des offres au niveau national. Ce qui explique en partie pourquoi très peu d'offres semblent être multipliées, alors qu'il existe un certain nombre de programmes et de projets similaires dans certains cantons ou régions. De plus, la multiplication de certaines offres nécessite d'importantes ressources financières, pas toujours faciles à trouver.

Le constat des prestataires d'information, selon lequel l'Internet et les nouveaux médias se prêtent moins bien comme canal d'information pour la transmission des informations aux personnes disposant d'un faible niveau en littératie correspond à l'observation de la littérature spécialisée. Cette dernière précise que l'utilisation de l'Internet et des nouveaux médias est fortement associée à la situation socio-économique et au niveau de compétences en informatique des individus (Kaya 2014). Par ailleurs, il importe de mentionner qu'il existe, dans de nombreux pays anglo-saxons, un certain nombre d'initiatives qui utilisent les nouveaux médias pour développer des offres d'information interactives destinées aux personnes socioéconomiquement défavorisées ou ayant des lacunes en littératie (Boulos 2013). En Suisse, il manque des initiatives exploitant le potentiel des nouveaux médias (applications, etc.) pour le développement des offres d'information ciblées.

---

<sup>11</sup> Il convient de souligner toutefois qu'il faut prendre cette observation avec circonspection compte tenu de la limite de l'inventaire effectué et de la forte diversité qui caractérise la réalité locale.



Il importe de mentionner le fait que la recherche d'informations sur Internet devient de plus en plus importante en Suisse (Kiefer 2014), car on y trouve, très facilement et tout en restant anonyme, une grande quantité d'information que l'on peut même qualifier de «surinformation». Cependant, on doit relativiser cette observation en soulignant les limites de la recherche d'information sur Internet en raison de la qualité médiocre d'une large partie des sites et des informations disponibles sur l'Internet. Cette situation constitue l'un des risques les plus importants que l'on attribue à la recherche d'information en ligne (Kiefer 2014). Par ailleurs, les informations sur Internet sont des informations générales et de base, et ne sont pas catégorisées selon les spécificités et caractéristiques du public cible. Elles ne sont pas censées répondre aux questions personnelles des parents concernant leurs enfants. De ce fait, les offres sur Internet ne peuvent en aucun cas remplacer des offres d'encadrement et de conseil répondant aux besoins spécifiques des parents.

### ***Accessibilité: au carrefour de multiples facteurs***

Il ne suffit pas seulement d'avoir des offres, encore faut-il qu'elles soient accessibles à leur public cible. L'accessibilité est une variable qui dépend principalement des exigences d'accès découlant du type d'offre (matériel d'information, communication interpersonnelle, Internet, etc.) et des caractéristiques individuelles du public cible. Les résultats indiquent que, outre les difficultés générales (connaissances lacunaires en langue locale, faible niveau de formation, etc.) c'est plutôt le mode de distribution du matériel d'information et les canaux de transmission des informations sur les offres disponibles qui influent sur l'accessibilité.

En ce qui concerne l'accès des personnes ayant des compétences linguistiques lacunaires en langue locale, force est de constater qu'il existe un nombre important de matériel imprimé traduit en différentes langues de la migration. On ne peut cependant pas s'assurer que les personnes ayant des compétences lacunaires en littérature profitent suffisamment de ces offres. De même, en raison des difficultés de financement, le recours à l'interprétariat communautaire n'est pas acquis pour toutes les offres d'encadrement et de conseil.

De manière générale, la question qui se pose est de savoir dans quelle mesure, notamment en ce qui concerne les offres de communication interpersonnelle, l'hétérogénéité du public cible en termes d'âge, de sexe, de diversité culturelle et de couches sociales peut influencer positivement l'accès. Bien évidemment, cette approche de «mixité sociale» ne doit pas conduire à négliger le fait que certaines femmes et certains hommes peuvent avoir parfois des besoins spécifiques nécessitant des offres qui leur soient spécifiquement destinées.

Pour finir, la deuxième génération pourrait constituer un nouveau canal d'information pour transmettre les informations sur les offres concernant les familles migrantes. Rappelons que ce rôle d'intermédiaire des jeunes issus de la migration est aussi souligné en Suisse par la Conférence tripartite sur les agglomérations (CTA): «Personen mit Online Zugang übernehmen darüber hinaus oft die Rolle von «Info Brokern» für Freunde, Bekannte und Verwandte insbesondere Jugendliche für Erwachsene» (TAK 2008: 20).

### ***Atteinte du public cible: un défi des acteurs et des structures institutionnels***

On se trouve devant un public cible défavorisé qui se compose de divers groupes que l'on peut considérer comme les plus vulnérables et dont certains sont difficilement atteignables.

Les manières efficaces d'atteindre ces groupes semblent être en général celles qui passent par des acteurs et des structures institutionnels existants qui sont déjà en contact avec ces groupes (pédiatres, sages-femmes, services sociaux, centres de planning familial, formation des parents, crèches, etc.). Coopérer étroitement avec les acteurs (services sociaux, offices régionaux de placement (ORP), par exemple) en charge de l'accompagnement des familles et des parents

concernés par la pauvreté et difficiles à atteindre est une piste qui mérite d'être explorée pour accéder à ce public cible.

La question qui se pose est de savoir quel type d'action privilégier pour mieux atteindre ces groupes spécifiques: développer davantage d'offres sélectives en fonction des caractéristiques de chaque groupe difficilement atteignable identifié ou se concentrer plutôt sur l'amélioration de l'accès aux offres générales (universelles)? Il importe de préciser que l'une de ces alternatives ne doit pas exclure l'autre et qu'il convient de les considérer plutôt comme complémentaires, pour autant que l'on parvienne à éviter le risque de stigmatisation quand il s'agit d'atteindre le public cible vulnérable via des offres sélectives.

Plus une famille est considérée comme difficilement atteignable ou plus sa vie quotidienne est chargée, plus le travail de proximité sera important pour l'atteindre. De ce fait, il convient de combiner différentes offres de proximité, telles que les visites à domicile, les rencontres parents-enfants.

Au vu de leur proximité avec les milieux défavorisés potentiellement isolés, les médias-migrants pourraient être un nouveau canal pour atteindre les familles migrantes difficilement atteignables. Il s'agit d'un potentiel qui mérite d'être exploré, selon la littérature spécialisée (Kaya 2014).

Par ailleurs, Il se peut qu'il y ait toujours des familles et des parents qui renoncent à profiter des offres d'encadrement et de conseil, malgré les efforts déployés dans l'incitation et la motivation. La question qui se pose est de savoir dans quelle mesure l'introduction d'une obligation à suivre un cours, une formation ou une consultation serait utile et bénéfique. C'est une question à laquelle nous ne sommes pas censés apporter une réponse dans le cadre de ce travail.

### ***Qualité: un enjeu transversal***

L'évaluation de la qualité des offres nécessite une démarche et une méthode particulières et différenciées selon le type d'offre (matériel d'information, communication interpersonnelle, offres en ligne, etc.) De plus, elle doit se faire sur la base de certains critères préalablement définis et permettant de comparer différentes offres d'une même catégorie, chose qui fait défaut pour le matériel d'information (imprimé et audiovisuel) dans le domaine de la petite enfance. Dans le cadre de notre travail, il n'était malheureusement pas possible d'évaluer la différence qualitative entre les diverses offres pour en dégager un jugement sur la qualité du matériel d'information (imprimé et audiovisuel) destiné au public cible.

Dans la littérature spécialisée, il existe beaucoup de preuves solides indiquant que le matériel imprimé exige un niveau de littératie relativement élevé ou moyen (Murphy et al. 2000) et que les personnes ayant un faible niveau de compétences en santé ont des difficultés à comprendre les informations écrites et orales (Kaya 2007).

En ce qui concerne les offres de communication personnelle, il est important d'évaluer, après un conseil ou un cours, non seulement la qualité, mais également si l'offre a répondu au besoin. Il n'est pas possible, dans le cadre de cette analyse, de répondre à la question de savoir dans quelle mesure les offres de communication personnelle disponibles répondent aux besoins du public cible défavorisés.

Pour finir, il convient de souligner que la qualité est un enjeu transversal et qu'elle dépend des éléments suivants, entre autres: une disponibilité suffisante des offres, la garantie d'une grande accessibilité, des méthodes efficaces pour atteindre le public cible ou le fait que l'offre réponde aux besoins.

### ***Réseautage: pour une meilleure coordination et coopération en la matière***

L'échange d'informations et d'expériences entre les prestataires d'information ainsi que la création des synergies entre les offres est d'une grande importance tant au niveau de l'optimisation des offres disponibles qu'au niveau du développement de nouvelles offres et de méthodes adéquates. Néanmoins, malgré l'existence de quelques structures de coordination ou de pratiques de mise en réseau dans certains cantons, villes et communes, il existe une grande lacune, mais aussi un important potentiel dans la mise en réseau des offres et des expériences des acteurs au niveau local comme au niveau cantonal et national. Ce constat est également souligné par le Dialogue CTA sur l'intégration «Dès la naissance» dans ses recommandations destinées aux acteurs étatiques.

Il est certain que l'importance du réseautage réside dans le fait qu'il pourrait également permettre d'impliquer d'autres institutions (institutions religieuses, groupes d'intérêt), des acteurs de la société civile (multiplicateurs, personnes clés, associations) et de coordonner leurs efforts dans le domaine de la petite enfance.

## **4 En guise de conclusion: recommandations**

En guise de conclusion, nous formulons, sur la base des résultats, quelques recommandations. Ces recommandations reflètent en grande partie les souhaits et les suggestions des participants aux ateliers de discussion et visent, en premier lieu, à servir de base pour une discussion approfondie sur des recommandations à faire de manière plus ciblée. En l'occurrence, il conviendrait de créer des synergies entre ces recommandations et celles qui ont été émises, en juin 2014, par les partenaires du Dialogue CTA sur l'intégration «Dès la naissance», destinées aux acteurs étatiques<sup>12</sup> étant donné qu'il existe, à notre avis, plusieurs points communs entre ces recommandations.

