



Yves Gros-Louis, psychologue

Centre Psycho-Solutions,
centre@psycho-solutions.qc.ca
<http://www.psycho-solutions.qc.ca>

Titre de la formation :

Mobiliser des clients peu motivés ou non volontaires

Problématique : Le clinicien est confronté de plus en plus avec des clients qui ne se reconnaissent pas de problèmes et obligés de consulter sous la pression de divers milieux : Protection de la Jeunesse, services de probation, employeur, proches, intervenants scolaires ou autres. Plusieurs personnes viennent aussi consulter d'eux-mêmes sans avoir la motivation que souhaiteraient les intervenants pour réussir. Même s'il est confronté souvent à ce type de situations, en particulier, avec les problèmes de dépendance, de délinquance, de troubles alimentaires, d'agresseurs, l'intervenant se sent rapidement dépourvu de moyens efficaces pour mobiliser ces personnes peu motivées ou non volontaires. Il court alors le risque de faire des interventions qui vont affecter la relation ou entraîner l'abandon du client. Il y a un risque social majeur aussi de ne pas réussir à accrocher ces personnes : par exemple, les personnes aux prises avec une dépendance peuvent se décourager d'être mal accueillies et se détériorer au point de devenir difficiles à réadapter.

Besoins : Devant l'augmentation importante de personnes peu motivées ou non volontaires, l'intervenant a besoin d'outils efficaces pour engager rapidement ces personnes dans le processus thérapeutique tout en installant une forte alliance. Cette formation présente un modèle innovateur d'intervention pour installer rapidement la collaboration même avec des personnes obligées de consulter. Devant des clients peu motivés parce qu'ils ont perdu espoir ou qu'ils attribuent leurs problèmes à quelqu'un d'autre, d'autres stratégies simples et attrayantes sont également proposées pour les responsabiliser et susciter l'espoir dans le changement.

Formateur : Yves Gros-Louis est psychologue et il agit comme psychothérapeute depuis 40 ans auprès d'une clientèle adolescente, adulte, conjugale et familiale. Une forte partie de sa clientèle comprend des problèmes de dépendance ainsi que des personnes des Premières Nations. Depuis 1994, il s'est spécialisé dans l'approche brève orientée vers les solutions. Il a fondé le Centre Psycho-Solutions en 1996 pour intervenir comme superviseur, formateur et conférencier sur cette approche et d'autres approches collaboratrices. Très au fait des données probantes, il a développé au fil des ans des ateliers de formation sur les intervenants efficaces, sur la mobilisation des clients peu motivés ou non volontaires et sur l'intervention auprès des clients difficiles. Il est l'auteur du livre Psychothérapie : Approche brève orientée vers les solutions (Editions Jouvence, 2017) et d'une revue électronique publiée 4 fois / an depuis 2014. Actuellement, il consacre environ 80 jours par an à offrir de la formation en salle, en webinaires et à donner de la supervision à travers le monde francophone. Il est très apprécié pour ses qualités d'écoute, de calme, de simplicité, de compétence et d'intégration de son approche dans ses enseignements.

Clientèle : Intervenants confrontés à des clients peu motivés ou non volontaires et intéressés à ajouter des outils concrets pour installer rapidement la collaboration. Les participants seront témoin d'une démonstration du formateur et auront trois occasions de pratiquer divers outils présentés au cours cette journée à partir de leurs situations cliniques. Groupe limité à 30 personnes.

Durée de la formation : 6 heures sur 1 journée. Cette formation comporte des exposés théoriques agrémentés de questions des participants, d'une démonstration, d'un exercice 2 à 2 et de deux pratiques en grand groupe et en sous-groupes de 5 participants. Cette activité sera reconnue pour une durée de 6 heures aux fins de la formation continue en psychothérapie. Une attestation de participation sera remise à chaque participant à la fin de la formation.

Objectifs :

1. Définir le concept de motivation d'une façon qui permet de mobiliser rapidement les clients peu motivés ou non volontaires ;
2. Afficher les attitudes et le langage permettant de créer une alliance de qualité ainsi que de cibler et d'amplifier la motivation des clients peu motivés ou non volontaires ;
3. Expliquer l'art de déterminer un résultat attendu de qualité avec des clients peu motivés ou non volontaires ;
4. Mettre en pratique les outils proposés.

Préalables : Rencontrer des clients en intervention. Accepter de faire des pratiques en sous-groupes.

