



# SANTÉ ET BIEN-ÊTRE DES HOMMES

## SONDAGE MONTRÉALAIS SUR LA DEMANDE D'AIDE DES HOMMES 6 STRATÉGIES POUR PROMOUVOIR LA DEMANDE D'AIDE

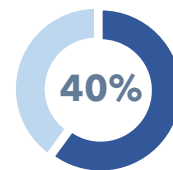
Le sondage montréalais sur la demande d'aide des hommes démontre que ces derniers sont peu portés à consulter ou demander de l'aide pour des raisons d'ordre psychosocial, mettant ainsi en lumière la nécessité de mettre en place des stratégies pour faciliter cette demande. Comme le cheminement qui mène à une demande d'aide est quelque chose d'éminemment personnel, le sondage suggère également que tous les hommes ne répondront pas de la même façon à toutes les stratégies, d'où l'importance d'une approche ciblée, segmentée. Gros plan sur 6 stratégies et sur les segments de la population envers lesquelles elles semblent les plus prometteuses.

### DÉMYSTIFIER LA DEMANDE D'AIDE

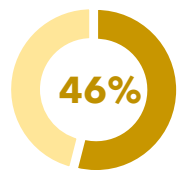
Population ciblée : les mieux nantis

Mieux informer le public sur les causes et les signes avant-coureurs, expliquer davantage le processus, faire savoir que l'homme y trouvera des outils et des solutions concrètes, démontrer l'utilité de la démarche : voilà une stratégie susceptible de donner de très bons résultats auprès de la population mieux nantie. Si, dans l'ensemble, 40% des hommes disent que le facteur le plus important est de sentir que l'intervenant pourra réellement l'aider à régler son problème, cette proportion grimpe à 46% chez ceux dont le revenu familial est supérieur à la moyenne. Aussi, les personnes ayant un revenu ou un degré de scolarité élevé réagissent plus fortement à diverses situations où une demande d'aide s'impose, comme des pensées suicidaires, constater l'impact de la situation sur les enfants, ou encore une conjointe ou conjoint qui le menace de séparation ou le quitte.

Facteur le plus important : sentir que l'intervenant pourra réellement l'aider à régler son problème



Tous les hommes



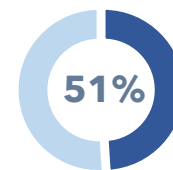
Revenu familial 55k \$ et plus

### OFFRIR DES MODALITÉS FLEXIBLES

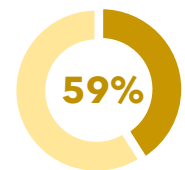
Population ciblée : les hommes d'âge moyen

C'est parmi les hommes d'âge moyen (35 à 54 ans) que l'on retrouve la proportion la plus importante de travailleurs et de pères de famille. Il s'agit d'une période de la vie où les responsabilités sont nombreuses et où la gestion de l'horaire est souvent la plus compliquée. Pour les hommes appartenant à cette catégorie, deux éléments sont, toutes proportions gardées, plus importants que pour les autres catégories d'hommes : offrir des heures d'ouverture qui leur facilitent la vie et permettre la prise de rendez-vous directement par internet.

Heures d'ouvertures qui simplifient la vie % « très aidant »



Tous les hommes



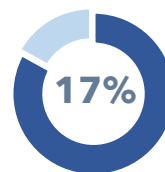
Hommes entre 35 et 54 ans

## RÉDUIRE LES BARRIÈRES D'ACCÈS

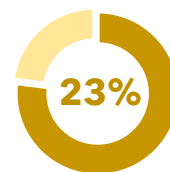
Population ciblée : les moins nantis

Pour 23% des hommes dont le revenu ou le degré de scolarité est inférieur à la moyenne, le plus important demeure le fait que le service soit gratuit ou à coût modique. Outre la question tarifaire, la réduction des barrières se conçoit aussi comme un meilleur accompagnement: les hommes moins nantis sont plus nombreux à considérer comme très aidant le fait que quelqu'un vienne à la maison ou qu'un proche puisse les accompagner à leur premier rendez-vous.

Facteur le plus important :  
gratuit ou à coût modique



Tous les hommes



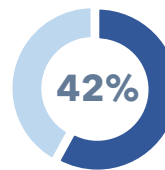
Revenu familial  
moins de 55k \$

## BÂTIR LA CONFIANCE

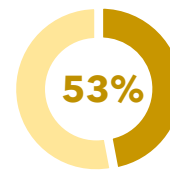
Population ciblée : les hommes GBTQ+

Plusieurs indices suggèrent que les hommes d'orientation GBTQ+ ont un besoin plus grand d'être rassurés sur le processus. Notamment, plus de la moitié d'entre eux (53%) considèrent très aidant de savoir à quoi s'attendre, comparativement à 42% pour l'ensemble des hommes. Ils préfèrent, dans une plus large proportion, que l'intervenant qu'ils rencontrent soit un homme. Ils sont plus sensibles au fait qu'un ami leur recommande de consulter et à des signes comme la perte de libido ou un état dépressif.