---

<sup>12</sup> Cf., <http://www.dialog-integration.ch>

## DISPONIBILITE DES OFFRES ET DES CANAUX D'INFORMATION

**Résumé des principaux constats:** *il existe une palette relativement importante d'offres d'information dans le domaine de la petite enfance. Si l'on observe une concentration du matériel imprimé en matière de santé, ce sont plutôt des offres de communication interpersonnelle qui caractérisent les offres disponibles en matière d'éducation et de développement de la petite enfance. Si beaucoup de programmes et de projets se situent principalement au niveau cantonal ou communal, très peu d'offres semblent être multipliées au niveau national. L'utilisation d'Internet et des nouveaux médias semble être une pratique moins répandue dans le développement d'offres spécifiquement destinées aux groupes cibles défavorisés.*

<b>Recommandations</b>	<b>Niveau</b>	<b>Acteurs</b>
➤ Il serait fort opportun d'opter pour une démarche permettant de consolider les offres et d'optimiser leur utilisation ainsi que de multiplier les bonnes pratiques repérées.	<i>Cantonal et local</i>	<i>Prestataires d'information et porteurs de projets</i>
➤ Il serait souhaitable de mettre en place un «registre national», soit une plateforme Internet afin de rendre plus visible le matériel d'information existant auprès des professionnels et des spécialistes. Il est tout à fait envisageable qu'une plateforme existante <sup>13</sup> intègre davantage et de manière systématique le matériel d'information du domaine de la petite enfance.	<i>National</i>	<i>OFSP, SEM et Programme national<sup>14</sup></i>
➤ Il conviendrait de garantir une disponibilité adéquate et suffisante des offres d'information et leur accessibilité dans les régions de campagne et les régions périphériques.	<i>Cantonal et local</i>	<i>Prestataires d'information et porteurs de projets</i>
➤ Il serait important de développer des offres spécifiquement destinées aux hommes (pères) afin de combler la lacune en la matière et d'explorer le potentiel des nouveaux médias dans le développement de nouvelles offres d'information ciblées (applications, etc.) pour des jeunes adolescents (12-14 ans), de jeunes mères ainsi que pour les personnes étant socialement isolées ou peu mobiles.	<i>National, cantonal et local</i>	<i>Prestataires d'information et porteurs de projets</i>

<sup>13</sup> La base de données de migesplus ([www.migesplus.ch](http://www.migesplus.ch)), plateforme de projets Education de la petite enfance (<http://www.fruehkindliche-bildung.ch/fr/projets/plateforme-de-projets.html>), la plateforme de projets encouragement précoce (<http://www.netzwerk-kinderbetreuung.ch/Plateforme-de-projets-encouragement-precoce/P16pS>) ou la plateforme de base de données de Quint-Essenz (<https://www.quint-essenz.ch/fr/dimensions/1011>) par exemple.

<sup>14</sup> Programme national de prévention et de lutte contre la pauvreté 2014-2018.

## ACCESSIBILITE DES OFFRES ET DES CANAUX D'INFORMATION

**Résumé des principaux constats:** le mode de distribution du matériel d'information et de transmission des informations sur les offres disponibles influe sur l'accessibilité. Les professionnels constituent un canal d'information particulièrement important dans la transmission des informations. Plus l'orientation et l'accompagnement sur le terrain sont importants, plus on facilite l'accessibilité. L'accessibilité est plus grande pour les offres se déroulant dans les lieux proches du public cible que dans les lieux cachés et invisibles. L'utilisation mixte et complémentaire de différents canaux d'information contribue à faciliter l'accès aux informations.

Recommandations	Niveau	Acteurs
➤ Il conviendrait de déployer davantage d'efforts dans le travail d'orientation et d'accompagnement des personnes concernées vers les offres disponibles. Il serait souhaitable que les professionnels du terrain agissent et s'engagent dans cette démarche afin de s'assurer que le passage d'une offre à l'autre soit accompagné d'une logique de promotion en chaîne.	<i>Cantonal et local</i>	<i>Tous les acteurs de la promotion en chaîne dans le domaine de petite enfance</i>
➤ L'implication de personnes inspirant confiance dans la transmission des informations serait d'une grande utilité (multiplicateurs, personnes clés, par exemple).	<i>Cantonal et local</i>	<i>Prestataires d'information et porteurs de projets</i>
➤ L'approche par les pairs (Peer-to-Peer) est à mettre à profit de manière systématique dans les démarches concernant l'accès aux offres.	<i>Cantonal et local</i>	<i>Prestataires d'information et porteurs de projets</i>
➤ Il serait utile d'explorer le potentiel de divers médias-migrants dans la transmission d'informations à la communauté migrante <sup>15</sup> . L'utilisation de la checklist de migesplus pourrait s'avérer utile pour déterminer le mode de distribution adéquat selon les caractéristiques du public cible ( <a href="http://www.migesplus.ch/dienstleistungen/tipps-tools/">http://www.migesplus.ch/dienstleistungen/tipps-tools/</a> ).	<i>National, cantonal et local</i>	<i>Prestataires d'information et porteurs de projets</i>
➤ Il importerait d'améliorer la visibilité des lieux où se déroulent les offres (utilisation d'enseignes, de panneaux et d'affiches grand format et attractifs, par exemple). Des mesures améliorant l'accessibilité des offres pour les groupes cibles désavantagés vivant en périphérie et à la campagne seraient nécessaires (par le biais de visites à domicile, par exemple).	<i>Cantonal et local</i>	<i>Prestataires d'information et porteurs de projets</i>
➤ La question de savoir dans quelle mesure les groupes cibles défavorisés bénéficient des offres à bas seuil et si ces dernières répondent à leurs besoins mériterait d'être explorée. Une telle évaluation permettrait également d'identifier les personnes qui restent malgré tout inatteignables.	<i>Local</i>	<i>Porteurs de projets</i>

<sup>15</sup> Une collaboration avec le projet *migesplus média pool* de l'OFSP et de la CRS dont l'objectif est de mieux utiliser le potentiel des médias-migrants dans la diffusion des informations en matière de santé dans différentes langues d'origine mérite d'être étudiée.

## ATTEINTE DU PUBLIC CIBLE

**Résumé des principaux constats:** les facteurs déterminant les situations désavantagées ainsi que les catégories de personnes les plus vulnérables qui en découlent sont multiples. Certains groupes cibles accumulent les effets négatifs de ces facteurs. Les familles sans parcours migratoire particulièrement concernées par la pauvreté, vivant en retrait et de manière isolée, et ne bénéficiant pas d'aide sociale, constituent aussi un groupe défavorisé difficilement atteignable. Les personnes les plus défavorisées doivent être détectées le plus tôt possible et intégrées, après une prise en charge spécifique pour un certain temps, dans les offres universelles. Les acteurs et les structures institutionnels (pédiatres, sages-femmes, services sociaux, centres de planning familial, formation des parents, crèches, etc.), qui sont en contact avec les familles, jouent un rôle central dans l'atteinte du public cible.

Recommandations	Niveau	Acteurs
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Le rôle et le degré d'engagement des acteurs et structures institutionnels dans les démarches visant à atteindre le public cible sont primordiaux. De ce fait, l'atteinte du public cible et le travail avec celui-ci devrait faire partie des défis de l'engagement professionnel et institutionnel. Il conviendrait de soutenir le corps professionnel en mettant des outils de travail à sa disposition et en lui offrant des formations sur les enjeux relatifs à l'atteinte du public cible défavorisé et à la façon de travailler de manière optimale avec lui.</li> </ul>	<i>Cantonal et local</i>	<i>Service public en partenariat avec les prestataires d'offres de formation et les acteurs de la société civile</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Il conviendrait de collaborer avec les services sociaux ou d'autres institutions, comme par exemple les offices régionaux de placement (ORP) ou les services d'endettement pour atteindre des personnes dépendantes de l'assistance sociale et/ou touchées par la pauvreté.</li> </ul>	<i>Cantonal et local</i>	<i>Prestataires d'information et porteurs de projets</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Il serait important de valoriser le travail des personnes bénévoles qui pourraient utiliser la démarche de proximité «ouvrant la première porte» pour s'approcher du public cible. De même, il conviendrait de favoriser l'engagement des groupes de pairs dans les démarches visant à atteindre le public cible. L'idée de créer des regroupements entre les familles ou personnes étant dans une situation socialement isolée mériterait d'être explorée. Favoriser le dialogue avec les parents/familles issus de la migration par le biais des multiplicateurs ou personnes-clés au sein des communautés correspondantes.</li> </ul>	<i>Local</i>	<i>Prestataires d'information et porteurs de projets</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Il serait souhaitable d'expérimenter une approche spécifique pour transmettre des informations à deux ou trois groupes «difficilement atteignables» (pour les groupes, cf. le tableau 4 à titre d'exemple). Suivant les caractéristiques des groupes, il faudrait développer une approche intégrative combinant divers canaux (sorties spontanées dans les lieux de rencontre de quartier, utilisation de différents canaux de communication, mobilisation des personnes clés, par exemple).</li> </ul>	<i>Local</i>	<i>Prestataires d'information et porteurs de projets</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Il serait également très utile de combiner différentes offres de proximité, à savoir offres à bas seuil, rencontres ouvertes, visites à domiciles, par exemple, pour s'approcher de ce public cible difficilement atteignable.</li> </ul>	<i>Local</i>	<i>Prestataires d'information et porteurs de projets</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Il serait important que les financeurs de projets incitent à la prise en compte de l'atteinte du public cible défavorisé lors des demandes de financement.</li> </ul>	<i>National, cantonal et local</i>	<i>Financeurs de projets</i>

## QUALITE DES OFFRES ET DES CANAUX D'INFORMATION

**Résumé des principaux constats:** un outil contenant des critères de qualité dans le domaine de la petite enfance pour le matériel d'information (imprimé et audiovisuel) fait défaut. Quant à l'appréciation générale de qualité du matériel imprimé, les constats suivants ont été mentionnés dans les ateliers: le matériel imprimé est souvent difficilement compréhensible pour le public cible, contient en général trop de textes et pas assez de photos. Les brochures sont peu ludiques et peu illustrées. Outre la méthode appliquée, l'établissement de la confiance et la culture d'accueil sont les éléments influant directement sur la qualité des offres de communication personnelle. De même, le recours aux interprètes communautaires dans certaines circonstances assure une certaine qualité. Les informations sur Internet ne sont pas systématiquement mises à jour.

Recommandations	Niveau	Acteurs
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Il est souhaitable d'élaborer un catalogue de critères de qualité (label de qualité) sur la base des recommandations disponibles qui sont qualifiées d'essentielles et pertinentes. Il s'agirait d'évaluer, sur la base des critères ainsi définis, la qualité du matériel imprimé disponible tout en faisant la distinction entre le matériel destiné au public cible de celui destiné aux professionnels. Dans la même perspective, il conviendrait de mieux valoriser les résultats des évaluations de divers programmes et projets effectués en la matière (programmes tels <i>petits:pas</i>, <i>primano</i> par exemple).</li> </ul>	<i>National</i>	<i>OFSP, SEM et Programme national</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Afin de garantir une certaine qualité dans le développement du matériel d'information et de divers projets de communication interpersonnelle, il est conseillé de se référer aux outils et recommandations déjà disponibles en la matière. Pour n'en citer que quelques exemples:               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Tuyaux et outils de <i>migesplus</i> pour élaborer, traduire, produire et distribuer des guides de santé spécifiquement destinés aux migrants (<a href="http://www.migesplus.ch/dienstleistungen/tipps-tools/">http://www.migesplus.ch/dienstleistungen/tipps-tools/</a>)</li> <li>✓ Recommandations du public health services (<a href="http://www.prevtrans.ch">www.prevtrans.ch</a>) concernant l'analyse du groupe cible, l'accès aux offres de prestations, l'adaptation des méthodes de communication, etc. dans un contexte transculturel: <a href="http://www.public-health-services.ch/attachments/content/prevtrans-recommandations.pdf">http://www.public-health-services.ch/attachments/content/prevtrans-recommandations.pdf</a></li> <li>✓ Divers outils et checklists du quint-essenz.ch en matière d'égalité des chances: <a href="https://www.quint-essenz.ch/fr/dimensions/1011">https://www.quint-essenz.ch/fr/dimensions/1011</a></li> <li>✓ Charte pour la qualité dans l'accueil extrafamilial du Réseau suisse d'accueil extrafamilial (<a href="http://www.netzwerk-kinderbetreuung.ch">http://www.netzwerk-kinderbetreuung.ch</a>)</li> </ul> </li> </ul>	<i>National, cantonal et local</i>	<i>Prestataires d'information et porteurs de projets</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Il serait utile d'élaborer un manuel regroupant les outils répondant aux besoins de travail dans le domaine de la petite enfance et de l'éducation expliquant comment les utiliser dans des situations concrètes.</li> </ul>	<i>National</i>	<i>OFSP, SEM et Programme national</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Il est impératif d'apporter aux professionnels divers soutiens au niveau des compétences professionnelles (moyens de formation continue adéquats, qualifications, compétences transculturelles, travail interdisciplinaire et réseau etc.)</li> </ul>	<i>Cantonal et local</i>	<i>Prestataires d'offres de formation (société civile, Croix-Rouge, par exemple)</i>