Contenu :

1. Diverses conceptions de la motivation
 - 1.1 Approches traditionnelles : avantages et inconvénients (Gros-Louis, Y., 2006)
 - 1.2 Modèle de Prochaska et Di Clemente : avantages et inconvénients (Prochaska, J. O. and C. C. DiClemente, 1992)
 - 1.3 Entretien motivationnel : avantages et inconvénients (Miller, W. R., & Rollnick, S., 2006)
 - 1.4 Thérapie brève : avantages et inconvénients (Cabié, M.-C. & Isebeart, L., 1997)
 - 1.5 Théorie de l'auto-détermination : avantages et inconvénients
 - 1.6 Réduction des méfaits : avantages et inconvénients (Gros-Louis, Y., 2006)
 - 1.7 Données de recherches sur les clients non volontaires (Magrinelli-Orsi & Brochu, 2009; Guay, 2008)
2. Notre conception de la motivation (Gros-Louis, Y., 2006)
 - 2.1 Avantages et inconvénients
 - 2.2 Notre paradigme collaborateur
 - 2.3 Nos résultats
 - 2.4 Résultats de recherche en psychothérapie (Lambert, M.J., 1992; Duncan, B. L. & Miller, S. D., 2003 ; Gros-Louis, Y., 2003)
 - 2.5 Exercice 2 à 2 : attitude de « ne pas savoir » et questions circulaires
3. Créer une alliance de qualité avec le non volontaire ou peu motivé (Berg, I.-K., 1996 ; Berg, I.-K. & Miller, S.-D. , 1998 ; Durrant, M., 1991 ; Gros-Louis, Y., 2006)
 - 3.1 Attitudes de base à adopter dans la relation
 - 3.1.1 Emphase sur les forces
 - 3.1.2 Acceptation de ce que veut le client
 - 3.1.3 Attitude « ne pas savoir »
 - 3.1.4 Foi dans le client
4. Mobiliser le client non volontaire
 - 4.1 Attentes de ces personnes selon la recherche
 - 4.2 Validation et question : métaphore des deux jambes
 - 4.3 Surveiller son langage
 - 4.4 Démonstration par le formateur : créer une alliance de qualité avec un non volontaire et cibler les plus grands espoirs
 - 4.5 Partir de ce que le client veut
 - 4.6 Utiliser le point de vue du référent
 - 4.7 Trouver ce qui est important pour le client
 - 4.8 S'assurer que la personne est bien mobilisée

- 4.9 Détailler le futur désiré
- 4.10 Cas particuliers : client avec comportement inacceptable ou agressif
- 4.11 Quelques principes
- 4.12 Message de fin de rencontre
- 4.13 Exercice en sous-groupe de créer une alliance de qualité chez un visiteur
- 5. Mobiliser le client peu motivé « découragé » (Berg, I.-K., 1996 ; Berg, I.-K. & Miller, S.-D. , 1998 ; Durrant, M., 1991 ; Gros-Louis, Y., 2006)
 - 5.1 Définitions et défis face au « découragé »
 - 5.2 Attitudes de base à adopter dans la relation
 - 5.2.1 Écoute profonde
 - 5.2.2 Susciter l'espoir et les émotions positives
 - 5.2.3 Demeurer optimiste : trouver la résilience et les compétences
 - 5.3 Stratégies concrètes avec le « découragé »
 - 5.3.1 Questionner l'espoir présent (même si très minime)
 - 5.3.2 Trouver ce qui est important pour le client
 - 5.3.3 Détailler le futur souhaité
 - 5.3.4 Confronter les croyances invalidantes, au besoin
 - 5.3.5 Message de fin de rencontre
 - 5.3.6 Exercice en grand groupe : créer une alliance de qualité chez un « découragé » et cibler les plus grands espoirs
- 6. Créer une Alliance de qualité avec le client peu motivé « voulant un changement chez un autre » (Berg, I.-K., 1996 ; Berg, I.-K. & Miller, S.-D. , 1998 ; Durrant, M., 1991 ; Gros-Louis, Y., 2006)
 - 6.1 Stratégies concrètes avec celui « voulant un changement chez un autre »
 - 6.1.1 Identifier ce qu'il veut (plus grands espoirs)
 - 6.1.2 Découvrir l'intention positive
 - 6.1.3 Trouver ce qui est important pour lui
 - 6.1.4 Si la personne ne croit pas que l'autre puisse changer
 - 6.1.5 Message de fin de rencontre
- 7. Conclusion et bibliographie