Savoir à quoi s'attendre  
% « très aidant »



Tous les hommes



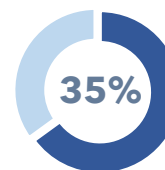
Hommes  
homosexuels

## MISER SUR LA MOBILITÉ

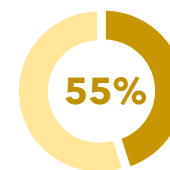
Population ciblée : les jeunes hommes

Les jeunes hommes connaissent peu les services ou ressources à leur disposition. Si, comme pour l'ensemble des groupes d'âge, un site web spécialisé représente pour eux le meilleur moyen de faire connaître les services, ils sont beaucoup plus nombreux à avoir pris le virage mobilité. Alors qu'un peu plus du tiers des hommes (35%) souhaiteraient une application mobile, cette proportion atteint 55% chez les hommes âgés entre 18 et 24 ans. À noter, ce groupe d'âge est plus nombreux à juger très aidant qu'un proche prenne pour eux le premier rendez-vous, suggérant que les parents conservent une certaine influence sur le processus lorsque leur enfant est devenu jeune adulte.

Stratégie pour promouvoir les  
services : application mobile



Tous les hommes



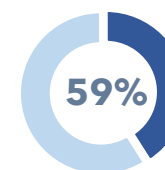
Hommes entre  
18 et 24 ans

## OFFRIR ET PROMOUVOIR LES SERVICES EN ANGLAIS

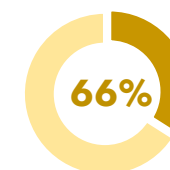
Population ciblée : les anglophones

Pour la population anglophone, le manque d'accessibilité à des services psychosociaux en anglais constitue un frein majeur à la demande d'aide. Aussi, pour les deux tiers (66%) des hommes anglophones, le facteur le plus aidant est le fait d'offrir le service en anglais. Il est aussi primordial de faire la promotion de ces services en anglais et, si possible, dans les médias anglophones. Ces derniers préfèrent d'ailleurs en plus grande proportion la publicité à la radio, dont certaines stations anglophones ont une bonne portée dans cette population.

Services disponibles en anglais  
% « très aidant »



Tous les hommes



Anglophones



**TABLEAU**  
**LES POINTS BLEUS (●) INDIQUENT LES ÉLÉMENTS POUR LESQUELS**  
**CHAQUE SOUS-GROUPE PRÉSENTE UNE PROPENSION SUPÉRIEURE**

	Faible revenu/ scolarité	Revenu/ scolarité élevée(e)	18-34 ans	35-54 ans	55 ans et +	LGBTQ+	Anglo-phones	Allo-phones	Célibataires	En couple	Indice de détresse psy. Élevé
<b>Stratégies pour faire connaître les services</b>											
Site internet spécialisé						●					●
Pub télé					●				●		
Dépliant postal	●				●	●			●		
Application mobile	●		●								●
Promotion par organismes					●	●					
Pub radio							●			●	●
Pub Web		●		●							
<b>Influence dans la propension à consulter</b>											
Médecin		●				●				●	
Conjointe ou conjoint		●								●	●
Amis						●			●		●
<b>Consulterait un intervenant si</b>											
Pensait se suicider		●				●				●	
Constatait impact sur enfants		●							●		●
Conjointe ou conjoint menaçait de le laisser		●								●	
Était déprimé						●					●
Perdait sa libido						●			●		
Vivait une séparation conjugale		●				●				●	●
Perdait son emploi											●
<b>Facteurs aidant à la consultation</b>											
Gratuit / coût modique											
Heures d'ouverture facilitantes		●		●							
Rendez-vous par internet				●							
Service discret											
Savoir à quoi s'attendre						●					
Se présenter sans rendez-vous									●		
1er contact par téléphone											
Ami recommande la ressource		●									
Quelqu'un vient à la maison	●							●			
Un proche l'accompagne	●										
Un proche prend le 1er rendez-vous			●								
Service disponible en anglais							●				
<b>Préférence quant au sexe de l'intervenant</b>											
Homme		●				●			●		●
Femme	●		●								
Aucune préférence		●									
<b>Préférence quant au type d'intervenant</b>											
Pair aidant			●					●	●		
Proche aidant				●							
Intervenant professionnel		●			●					●	
<b>Le plus important au moment de consulter</b>											
Proximité avec le domicile											
Intervenant référé par qqn de confiance											
Gratuit ou faible coût	●								●		●
Sentir qu'il pourra l'aider à régler son probl.		●			●					●	

## MÉTHODOLOGIE

À la demande du Comité régional en santé et bien-être des hommes de l'île de Montréal, un sondage SOM a été mené du 4 octobre au 10 décembre 2018, auprès d'un échantillon représentatif de 1542 hommes adultes vivant sur l'île de Montréal. Les données ont été pondérées à partir des distributions des hommes adultes selon l'âge, la langue, le niveau de scolarité et la proportion de personnes vivant seules pour le territoire de Montréal.

Source : Comité régional en santé et bien-être des hommes de l'île de Montréal - SOM - Sondage auprès des hommes habitant l'île de Montréal, mars 2019.