## COORDINATION, COOPERATION ET RESEAUTAGE

**Résumé des principaux constats:** *il est important que les offres reposent sur de solides synergies entre elles. La collaboration entre les prestataires d'information et l'échange d'informations et d'expériences entre ceux-ci est d'une grande importance. Néanmoins, il existe des lacunes, mais aussi un important potentiel, dans la coordination et la mise en réseau des offres et des expériences des acteurs au niveau local comme au niveau cantonal et national.*

Recommandations	Niveau	Acteurs
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Au niveau institutionnel, il y aurait lieu de clarifier et définir quel service institutionnel, et dans quel domaine, peut être responsable de la coordination, de la coopération et du réseautage, à l'instar du canton de Lucerne qui, dans son concept pour la petite enfance, définit clairement la coordination et coopération comme un champ d'action et formule un plan de mesures concrètes dans ce domaine.</li> </ul>	<i>Cantonal et local</i>	<i>Service public (Santé, éducation, social)</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Le développement du domaine de la petite enfance et de l'éducation devrait passer par la mise en place de réseaux d'acteurs et de leur animation, aux niveaux national, cantonal et local. L'objectif principal de cette structure de réseau serait de coordonner les offres d'information, de créer des synergies entre elles et de les impulser. Elle devrait également constituer un cadre d'échange d'informations et d'expériences pour les acteurs du domaine de la petite enfance et de l'éducation. Il serait utile de se servir des expériences faites dans divers cantons et de commencer par coordonner ou unifier les différentes initiatives de réseautage déjà existantes (Réseau suisse d'accueil extrafamilial, par exemple).</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le réseautage à l'échelon <i>national</i> où les offres seraient confirmées se voudrait un lieu d'échange d'informations et d'expériences des acteurs principaux en ce qui concerne le transfert des savoir-faire professionnels et organisationnels, l'identification et la multiplication des bonnes pratiques repérées. Il faudrait s'assurer que les efforts déployés au niveau local profitent de l'expérience faite au niveau national.</li> </ul>	<i>National</i>	<i>Conférence tripartite sur les agglomérations (CTA) en partenariat avec un acteur national-prestataire d'information ou société civile</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• C'est à l'échelon <i>cantonal</i> qu'il faudrait s'assurer d'une meilleure coordination entre diverses offres disponibles pour que le passage d'une offre à l'autre soit accompagné d'une logique de promotion en chaîne. Le réseautage qui se créerait au niveau cantonal devrait également se pencher sur le développement de nouvelles offres ainsi que sur les enjeux méthodologiques et didactiques. Il établirait ainsi le lien entre le local et le régional.</li> </ul>	<i>Cantonal</i>	<i>Service public (Santé, éducation, social)</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le réseautage à l'échelon <i>local</i> semble être un niveau pertinent afin d'atteindre le public cible défavorisé et de créer une proximité entre celui-ci et les professionnels. C'est aussi à ce niveau-là que l'on devrait s'assurer d'une disponibilité suffisante des offres et des canaux d'information afin de couvrir les besoins du public cible défavorisé. Il conviendrait d'étudier si un réseautage est également nécessaire au niveau intercommunal (régional)</li> </ul>	<i>Local</i>	<i>Service public (Santé, éducation, social)</i>



## Bibliographie

- Ammann, E. S. et C. Salis Gross (2011). *Groupes-cibles difficilement atteignables et défavorisés. Projet «Bonne pratique de promotion de la santé des personnes âgées». Résumé et recommandations.* Zurich: Institut de recherche sur la santé publique et les addictions, ISGF.
- Bildungsdirektion Kanton Zürich (2009). *Frühe Förderung. Hintergrundbericht zur familienunterstützenden und familienergänzenden frühen Förderung im Kanton Zürich.*
- Boulos, M.N.K. (2013). «Using social media for improving health literacy», in Kickbusch, I. et al. (éd.), *Health literacy. The solid facts* WHO Regional Office for Europe, p. 63-67.
- Canova, V. (2012). *Migrationsgerechte Prävention und Gesundheitsförderung: Bedarfsanalyse zu den Programmen und Projekten im Bereich öffentliche Gesundheit im Kanton Tessin.* Bellinzona: SAH Tessin.
- Cordey, M. et al. (2013). *Analyse des besoins en matière de promotion de la santé et de prévention pour la population issue de la migration. Etat des lieux pour les cantons de Fribourg, de Neuchâtel et du Jura.* Neuchâtel: SFM.
- Fässler, S. et al. (2011). *Bedarfsanalyse migrationsgerechte Gesundheitsförderung und Prävention im Kanton Zug.* Interface.
- Guggisberg, C., N. Milenkovic et N. Zingg (2011). *Bedarfsanalyse Migration und Gesundheit Basel-Stadt. Schlussbericht.* Basel: Gesundheitsdepartement des Kantons Basel-Stadt.
- Hermann, M. (2013). *Bestandesaufnahme "Migrationsgerechte Angebote im Bereich reproduktive Gesundheit und frühe Kindheit in der Schweiz".* Bundesamt für Gesundheit. Sektion Migration und Gesundheit.
- Kaya, B. (2007). *Grundlagendokument „Migration und Gesundheit“.* Neuchâtel: SFM.
- Kaya, B. (2014). *Migration et information sur la santé: revue de littérature.* Berne: Croix-Rouge suisse.
- Kiefer, B. (2014), «Promotion de la santé et Internet: peut-on se fier au Dr Google?» Texte présenté à la conférence: *15e Conférence nationale sur la promotion de la santé et la prévention. L'autonomie, défi pour la promotion de la santé et la prévention.* Lausanne, le 30 janvier 2014.
- Mandana, V. (2011). «Breast cancer and screening information needs and preferred communication medium among Iranian immigrant women in Toronto.» *Health & Social Care in the Community* 19(6): 626-635.
- Moret, J. et J. Dahinden (2009). *Vers une meilleure communication. Coopération avec les réseaux de migrants.* Berne: Commission fédérale pour les questions de migration.
- Moser, U et A. Lanfranchi (2008). «L'inégalité devant la formation » *Commission fédérale de coordination pour les questions familiales, Famille – Education – Formation:* 10-20.
- Murphy, P.W. et al. (2000). «Comparing the effectiveness of video and written material for improving knowledge among sleep disorders clinic patients with limited literacy skills.» *Southern Medical Journal*, 93(3): 297-304.
- Parker, R. et al. (2005). «Library outreach: overcoming health literacy challenges.» *Journal of the Medical Library Association*, 93(4): 81-85.
- SRK, Departement Gesundheit und Integration in Zusammenarbeit mit den Rotkreuz-Kantonalverbänden (2013). *Erleichterter Zugang für verletzte Personen zu den Dienstleistungen des Schweizerischen Roten Kreuzes: Grundlagen und praxisbezogene Beispiele.* Wabern-Bern: SRK.
- TAK, Tripartite Agglomerationskonferenz (2008). *Umsetzung des Informationsauftrags gemäss Art. 56 AuG.* Bern: Sekretariat der KdK.

## Annexes

### Annexe I: tableaux relatifs aux résultats de l'état des lieux

#### 1.1. Informationsmaterialien

##### Informationsmaterialien im Bereich Gesundheit – Übersicht

	Anzahl	Schriftlich	Audiovisuell	Übersetzungen	Migrations-spezifisch
<b>Publikationen Total</b>	<b>83</b>	<b>74</b>	<b>9</b>	<b>54</b>	<b>10</b>
Schwangerschaft, Geburt	13	11	2	10	3
Säuglingspflege, Stillen	5	3	2	4	0
Ernährung	19	19	0	9	0
Bewegung	8	7	1	5	0
Zahngesundheit	4	3	1	3	0
Kinderkrankheiten/Impfen	2	2	0	2	0
Prävention allgemein	2	2	0	2	0
Sucht, Suchtprävention	2	1	1	2	0
Gewalt, Gewaltprävention	4	3	1	4	2
Sonstige Gesundheitsthemen	2	2	0	2	0
Themenübergreifende Informationsangebote im Bereich Gesundheit	22	21	1	11	5

## Informationsmaterialien im Bereich Gesundheit – Detailtabelle

	Anzahl	Schriftlich	Audiovisuell	Übersetzungen	Migrations-spezifisch
<b>Publikationen Total</b>	<b>83</b>	<b>74</b>	<b>9</b>	<b>54</b>	<b>10</b>
<b>Schwangerschaft, Geburt</b>	<b>13</b>	<b>11</b>	<b>2</b>	<b>10</b>	<b>3</b>
Partnerschaft, Verhütung, Rechte, Aids, Schwangerschaft - Informationen für Migrantinnen		1		1	1
Eltern sein im fremden Land - Informationen rund um Schwangerschaft und Geburt für tamilische Frauen		1		1	1
Geburt: Beginn einer Beziehung fürs Leben - Informationsbroschüre		1		1	
Checkliste Geburt		1		1	
Schwangerschaftsdiabetes		1		1	
Mutterschaftspass - Gehört der Mutter und enthält Informationen von Fachpersonen zu ihrer Schwangerschaft		1		1	
Schwangerschaft, Muttersein - Informationen für Migrantinnen		1		1	1
Info Mutterschaft - Rechte am Arbeitsplatz		1		1	
Schwangerschaftsabbruch - Informationen und Beratungsstellen		1		1	
Arbeit und Gesundheit - Schwangerschaft, Geburt, Stillzeit - Schutz der Arbeitnehmerin		1			
Die erste Zeit nach der Geburt		1		1	
Geburtsvorbereitung Kursmaterial und Handbuch - CD --> für Kursleiterinnen			1		
Eltern zwischen Freude und Erschöpfung - Start ins Leben mit einem Baby - DVD			1		
<b>Säuglingspflege, Stillen</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>0</b>
Stillen - ein gesunder Start ins Leben		1		1	
Stillen - die häufigsten Fragen und Probleme		1		1	
Breast is best - Ausbildungsfilm über das Stillen --> hauptsächlich für Fachpersonen			1	1	
App für öffentlich zugängliche Stillorte			1	1	
Zurück zur Arbeit - Checkliste für die stillende Mutter		1			
<b>Ernährung</b>	<b>19</b>	<b>19</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>0</b>
Ernährungsaufbau im 1. Lebensjahr für Kinder ohne Allergierisiko		1		1	
Ernährungsaufbau im 1. Lebensjahr für Kinder mit und ohne Allergierisiko		1		1	

	Anzahl	Schriftlich	Audiovisuell	Übersetzungen	Migrations-spezifisch
Ihr Kind kommt an den Familientisch- Elterninformation		1		1	
Breikost - hilfreiche Tipps bei der Einführung von Breikost		1		1	
Ernährungsplan für Säugling und Kleinkind		1		1	
Merkblatt Ernährung		1		1	
Tipps für gesunde Znüni und Zvieri		1		1	
Spielregeln für ein gesundes Essverhalten		1			
Problematische Lebensmittel - Merkblatt über problematische Lebensmittel für Babys und Kleinkinder		1			
Breirezepte		1			
Zubereitung der Säuglingsmilch - praktische Tipps und wichtige Hinweise zur Schoppennahrung		1			
11 Ideen fürs Zmorge...Znüni...Zvieri - einfache Rezeptideen		1			
Znüni-/Zvieriblatt - mit Bildern und Tipps		1		1	
Wasser - Das beste Getränk für Kinder! - Flyer		1		1	
Wasser ist der erfrischendste Durstlöcher für junge Superhelden - Postkarte		1			
Trink dich fit - Informationen zum Wasser trinken und Ideen für Wasser-Wanderungen		1			
Wasser hält dich in Bewegung - Informationen und Tipps zum Thema "Wasser trinken"		1			
A quoi sert l'eau dans ton corps? - Illustrativer Flyer zum Flüssigkeitsbedarf des Körpers		1			
Les petits gourmets à table - La place des fruits & légumes - Informationen und Tipps zum Konsum von Früchten und Gemüse		1			
<b>Bewegung</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>0</b>
Bewegung 0 bis 12 Monate - Elterninformation		1		1	
Bewegung 0-4 Jahre - Tipps für jede Altersstufe		1		1	
Bewegung von 1 bis 4 Jahren - Elterninformation		1		1	
Flyer Bewegung		1		1	
Bébé aime bouger - informations et conseils pour parents pour promouvoir le mouvement chez leur bébé		1			
Gesund und fit dank regelmässiger Bewegung - Bewegungsempfehlungen für Kinder von 0-4 Jahren		1			
Gesundheitswirksame Bewegung - Empfehlungen für Kinder und Jugendliche		1			
Bewegung ist Leben – Kurzfilm zu Bewegung, Spiel und Sport im Alltag			1	1	

	Anzahl	Schriftlich	Audiovisuell	Übersetzungen	Migrations-spezifisch
<b>Zahngesundheit</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>0</b>
Gesunde Zähne - Infobroschüre rund ums Thema Milchzähne		1		1	
Gesunde Milchzähne hat uns die Natur gegeben... - Infobroschüre rund ums Thema Milchzähne		1		1	
Warum Sie Zahnschäden (Löcher) behandeln lassen sollten		1		1	
Zahn-Clip - Präventionsbotschaft			1	0	
<b>Kinderkrankheiten/Impfen</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>
Lisa, Daniel und...Wenn die Kinder krank sind - Informationen rund ums Thema Kinderkrankheiten und Notfälle		1		1	
Impfplan - Überblick für Eltern		1		1	
<b>Prävention allgemein</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>
Kinder im Auto - korrekte und altersgerechte Sicherung		1		1	
rauchfreie Luft - gesunde Kinder - Kinder zu Hause besser vor Passivrauchen zu schützen --> Kurs für Gesundheitsfachpersonen		1		1	
<b>Sucht, Suchtprävention</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>0</b>
Elterliche Regeln für das Nichtrauchen ihrer Kinder - Eltern stärken		1		1	
Stark für das Leben - Videofilm in 13 Sprachen zur Suchtprävention und zur Förderung von Schutzfaktoren in der Familie --> hauptsächlich für Fachpersonen			1	1	
<b>Gewalt, Gewaltprävention</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>2</b>
Sexualerziehung bei Kleinkindern und Prävention von sexueller Gewalt		1		1	
Angst lähmt - Aufklärung stärkt, sexuelle Gewalt an Kindern, Information für Eltern und Erziehungspersonen		1		1	
Wir schützen unsere Töchter - Information über die Gefahren von FGM		1		1	1
Femmes mutilées plus jamais - DVD über FGM zur Sensibilisierung und Information für die betroffene Bevölkerungsschicht			1	1	1
<b>Sonstige Gesundheitsthemen</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>
Ich gehe ins Spital! - Ratgeber um Kinder auf einen Spitalaufenthalt vorzubereiten		1		1	
Kopfläuse - weg damit!		1		1	
<b>Themenübergreifende Informationsangebote im Bereich Gesundheit</b>	<b>22</b>	<b>21</b>	<b>1</b>	<b>11</b>	<b>5</b>
Gesunder Start ins Leben - umfassende Informationsbroschüre		1		1	
Gesund sein - gesund bleiben - Kurzinformationen und Gedankenanstösse		1		1	1

	Anzahl	Schriftlich	Audiovisuell	Übersetzungen	Migrations-spezifisch
Ernährung und Bewegung für Kinder		1		1	
Miam la vie. 0-1 an - einfache Botschaften zum Wohlbefinden und zur Gesundheit von 0-1 jährigen Babys		1			
Miam la vie. 1-4 ans - einfache Botschaften zum Wohlbefinden und zur Gesundheit von 1-4 jährigen Kleinkindern		1			
Informationen zu Bewegung und Ernährung: Für Schwangere, Stillende und Eltern von Säuglingen im Alter bis 12 Monate.		1			
Informationen zu Bewegung und Ernährung: Für Eltern von Kindern von 1 bis 6 Jahren		1			
Guide pratique "Alimentation et mouvement pour enfants de 0 à 4 ans"		1			
Explorer en famille le monde de l'alimentation et du mouvement pour enfants de 0 à 4 ans		1		1	
Ernährung und Bewegung für Kleinkinder - Tipps für Eltern		1			
Tipps für Familien - Prägnant formulierte Gesundheitstipps		1		1	
Trink dich fit. Spiel dich fit - Informationen zum Wasser trinken kombiniert mit einfachen Frisbee-Spielideen		1			
Baby Guide mit Spezialdossier Ernährung und Bewegung		1			
Tag für Tag - Ernährung und Bewegung kinderleicht - Bildliche Darstellung eines Tagesablaufs in der Familie zu den Themen Ernährung, Bewegung, Entspannung/Schlaf		1			
Gesund sein - gesund bleiben - Fotoserie mit Diskussionsanleitung		1		1	1
Hilfe! Mein Baby hört nicht auf zu schreien - Ratgeber		1		1	
Elternbriefe - grundlegendes Wissen zu den Themen Pflege, Ernährung, Entwicklung, Gesundheit und Erziehung		1			
Unser Kind: 1. Lebensjahr - Ratgeber mit praxisorientierten Informationen zu Themen wie Ernährung, Gesundheit und Entwicklung für Eltern mit Migrationshintergrund		1		1	1
Unser Kind: 2./3. Lebensjahr - Ratgeber mit praxisorientierten Informationen zu Themen wie Ernährung, Gesundheit und Entwicklung für Eltern mit Migrationshintergrund		1		1	1
Unser Kind: 4./5./6. Lebensjahr - Ratgeber mit praxisorientierten Informationen zu Themen wie Ernährung, Gesundheit und Entwicklung für Eltern mit Migrationshintergrund		1		1	1
Lernen - ein Kinderspiel? - Film wie Eltern durch Zuwendung und Interesse die Lernprozesse des Kindes und seine gesunde Entwicklung unterstützen können			1	1	
Kompass für die Entwicklung im 2. und 3. Lebensjahr - Broschüre zu den kindlichen Entwicklungskompetenzen		1			

Quelle: Migesplus-Datenbank, Broschüren-Übersicht Gesundheitsförderung Schweiz, Aufbereitung und Darstellung BASS

## Informationsmaterialien im Bereich Erziehung / Frühe Förderung – Übersicht

	Anzahl	Schriftlich	Audiovisuell	Übersetzungen	Migrations-spezifisch
<b>Publikationen Total</b>	<b>17</b>	<b>14</b>	<b>3</b>	<b>14</b>	<b>6</b>
Erziehung / Frühe Förderung allgemein	8	6	2	7	1
Sprachförderung	2	2	0	2	2
Themenübergreifende Informationsangebote im Bereich Erziehung / Frühe Förderung	7	6	1	5	3

## Informationsmaterialien im Bereich Erziehung und Frühe Förderung - Detailtabelle

	Anzahl	Schriftlich	Audiovisuell	Übersetzungen	Migrations-spezifisch
<b>Publikationen Total</b>	<b>17</b>	<b>14</b>	<b>3</b>	<b>14</b>	<b>6</b>
<b>Erziehung / Frühe Förderung allgemein</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>7</b>	<b>1</b>
Kinderverse - mehrsprachig		1		1	
Stark durch Beziehung - acht Botschaften: was ein Kind von Anfang an braucht, um stark zu werden		1		1	
Acht Sachen...die Erziehung stark machen - Orientierungshilfe für den Alltag		1		1	
Erziehung – Rezepte mit erwünschten Nebenwirkungen		1		1	
Brauchen Kleinkinder Bildschirmmedien?		1		1	
NE JEMI TË VEGJËL, NE JEMI FËMIJE - Das erste albanische Kinderliederbuch mit CD			1	1	1
eines zu wenig - beides zu viel? Impulsfilm über die Vereinbarkeit von Beruf und Familie			1	1	
Spielräume - Tipps zur Planung und Gestaltung von sicheren, attraktiven Lebens- und Spielräumen		1			
<b>Sprachförderung</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
Sprich mit mir und hör mir zu! - Tipps zum Aufwachsen mit mehreren Sprachen		1		1	1
Muttersprache = Sprache des Herzens		1		1	1
<b>Themenübergreifend</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>3</b>
Hilfe! Mein Baby hört nicht auf zu schreien - Ratgeber		1		1	
Elternbriefe - grundlegendes Wissen zu den Themen Pflege, Ernährung, Entwicklung, Gesundheit und Erziehung		1			
Unser Kind: 1. Lebensjahr - Ratgeber mit praxisorientierten Informationen zu Themen wie Ernährung, Gesundheit und Entwicklung für Eltern mit Migrationshintergrund		1		1	1
Unser Kind: 2./3. Lebensjahr - Ratgeber mit praxisorientierten Informationen zu Themen wie Ernährung, Gesundheit und Entwicklung für Eltern mit Migrationshintergrund		1		1	1
Unser Kind: 4./5./6. Lebensjahr - Ratgeber mit praxisorientierten Informationen zu Themen wie Ernährung, Gesundheit und Entwicklung für Eltern mit Migrationshintergrund		1		1	1
Lernen - ein Kinderspiel? - Film wie Eltern durch Zuwendung und Interesse die Lernprozesse des Kindes und seine gesunde Entwicklung unterstützen können			1	1	
Kompass für die Entwicklung im 2. und 3. Lebensjahr - Broschüre zu den kindlichen Entwicklungskompetenzen		1			

Quelle: Migesplus-Datenbank, Broschüren-Übersicht Gesundheitsförderung Schweiz, Aufbereitung und Darstellung BASS



## 1.2. Interpersonale Informationsangebote

### 1.2.1 Bereich Gesundheit

#### Kantonsübergreifende Angebote

	Anzahl	Kantone	Übersetzungen	Migrations-spezifisch	Schwanger-schaft / Geburt	Frühbereich / Kindheit allg.
<b>Angebote Total</b>	<b>3</b>		<b>3</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>
<b>Eltern-/Müttertreffs</b>	<b>1</b>					
FemmesTISCHE - Diskussionsrunden für Frauen zum Thema Gesundheit und/oder Erziehung		AR, AG, BE, BS, GE, NW, OW, SG, SO, SZ, TG, UR, VD, VS, ZG, ZH	Ja	Ja		x
<b>Beratungen</b>	<b>1</b>					
Miges Balù - Förder- und Integrationsprogramm der Mütter- und Väterberatungen für Kinder von 0 bis 3 Jahren zur Förderung einer ausgewogenen Ernährung und ausreichend Bewegung ab Geburt für fremdsprachige Eltern		BE, LU, SG, TG, AR	Ja	Ja		x
<b>Sonstiges</b>	<b>1</b>					
Vitalina – Aktive Eltern für gesunde Kinder - aufsuchendes Gesundheits- und Präventionsprogramm vom HEKS für fremdsprachige Eltern von Kindern von 0 bis 5 Jahren		BS, BL, SO, AG	Ja	Ja		x

Quelle: BAG (2013), Datenbank Netzwerk Kinderbetreuung, Aufbereitung und Darstellung BASS

## Kantonale und städtische Angebote

	Anzahl	Kanton / Stadt	Übersetzungen	Migrations-spezifisch	Schwanger-schaft/Geburt	Frühbereich /
<b>Angebote Total</b>	<b>13</b>		<b>13</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>5</b>
<b>Informationsveranstaltungen</b>	<b>4</b>					
Info-Point - Informationsveranstaltungen zur Orientierung im Alltag; 1 Modul zu "Familienplanung und HIV/Aids Prävention"		LU	Ja	Ja	x	
Informationskurse zu Schwangerschaft und Geburt auf Englisch, Türkisch und Tamilisch		BS	Ja	Ja	x	
Informationsnachmittag für Eltern mit Kleinkindern zum Thema Fieber, Durchfall und Ernährung bei Kleinkindern		SG	Ja			x
Info-Point - Informationsveranstaltungen zur Orientierung im Alltag; 1 Modul zu "Eltern sein in der Schweiz"		LU	Ja	Ja		x
<b>Kurse</b>	<b>3</b>					
Pan-Milar - Geburtsvorbereitungskurs mit interkulturell Dolmetschenden		VD	Ja	Ja	x	
PEBS: „Gsundi Mami – Gsundi Chind“ - Präventive Ernährungs- und Bewegungsberatung in der Zeit von der Schwangerschaft bis zu einem Jahr nach der Geburt		ZH	Ja		x	
„Gesundheitskurse“ für asylsuchende Frauen mit interkulturell dolmetschenden Personen		GR	Ja	Ja	x	
<b>Eltern-/Müttertreffs</b>	<b>2</b>					
Kjz Uster – Internationales Café - Treffen für Eltern mit Kleinkindern im Familienzentrum mit interkulturell Vermittelnden		ZH, Uster	Ja			x
FrauenPause - Freitagstreff für Frauen mit Migrationshintergrund zum Thema Gesundheit und/oder Erziehung		AG	Ja	Ja		x
<b>Hausbesuche</b>	<b>2</b>					
FamilyStart beider Basel - 12-Std. Helpline und Nachsorgeorganisation für Wöchnerinnen und Neugeborene durch Hebammen		BS	Ja		x	
Conviva - Diskussionsrunden für Frauen zum Thema Empfängnisverhütung, Sexualität und/oder Schwangerschaft, ungeplante Schwangerschaft		BL	Ja	Ja	x	
<b>Beratungen</b>	<b>1</b>					
Mütter- und Väterberatung - Beratung in den Bereichen Ernährung, Bewegung und Entwicklung von Kleinkindern (mit einer interkulturell Dolmetschenden auf Albanisch)		AG	Ja	Ja		x
<b>Sonstiges</b>	<b>1</b>					
Nationaler Telefondolmetschdienst in der Notfallstation der Frauenklinik		BS	Ja		x	

Quelle: BAG (2013), Datenbank Netzwerk Kinderbetreuung, Aufbereitung und Darstellung BASS

## Stadt Bern

	Anzahl	Ort	Übersetzungen	Migrations-spezifisch	Schwanger-schaft/Geburt	Frühbereich
<b>Total Angebote</b>	<b>6</b>		<b>3</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>4</b>
<b>Kurse</b>	<b>1</b>					
Mamamundo - Geburtsvorbereitungskurs des SRK mit interkulturell Dolmetschenden		Diverse Orte	Ja	Ja	x	
<b>Eltern-/Müttertreffs</b>	<b>3</b>					
Gesundheitsrunde - offenen Gesprächsrunde zu Gesundheitsthemen im Mütterntreff		Mütterzentrum Bern-West				x
Müzeria - Mütterntreff mit anwesender Fachperson für offene Fragen		Mütterzentrum Bern-West				x
FEMMES - TISCHE - Austausch über Erziehungs- und Gesundheitsthemen von geschulten Moderatorinnen geführt		Treffpunkt (Bümpliz) Untermatt	Ja	Ja		x
<b>Beratungen</b>	<b>1</b>					
Familienplanung / Verhütung - Beratungsangebot mit interkulturell Dolmetschenden		Frauenklinik	Ja		x	
<b>Sonstiges</b>	<b>1</b>					
primano - Initiative der Stadt Bern zur Förderung von Kindern im Vorschulalter - Spielgruppen, Quartiertreffs, Hausbesuche		Diverse Orte				x

Quelle: BAG (2013), Datenbank Netzwerk Kinderbetreuung, Aufbereitung und Darstellung BASS

## Stadt Zürich

	Anzahl	Ort	Übersetzungen	Migrations-spezifisch	Schwanger schaft/Geburt	Frühbereich / Kindheit allg.
<b>Angebote Total</b>	<b>10</b>		<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>9</b>
<b>Eltern-/Müttertreffs</b>	<b>8</b>					
MuKi-VaKi-Turnen ab 2,5 Jahren		GZ Buchegg				x
Mum & Dad & Baby Exercise - Fitnessstraining für Mamis oder Papis mit Baby ab 3 Monaten		GZ Buchegg				x
Vegetarisches Mittagessen für Eltern mit Kleinkindern		GZ Hottingen				x
Tanzspass mit Eltern und Kindern von 2 bis 4 Jahren		GZ Schindlergut				x
Bewegungsturnen		FZ Katzenbach; Seebach				x
Begleiteter Bewegungsraum		Kinderhaus Entlisberg				x
fitdankbaby - Fitnesskurs für Mütter mit Baby		GZ Heuried, GZ Hirzenbach				x
Femmes-Tische - Diskussionsrunden für Frauen zum Thema Gesundheit und/oder Erziehung		Diverse Orte	Ja	Ja		x
<b>Sonstiges</b>	<b>2</b>					
Institutionalisierte Zusammenarbeit zwischen Sozialzentrum Dorflinde und Frauenklinik Triemli - 'Übergabe' von sozial benachteiligten Familien vom Triemli an die Mütter- und Väterberatung		Zürich-Nord			x	
Purzelbaum KiTa - Regelmässige Bewegung in der KiTa und Information der Eltern - Projekt der Schulgesundheitsdienste		Diverse Orte				x

Quelle: BAG (2013), Datenbank Netzwerk Kinderbetreuung, Aufbereitung und Darstellung BASS

## Stadt Genf und Vernier

	Anzahl	Ort	Übersetzungen	Migrations-spezifisch	Schwanger-schaft/Geburt	Frühbereich / Kindheit allg.
<b>Angebote Total</b>	<b>2</b>		<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>Kurse</b>	<b>2</b>					
Enceinte à Genève – Geburtsvorbereitungskurs von Appartenances mit interkulturell Dolmetschenden		Genf	Ja	Ja	x	
Prendre soin de mon enfant malade - CRS		Genf				x

Quelle: BAG (2013), Datenbank Netzwerk Kinderbetreuung, Aufbereitung und Darstellung BASS

## 1.2.2 Bereich Erziehung / Frühe Förderung

### Kantonsübergreifende Angebote

	Anzahl	Kantone	Übersetzungen	Migrations-spezifisch
<b>Angebote Total</b>	<b>9</b>		<b>5</b>	<b>7</b>
<b>Kurse</b>	<b>2</b>			
Edulina - Mehrsprachige Familienworkshops vom HEKS für Kinder und Eltern mit Migrationshintergrund oder aus benachteiligten Schichten		BS, BL	Ja	Ja
schulstart+ - Vorbereitung auf den Kindergarten- und Schuleintritt für Eltern mit Migrationshintergrund durch Caritas		AG, FR, GR, ZH		Ja
<b>Eltern-/Müttertreffs</b>	<b>3</b>			
Schenk mir eine Geschichte - Family Literacy / 1001 histoires - Leseanimationen für Eltern und Kinder in verschiedenen Sprachen von SIKJM- in Quartierzentren, Bibliotheken, Kindergärten und auch zu Hause bei den Familien.		AG BE BL BS LU SG SH SO TG UR VD VS ZG ZH	Ja	Ja
Buchstart - Projekt der Stiftung Bibliomedia Schweiz zur Frühsprachförderung und zur ersten Begegnung von Kleinkindern mit Büchern		Gesamtschweiz	Ja	
FemmesTISCHE - Diskussionsrunden für Frauen zum Thema Gesundheit und/oder Erziehung		AR, AG, BE, BS, GE, NW, OW, SG, SO, SZ, TG, UR, VD, VS, ZG, ZH	Ja	Ja
<b>Hausbesuche</b>	<b>1</b>			
schritt:weise - Frühförderprogramm für Kinder von 0 bis 5 Jahren - 18 monatiges Programm zur Elternbildung		BE, SO, BS, BL, AG, ZH, ZG, VD		
<b>Beratungen</b>	<b>1</b>			
Miges Balù - Förder- und Integrationsprogramm der Mütter- und Väterberatungen für Kinder von 0 bis 3 Jahren zur Förderung einer ausgewogenen Ernährung und ausreichend Bewegung ab Geburt für fremdsprachige Eltern		BE, LU, SG, TG, AR	Ja	Ja
<b>Sonstiges</b>	<b>2</b>			
mitten unter uns - Vernetzung von Migrationsfamilien mit gut integrierten Familien durch SRK; Kindergartenalter		BE, ZH, BL		Ja
MUNTERwegs - generationenübergreifendes Mentoringprogramm zur Unterstützung in der Freizeitgestaltung von Kindern (5-11 Jahre) mit Migrationshintergrund		BS, LU, ZG		Ja

Quelle: BAG (2013), Datenbank Netzwerk Kinderbetreuung, Aufbereitung und Darstellung BASS

## Kantonale und städtische Angebote

	Anzahl	Kanton / Stadt	Übersetzungen	Migrations-spezifisch
<b>Angebote Total</b>	<b>22</b>		<b>7</b>	<b>11</b>
<b>Informationsveranstaltungen</b>	<b>1</b>			
Info-Point - Informationsveranstaltungen von Caritas zur Orientierung im Alltag; 1 Modul zu "Eltern sein in der Schweiz"		LU	Ja	Ja
<b>Kurse</b>	<b>3</b>			
Deutsch und Information für Mütter, Väter und Kinder - Deutschkurse von FABIA für Mutter und Kind		LU		Ja
Sprachbrücke - Mein Kind lernt Deutsch und ich lerne mit - Städtischer Sprach- und Integrationskurs für Migrantinnen und ihre Kinder		SG, Rapperswil-Jona		Ja
Weiterbildung für Betreuerinnen und Mütter im Mütterzentrum - Anregungen zur frühen Förderung durch Fachfrau		BE		
<b>Eltern-/Müttertreffs</b>	<b>8</b>			
Accueil enfants à l'Espace Traits d'Union - Treffangebote mit Kinderbetreuung		VD, Yverdon-les-Bains		Ja
FIM - Frühförderung und Integration mit Monatsbuch - Integrationsangebote im Quartiertreff für Schweizer als auch Migrantenfamilien mit bildungsfernem Hintergrund		BS	Ja	
INCONTRIAMOCI - luoghi d'incontro, dove le mamme si possano raccontare della Associazione di psicologia generativa della Svizzera italiana		TI		
Integrationsförderung im Frühbereich - Elterntische, Spielnachmittage, Informationsveranstaltungen der Frauenzentrale		GL		Ja
Interkulturelle Eltern-Kind Treffs des Vereins FamilienStärken		ZH, Winterthur		
Interkultureller Krabbeltreff Plus der Zuger Fachstelle punkto Jugend und Kind		ZG		
Kjz Uster – Internationales Café - Treffen für Eltern mit Kleinkindern im Familienzentrum mit interkulturell Vermittelnden		ZH, Uster	Ja	
FrauenPause - Freitagstreff der Caritas für Frauen mit Migrationshintergrund zum Thema Gesundheit und/oder Erziehung		AG	Ja	Ja
<b>Spielgruppen / Krippen</b>	<b>7</b>			
Spielgruppe Chinderwerkstatt Martina - Förderung von fremdsprachigen Kindern im Vorkindergartenalter und deren Eltern		SG		Ja
Integration-vor-4 - Vorkindergarten für Kinder mit Migrationshintergrund der Primarschule Sulgen, Einbezug der Eltern		TG		Ja
Piccoli passi alla scoperta de grande mondo - un'attività volta alla promozione dell'integrazione dei bambini e delle loro famiglie della CRS		TI		
Spielgruppe mit Schwerpunkt Integration und Sprachförderung; Unterstützung der Eltern in erzieherischen Anliegen		BE, Burgdorf		Ja
SpiKi "Von der Spielgruppe in den Kindergarten" - Vermittlung von Sozial- und Sprachkompetenzen unter Einbezug der Eltern		SG, St.Gallen		
BiLiKiD - Zweisprachige Integrationsspielgruppe mit Elternzusammenarbeit		ZH	Ja	Ja

	Anzahl	Kanton / Stadt	Übersetzungen	Migrations-spezifisch
Accoglienza e intervento con bambini alloggiati alla scuola dell'infanzia - l'apprendimento della lingua italiana il più presto possibile per bambini alloggiati e le loro famiglie - Comune di Biasca, Scuola universitaria professionale della Svizzera italiana (SUPSI)		TI, Biasca		Ja
<b>Hausbesuche</b>	<b>2</b>			
Réseau des mères de contact - Förder- und Integrationsprogramm für Kinder von 0 bis 4 Jahren (Hausbesuche von Müttern für Mütter) vom SRK		NE		
ZEPPELIN (Zürcher Equity Präventionsprojekt Elternbeteiligung und Integration) - Förder- und Integrationsprogramm für Kinder von 0 bis 3 Jahren		ZH	Ja	

<b>Sonstiges</b>	<b>1</b>			
Education familiale - Encouragement de l'intégration dans le domaine préscolaire		FR	Ja	

Quelle: BAG (2013), Datenbank Netzwerk Kinderbetreuung, Aufbereitung und Darstellung BASS

## Stadt Bern

	Anzahl	Ort	Übersetzungen	Migrations-spezifisch
<b>Total Angebote</b>	<b>12</b>		<b>4</b>	<b>6</b>
<b>Kurse</b>	<b>3</b>			
Ich lerne Deutsch - Und mein Kind auch - MuKi-Deutschkurs des Schulamts Stadt Bern		Diverse Orte		Ja
Von Mutter zu Mutter - Info zu schweizerischem Schulsystem für fremdsprachige Mütter von Famira		Bern Brunnmattschule, Bern Nord in Wylerhuss	Ja	Ja
AFIM - Kursteilnehmerinnen können die Freizeit mit Ihren Kinder aktiv gestalten - Famira		Bern Brunnmattschule		Ja
<b>Eltern-/Müttertreffs</b>	<b>6</b>			
Kinderraum - Treffpunkt für Frauen mit Kindern		Mütterzentrum Bern-West		
Schenk mir eine Geschichte Family Literacy - Geschichtenstunden in ihrer Erstsprache		Zentrum 5	Ja	Ja
Erziehende im Gespräch - Unter Anleitung einer Moderatorin wird anhand eines Filmausschnittes über Erziehung diskutiert		Mütterzentrum Bern-West		



	Anzahl	Ort	Übersetzungen	Migrations-spezifisch
Alleinerziehende Frauen treffen sich - zum Austausch		Mütterzentrum Bern-West		
Müzeria - Müttertreff mit anwesender Fachperson für offene Fragen		Mütterzentrum Bern-West		
FEMMES - TISCHE - Austausch über Erziehungs- und Gesundheitsthemen von geschulten Moderatorinnen geführt		Treffpunkt (Bümpliz) Untermatt	Ja	Ja
<b>Hausbesuche</b>	<b>1</b>			
schritt:weise - Hausbesuchsprogramme - präventives Spiel- und Lernprogramm für Eltern und ihre 2-jährigen Kinder		Diverse Orte	Ja	
<b>Sonstiges</b>	<b>2</b>			
Tages-AuPairs -Migrantinnen leisten in einer deutschsprachigen Familie Betreuungs- und Haushaltshilfe und lernen so Deutsch und die Kultur kennen		Quartierzentrum Tscharnergut im		Ja
primano - Initiative der Stadt Bern zur Förderung von Kindern im Vorschulalter - Spielgruppen, Quartiertreffs, Hausbesuche		Diverse Orte		

Quelle: BAG (2013), Datenbank Netzwerk Kinderbetreuung, Aufbereitung und Darstellung BASS

## Stadt Zürich

	Anzahl	Ort	Übersetzungen	Migrations-spezifisch
<b>Angebote Total</b>	<b>32</b>		<b>5</b>	<b>7</b>
<b>Informationsveranstaltungen</b>	<b>1</b>			
Starke Eltern sein - niederschwelliges Elternbildungsangebot im interkulturellen Kontext des SRK zu den beiden Themen «Brücken bauen» und «Grenzen setzen»		Diverse Orte	Ja	Ja
<b>Kurse</b>	<b>6</b>			
ELDIS - Eltern lernen Deutsch in der Schule - Deutschkurs für Eltern von Vorschul- und Schulkindern mit Informationen zum zürcherischen Schul- und Bildungssystem der Fachschule Viventa		Schul- und Kinderhäuser der Stadt Zürich		Ja
STEP - Schritt für Schritt als Eltern fit - Ein Erziehungskurs der Fachschule Viventa für Eltern und Bezugspersonen von Kindern zwischen 0 und 6 Jahren.		Schul- und Kinderhäuser der Stadt Zürich		
Luege mal Mami, das ist Xherdan, mein bester Freund! - Einführungskurs «Interkulturelle Kommunikation» der Fachschule Viventa für Eltern jeglicher Herkunft		Diverse Orte		

	Anzahl	Ort	Übersetzungen	Migrations-spezifisch
Kleinkinderkurse®. Geleiteter Eltern-Kind-Kurs - fördert die Entwicklung der Kleinkinder, erweitert die Erziehungskompetenzen der Eltern		GZ Loogarten		
Erziehungsunterstützung - Erziehungskurse, Elterncoachings und Beratungen		Zentrum Elch		
schulstart+ - Vorbereitung auf den Kindergarten- und Schuleintritt für Eltern mit Migrationshintergrund		Familienzentrum Katzenbach; Seebach	Ja	Ja
<b>Eltern-/Müttertreffs</b>	<b>18</b>			
Interkulturelles Elternkaffee - Für fremdsprachige Mütter und Väter mit Grundkenntnissen in der deutschen Sprache, die sich mit anderen Eltern über Erziehungsfragen austauschen wollen		Schul- und Kinderhäuser der Stadt Zürich	Ja	Ja
Begleiteter Bewegungsraum, für Eltern mit Kleinkindern zwischen 6 und 26 Monaten		GZ Affoltern		
Eltern - Kind - Turnen		Diverse GZ		
Eltern-Kind-Gruppen		Diverse GZ	Ja	
Krabbelgruppen		Diverse GZ		
Krabbelkaffi		GZ Grünau		
Väter-Kinder-Morgen - Zmorgen und Spiel und Spass		GZ Heuried		
Eltern-Kind-Treff		Diverse GZ		
Eltern-Kind Singen		GZ Hottingen		
Werken mit Kleinkindern & Familien		GZ Loogarten		
Spiel und Sprache ab 2½ Jahren bis Kindergartenbeginn - Spielangebot mit Elternmorgen zu einem bestimmten Thema		GZ Seebach		
Family Talk - Filmvorführung "Lerngelegenheiten für Kinder bis 4" im Kafi mit fachgeleiteter Gesprächsrunde		Zentrum Krokodil		
Gesprächsrunden zu Erziehungsfragen –mit Kinderhüeti		Familienzentrum Katzenbach; Seebach		
Bildungs-Café - gehen Sie mit Ihrem Kind auf Entdeckungsreise: kreativ austoben, singen, tanzen, spielen und neue Freunde finden		Zürich-Altstetten		
Eltern-Café im Kinderhaus Entlisberg - von einer Mütterberaterin geführt		Kinderhaus Entlisberg		
Familientreffpunkt Entlisberg - von einer Fachmitarbeiterin des Offenen Bereichs geleitet		Kinderhaus Entlisberg		
fitdankbaby - Fitnesskurs für Mütter mit Baby		GZ Heuried, GZ Hirzenbach		
Femmes-Tische - Diskussionsrunden für Frauen zum Thema Gesundheit und/oder Erziehung		Diverse Orte	Ja	Ja
<b>Spielgruppen / Krippen</b>	<b>2</b>			
Gut vorbereitet in den Kindergarten - Pilotprojekt Halbtageskita - vorschulische Förderung und Deutscherwerb unter Einbezug der Eltern		Schwamendingen		Ja

	Anzahl	Ort	Übersetzungen	Migrations-spezifisch
Sprachförder – Spielgruppe - Auseinandersetzung mit der deutschen Sprache im spielerischen Umfeld, Elternpartizipation erwünscht		Zentrum Krokodil		Ja
<b>Hausbesuche</b>	<b>1</b>			
Schritt:weise - Hausbesuchprogramm zur Stärkung der Eltern-Kind-Beziehung und der Aktivierung und Erweiterung der Ressourcen der Familie		Diverse Orte		
<b>Beratungen</b>	<b>1</b>			
Sozialzentren mit Mütter- und Väterberatung - Intensiviertes Angebot der Mütter- und Väterberatung (SOD) für sozial benachteiligte Eltern, Zusammenarbeit mit den Sozialen Diensten		Diverse Orte		
<b>Sonstiges</b>	<b>3</b>			
Aufsuchende Eltern-Kind-Förderung Manesse (EKF) - Zirkuswagen mit diversen Spielsachen für Kinder von 0-12		GZ Heuried		
«mit mir» - Patenschaftsprojekt von Caritas für von familiären Problemen betroffene Kinder - abwechslungsreiche Freizeit mit freiwilligen Gotten und Göttis		Diverse Orte		
Aufsuchende Eltern-Kind-Förderung - mit einem Wägeli voller Spiel- und Infomaterial im Quartier unterwegs		Zürich-Altstetten		

Quelle: BAG (2013), Datenbank Netzwerk Kinderbetreuung, Aufbereitung und Darstellung BASS

## Stadt Genf und Vernier

	Anzahl	Ort	Übersetzungen	Migrations-spezifisch
<b>Angebote Total</b>	<b>20</b>		<b>1</b>	<b>4</b>
<b>Informationsveranstaltungen</b>	<b>1</b>			
Partage pour parents migrants – permettre aux participants de partager, échanger à propos de questionnement et de difficultés liées à l'éducation -Ecole des parents		Genf		Ja
<b>Kurse</b>	<b>1</b>			
Cours de français pour femmes - Possibilité de venir avec son enfant - L'association de la Maison de Quartier des Avanchets		Vernier		Ja
<b>Eltern-/Müttertreffs</b>	<b>10</b>			
Accueil Adultes-Enfants - un lieu de rencontre et de partage pour des enfants et les adultes accompagnants, un lieu d'écoute, de socialisation et de ressources - ville de Vernier		Châtelaine		
Espace enfants -un lieu d'accueil et de socialisation privilégié pour les enfants de 0 à 5 ans dont les mères participent aux activités proposées à camarada.		Genf		Ja
Espace parentalité « La Marelle » - un lieu d'accueil, d'écoute, d'appui et d'accompagnement des parents ayant des enfants en âge de l'Université populaire albanaise		Genf	Ja	Ja
Centre d'intégration culturelle de la CRS avec Espace enfants; Cours de français pour enfants et adultes		Genf		
Cafés de parents - Venez aux Cafés de parents pour parler éducation avec d'autres parents en présence d'un professionnel de l'Ecole des parents.		Genf		
Ateliers pour parents de jeunes enfants (0-5) - notions théoriques sur le développement et les besoins des enfants - Ecole des parents		Genf		
Lieu d'accueil parents-enfant – un espace de rencontre et d'accueil destiné aux parents et leur(s) enfant(s) animé par des professionnelles de l'Ecole des parents		Genf		
Samedis des papas - Pour Papa(s) accompagné(s) de leur(s) enfant(s) de 2½ à 5 ans- Ecole des parents		Genf		
Le Cerf-volant - un espace de jeu et d'échange destiné aux enfants, de la naissance jusqu'à l'âge de 4 ans- Ville de Genève		Genf		
Lieux de loisirs pour les enfants et les jeunes - En ville de Genève, de nombreuses associations organisent des activités pour les jeunes (Maisons de quartier et centres de loisirs etc.)		Genf		
<b>Beratungen</b>	<b>2</b>			
Ecole des parents - div. Beratungen/Thérapie		Genf		
Allô-Parents - Permanence téléphonique de l'école des parents		Genf		
<b>Sonstiges</b>	<b>6</b>			

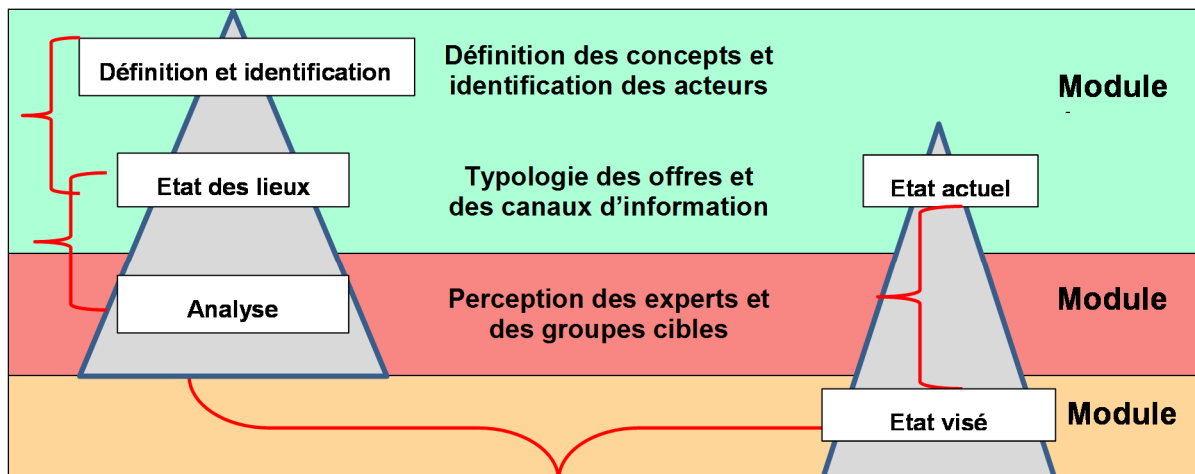
	Anzahl	Ort	Übersetzungen	Migrations-spezifisch
Accueil Familial de Jour (AFJ) - Chaque semaine des moments d'activités sont proposés par les coordinatrices de l'AFJ-MVM pour les accueillantes familiales et les enfants qu'elles reçoivent (jeux, bricolage, jardinage, conte, lecture, spectacles, etc.)		Meyrin, Vernier, Mandement		
Eveil culturel et artistique - Le projet d'éveil culturel et artistique de la petite enfance vise à offrir aux familles des portes d'accès variées aux cultures et aux arts - Ville de Genève		Genf		
Eveil aux langues - A Genève, ville à la diversité culturelle et linguistique marquée, il est essentiel de favoriser l'ouverture aux langues dès la petite enfance, sans perdre de vue la nécessité de l'apprentissage du français, langue d'intégration - Ville de Genève		Genf		
Projets intergénérationnels - En ville de Genève, de nombreuses institutions de la petite enfance s'engagent, à travers leurs activités, à la construction de liens sociaux entre les tout-petits et des personnes âgées - Ville de Genève		Genf		
Ludobus - une ludothèque itinérante qui sillonne les parcs de la ville à la rencontre des enfants et des familles- Ville de Genève		Genf		
Journée de jeux en famille - Chaque année, la Ville de Genève organise une journée conviviale et festive autour du jeu sous toutes ses formes.		Genf		

Quelle: BAG (2013), Datenbank Netzwerk Kinderbetreuung, Aufbereitung und Darstellung BASS

## Annexe II: démarche méthodologique

Les démarches méthodologiques qui doivent permettre de couvrir l'analyse de l'ensemble des questions de départ, se basent sur trois modules. En effet, les analyses issues de chacun des modules permettent d'alimenter la compréhension ainsi que la mise en œuvre des suivants. La démarche globale est résumée dans le schéma suivant.

Schéma 1 : démarches selon les modules



### Module 1 – Analyse quantitative: typologie des offres et des canaux d'information

L'objectif du **module 1** était double. En premier lieu, nous avons défini, d'une part, les concepts tels que «offres d'information», «canaux d'information» et «groupes socioéconomiquement défavorisés» et, d'autre part, nous avons identifié les acteurs importants (prestataires d'information) publics et privés de différents domaines thématiques faisant l'objet de cette analyse.

En second lieu, nous avons réalisé un état des lieux des offres et des canaux d'information spécifiques destinés aux groupes socioéconomiquement défavorisés. Il s'agissait concrètement d'explorer et d'analyser les documentations et les plateformes d'offres d'information existantes (comme *migesplus* par exemple). De plus, cette analyse a été complétée par une recherche supplémentaire sur Internet. Cet inventaire est complété par une recherche supplémentaire sur Internet et par des informations complémentaires obtenues auprès de certains prestataires d'informations. Le but de cette démarche était de répondre aux questions de départ du bloc A, soit aux questions 1, 2, 3 et 4.

Les informations qui, pour chaque offre et canal d'information, ont été récoltées lors de l'état des lieux concernent les caractéristiques les plus importantes des prestataires d'information, des offres et des canaux d'information (public cible, langue, thème, domaine etc.) Ces informations ont été par la suite saisies dans un tableau Excel qui a été soumis aux mandants.

Pour finir, une typologie des offres et des canaux d'information existants a été élaborée, selon les stratégies d'information identifiées<sup>16</sup> dans une récente revue de la littérature portant sur la

<sup>16</sup> A savoir: la stratégie de diffusion axée sur le matériel imprimé et l'audiovisuel; la stratégie de diffusion axée sur les médias et les nouvelles technologies d'information et de la communication; et la stratégie de diffusion axée sur la communication interpersonnelle.

problématique migration et information sur la santé (Kaya 2014). Les résultats et la typologie ainsi obtenus sont synthétisés dans un petit rapport qui a servi de document de base pour le module 2.

### **Méthodes**

- Consultation de la littérature
- Analyse de la documentation et des plateformes existantes
- Recherche sur Internet
- Sondage ad hoc auprès des cantons et des associations faitières
- Analyse quantitative et documentaire (matériel obtenu)
- Définitions des concepts
- Identification des offres et canaux d'information (état des lieux)
- Etablissement d'une typologie des offres et des canaux d'information existants
- Constats documentés sur les éléments pertinents en vue de la préparation du module suivant (rapport de synthèse)

### **Résultats obtenus**

## **Module 2 – Analyse qualitative : perception des experts, des prestataires d'information et des groupes défavorisés**

Le but central de ce **module 2** axé sur les acteurs était de recueillir les perceptions des prestataires d'information, des experts et des personnes-clés ou d'organisations représentant différents groupes défavorisés.

Il s'agissait essentiellement d'approfondir les observations faites dans le cadre du précédent module et d'analyser l'appréciation que ces acteurs se font des offres et des canaux d'information existants en vue de répondre aux questions de départ du bloc B (1 et 2) et aux questions 3 et 4 du bloc A. Lors des discussions dans les ateliers, une attention particulière a été attribuée à l'approfondissement de la question 2 du bloc B. Dans ce deuxième module, les éléments de base ainsi observés dans le cadre du module I ont été confrontés aux résultats d'analyse qualitative de perceptions issues d'ateliers.

### *Organisation des ateliers*

Deux ateliers, un en Suisse allemande et un en Suisse romande, ont été organisés avec la participation des acteurs concernés, soient 30 participants. Malheureusement, nous ne sommes pas parvenus à intégrer les acteurs du côté de la Suisse italienne dans un des ateliers planifiés. Chaque atelier était constitué de deux sous-groupes de travail thématiques qui se sont réunis de manière séparée au sein du même atelier.

Le premier sous-groupe de travail (GT1), intitulé «santé & petite enfance», a réuni 13 acteurs concernés par les thèmes tels que grossesse et naissance, période post-natale, allaitement, puériculture, santé dentaire, nutrition, activité, maladie ou protection de l'enfance.

Dans le deuxième sous-groupe de travail (GT2), intitulé «**développement de la petite enfance & éducation**», se sont réunis 17 acteurs concernés par les thèmes et les enjeux en rapport avec des mesures de promotion destinées à soutenir les familles et les parents dans leurs démarches éducatives.

Dans chaque sous-groupe thématique, il s'agissait de répondre à un certain nombre de questions correspondant aux thèmes suivants:

- Disponibilité des offres et les canaux d'information existants
- Accessibilité et atteint du public cible
- Qualité

Les discussions ont été modérées et documentées, de manière approfondie, par une personne de l'équipe étant donné qu'il avait été décidé de ne pas transcrire l'intégralité des discussions.

## Sélection des participants

L'un des objectifs des ateliers est de prendre en compte la perception des acteurs concernés. Les résultats de l'état des lieux (module 1) nous ont fourni, tant au niveau national que local, une liste d'un grand nombre de prestataires d'information (producteurs ou promoteurs d'information) dans les différents domaines pris en considération dans notre enquête. Les prestataires d'information ont été choisis à partir de cette liste et on a tenu compte de la diversité des prestataires d'information et des thèmes à aborder. Quant au choix des experts et des représentants des groupes cibles, il s'est fait sur la base de nos connaissances et des conseils de tierces personnes (par exemple experts ou prestataires d'information) ainsi que des recommandations de nos mandants. La liste intégrale des participants est annexée à ce rapport.

### **Méthodes**

### **Résultats obtenus**

- Ateliers
- Informations sur la perception et l'appréciation des prestataires d'information, d'experts et des groupes défavorisés sur la qualité des offres et des canaux d'information, l'atteinte du public cible ainsi que sur la pertinence des canaux d'information par rapport aux caractéristiques du public cible
- Recueil de propositions d'amélioration des participants
- Analyse des informations recueillies

## Module 3 – Appréciation globale, conclusions et recommandations

Dans ce dernier **module 3**, il s'agissait d'analyser les informations ainsi obtenues et de réaliser une synthèse par questions de départ, en vue de répondre aux questions du bloc C. Cette démarche a permis de fournir une appréciation globale, certes limitée, des offres et des canaux d'information ainsi que des séries de réflexions dans une perspective d'amélioration et d'optimisation de la pratique en la matière.

Les travaux réalisés dans les deux modules précédents ont permis de produire un jugement argumenté sur la problématique analysée et d'élaborer une série de recommandations.

### **Méthodes**

### **Résultats obtenus**

- Analyse du contenu et systémique
- Rapport définitif avec les recommandations



## Annexe III: guide de discussion destiné aux ateliers de discussion

*«Analyse des offres et des canaux d'information appropriés aux besoins des groupes-cibles en matière de petite enfance, de santé, d'éducation et de développement de la petite enfance»*

### Introduction

- Présentation du projet et de l'équipe
- Tour de présentation
- Présentation des résultats de l'état des lieux

### Discussions dans les groupes de travail thématiques

#### A) Feedbacks sur les résultats présentés

On recueille l'appréciation générale des participants sur les résultats importants présentés. De plus, les participants étaient invités à répondre à la question suivante : qu'est-ce qui vous frappe dans ces résultats?

#### B) Approfondissement

On approfondit les discussions en se focalisant sur les enjeux en rapport avec les problématiques de disponibilité, accessibilité et de l'atteinte du public cible ainsi que de la qualité des offres et des canaux d'information existants. Il s'agit notamment de répondre à un certain nombre de questions correspondant aux thèmes suivants.

##### B.1 Définition des groupes défavorisés

- Quels sont les groupes que vous qualifiez de défavorisés dans votre domaine ? Qui sont-ils ?

##### B.2 Disponibilité

- Est-ce que les offres et les canaux d'information existants suffisent à couvrir les besoins des groupes défavorisés ?
- Quel manque peut-on observer en la matière ?
- Dans quelle mesure la distribution interrégionale d'un matériel d'information pourrait être utile ?
- Existe-t-il du matériel en nombre suffisant et approprié aux besoins des professionnels ?

##### B.3 Accessibilité et atteint du public-cible

- L'accès aux offres et au matériel d'information est-il assuré pour des groupes socio économiquement défavorisés (pour des personnes ayant des difficultés linguistiques en langue locale, par exemple) ?
- Quels sont les barrières les plus importantes entravant l'accès des groupes socioéconomiquement défavorisés quant à l'accès aux offres et canaux d'information existants ?
- De quelle manière peut-on améliorer l'accès aux offres et aux canaux d'information pour les groupes défavorisés (adaptation, information, distribution, langue etc.) ?
- Faut-il recourir à d'autres canaux d'information afin de mieux atteindre ce public cible ?
- Peut-on observer un usage différencié des offres et canaux d'information au sein du groupe cible ?

##### B.4 Qualité/contenu

- Est-ce que le contenu des offres et des canaux d'information abordent les enjeux et les thèmes principaux (indispensables) qui concernent le public cible ?
- Quelle appréciation peut-on faire sur la l'acceptabilité et la compréhensibilité des offres d'information par le public cible ? Est-ce que la présentation formelle du contenu (design, mise en page, photo, etc.) est appropriée aux caractéristiques du public cible ?
- Que faut-il encore faire pour garantir une qualité adéquate ?

## Annexe IV: liste des participants aux ateliers de discussion

### Liste des participantes à l'atelier francophone, 24 novembre 2014, Lausanne

Nom	Prénom	Institution	Courriel	Groupe thématique
<b>Agazzi</b>	Doris	Fédération suisse des familles monoparentales (FSFM) www.einelternfamilie.ch	d.agazzi@svamv.ch	GT2
<b>Alvarez</b>	Caroline	Service de protection de la jeunesse, Canton de Vaud <a href="http://www.vd.ch/autorites/departement/s/dfjc/spj/offices-et-unites/upp/">http://www.vd.ch/autorites/departement/s/dfjc/spj/offices-et-unites/upp/</a>	caroline.alvarez@vd.ch	GT2
<b>Beguin</b>	Marie-Catherine	l'Association suisse des infirmières puéricultrices (ASISP) www.muetterberatung.ch Association Vaudoise d'Aide et de Soins à Domicile (AVASAD)	Marie-Catherine.Beguin@avasad.ch	GT1
<b>Brennan</b>	Christine	Fondation suisse pour la promotion de l'Allaitement maternel www.stiftungstillen.ch	christine.brennan@stiftungstillen.ch	GT1
<b>Breukel</b>	Carole	Camarada, Centre d'accueil et de formation pour femmes migrantes www.camarada.ch	carole.breukel@camarada.ch	GT2
<b>Fenter</b>	Viviane	Formation des parents www.elternbildung.ch	fsfparents@gmail.com	GT2
<b>Henzi</b>	Isabelle	La Family www.lafamily.ch	info@lafamily.ch	GT2

<b>Jeannin</b>	Méryl	Croix-Rouge neuchâteloise www.croix-rouge-ne.ch	meryl.jeannin@croix-rouge-ne.ch	GT2
<b>Maye</b>	Anne	Camarada, Centre d'accueil et de formation pour femmes migrantes www.camarada.ch	anne.maye@camarada.ch	GT1
<b>Rulfi</b>	Françoise	Fondation Profa www.profa.ch	Francoise.Rulfi@profa.ch	GT1
<b>Oberson</b>	Ruth	Ville de Vernier www.vernier.ch	r.oberson@vernier.ch	GT2
<b>Schindler</b>	Katharina	Ecole de parents www.ep-ge.ch	k.schindler@ecoledesparents.ch	GT2
<b>Serroukh</b>	Naima	Migrante et personne clé de l'association «Pont et communication»	Serroukh31@hotmail.com	GT1
<b>Raetzo</b>	Sigrid	Pro Juventute www.projuventute.ch	Sigrid.Raetzo@projuventute.ch	GT2

## Liste des participants à l'atelier germanophone, 9 décembre 2014, Berne

Nom	Prénom	Institution	Courriel	Groupe thématique
<b>Baumann</b>	Mona	Gesundheitsdienst der Stadt Bern, Primano www.bern.ch	mona.baumann@BERN.ch	GT2
<b>Brotschi</b>	Ramona	Schweizerischer Hebammenverband www.hebamme.ch	r.brotschi@hebamme.ch	Excusée GT1
<b>Brunner</b>	Sibylle	Femmes-TISCH www.femmestische.ch	info@femmestische.ch	GT1
<b>Estermann</b>	Danielle	Verein alleinerziehender Mütter und Väter SVAMV www.einelternfamilie.ch	d.estermann@svamv.ch	GT2
<b>Falk</b>	Tanya	Verein FamilienStärken www.familienstaerken.ch	Tanja.falk@familienstaerken.ch	GT2
<b>Heiniger</b>	Sabine	Schweiz. Gesellschaft für Pädiatrie www.swiss-paediatrics.org	sabine.heiniger@hin.ch	GT1
<b>Hurni</b>	Anja	Mamamundo, SRK-Bern www.mamamundo.ch	Anja.hurni@mamamundo.ch	GT1
<b>Iturrizaga Gutzwiller</b>	Cristina	Forum für die Integration der Migrantinnen und Migranten (FIMM) www.fimm.ch	cristina.iturrizaga@gmx.ch	GT2
<b>Mettler</b>	Arabel	SEXUELLE GESUNDHEIT Schweiz www.sante-sexuelle.ch	arabel.mettler@sexuelle-gesundheit.ch	GT1
<b>Mulle</b>	Maya	Elternbildung CH www.elternbildung.ch	gf@elternbildung.ch	GT2
<b>Schneider</b>	Jvo	Gesundheitsförderung Schweiz www.gesundheitsfoerderung.ch	jvo.schneider@promotionsante.ch	GT2

<b>Spirig</b>	Eliza	Marie Meierhorhofer Institut für das Kind MMI www.mmi.ch	spirig@mmi.ch	GT2
<b>Pesic</b>	Natali	Geschäftsstelle Frühe Förderung Bildungsdirektion Kanton ZH	natali.pesic@bi.zh.ch	GT2
<b>Schär</b>	Karin	Schweizerischer Berufsverband der Mütterberaterinnen SVM www.muetterberatung.ch/SVM/	k.schaer-mvb@bluewin.ch	GT1
<b>Schmid</b>	Regula	Forum Geburt www.forum-geburt.ch	mail@forum-geburt.ch	GT1
<b>Schneiter</b>	Quinta	Gesundheitsförderung Schweiz www.gesundheitsfoerderung.ch	quinta.schneiter@promotionsante.ch	Excusée GT1
<b>Schürch</b>	Barbara	Schweizerische Beratungsstelle für Unfallverhütung bfu www.bfu.ch	b.schuerch@bfu.ch	GT1
<b>Yesil</b>	Atilla	Kantonsspital Baselland, Facharzt für Gynäkologie und Geburtshilfe www.ksbl.ch	Atilla.Yesil@ksbl.ch	GT1

**GT1:** Santé & petite enfance

**GT2:** Education & développement de la petite enfance

Croix-Rouge suisse

Santé et intégration

Service santé et diversité

Werkstrasse 18

Case postale

CH-3084 Wabern

Téléphone: +41 31 960 75 75

[www.redcross.ch](http://www.redcross.ch)