Méthode et stratégie pédagogique : L'exposé théorique est accompagné d'un power point qui comprend 99 diapos qui sont reproduites dans un cahier exhaustif remis à chaque participant ; beaucoup de place est laissée aux questions des participants. L'activité est ponctuée d'une démonstration par le formateur avec un participant volontaire, d'un exercice 2 à 2 et de deux exercices en grand groupe et en sous-groupes de cinq personnes pour pratiquer divers outils proposés. Ces exercices pratiques durent entre 20 et 30 minutes ; le formateur supervise les pratiques et revient en grand groupe sur chaque exercice.

Attestation : Une attestation accréditée est remise à chaque participant en mentionnant son nombre d'heures de participation réelle.

Références

- Berg, I.-K.** (1996) *Services axés sur la famille*, Saint-Hyacinthe : Edisem.
- Berg, I.-K. & Miller, S.-D.** (1998) *L'alcool une approche centrée sur la solution*, Bruxelles : Satas.
- Deci, E.L. & Ryan, R.M.** (1985). *Intrinsic Motivation and Self Determination in Human Behavior*. New York : Plenum.
- Dolan, Y. M.** (1985) *A Path with a Hearth : Ericksonian Utilization with Resistant and Chronic Clients*. New-York : Brunner/Mazel.
- Durrant, M.** (1991) *Residential Treatment : A Cooperative Competency-Based Approach to Therapy and Program Design*, New-York : Norton.
- Duncan, B. L. & Miller, S. D.** (2003) *Le client, héros de la thérapie*, Saint-Hyacinthe : Edisem.
- Ellis, A.** (2002) *Overcoming Resistance*. Sec. Ed. New-York : Springer.

- Gros-Louis, Y.** (2019) *Approche orientée vers les solutions : Formation de base*. Manuel de formation. Wendake.
- Gros-Louis, Y.** (2016) *Approche fondée sur les données probantes: facteurs clé du succès de l'intervention*. Manuel de formation. Wendake.
- Gros-Louis, Y.** (2019) *Rester serein avec vos clients les plus difficiles / dissoudre la résistance*. Manuel de formation. Wendake.
- Guay, J.** (2009) *Les clientèles récalcitrantes*. Montréal : les presses de l'Université de Montréal.
- Kottler, J. A.** (1992) *Compassionate Therapy : Working with difficult Clients*. San Francisco : Jossey-Bass.
- Magrinelli, O.M. & Brocho, S.** (2009) *Du sable dans l'engrenage : la motivation des clients sous contrainte judiciaire dans les traitements pour la toxicomanie*. Drogues, santé, société. Vol 8, no 2.
- Miller, W. R., & Rollnick, S.** (2006) *L'entretien motivationnel*. Paris: InterEditions.
- Mitchell, C. W.** (2007) *Effective Techniques for Dealing with Highly Resistant Clients*. Sec. Ed. Johnson City : Clifton W. Mitchell Publisher.
- Mitchell, C. W.** (2010) *Managing Therapeutic Resistance Resulting From Incompatible Roles*. http://counselingoutfitters.com/vistas/vistas10/article_50.pdf.
- O'Hanlon, W.-H. & Weiner-Davis, M.** (1995) *L'orientation vers les solutions - Une approche nouvelle en psychothérapie*, Bruxelles : Satas.
- O'Hanlon, W.R.** (2003) *A Guide to Inclusive Therapy*. New-York : Norton.
- O'Hanlon, W.-H. & Hudson, P.** (2002) *Thérapie conjugale brève : réécrire les histoires d'amour*, Bruxelles : Satas.
- Pichot, T. & Dolan, Y.** (2002) *Miracles Happen: Agency based solution-focused therapy with courtmandated and other reluctant clients*. New York: Haworth.
- Prochaska, J. O. and C. C. DiClemente** (1992) *Stages of Change in the Modification of Problem Behaviors*. Newbury Park, CA, Sage.
- Selekman, M.-K.** (1993) *Pathways to Change : Brief Therapy Solutions with Difficult Adolescents*, New-York : Guilford.
- Turnell, A. & Edwards, S.** (1999) *Signs of Safety: A Solution - and Safety - Oriented Approach to Child Protection Casework*. New York: Norton.
- Wampold, B. E.** (2001) *The Great Psychotherapy Debate*. Mahwah : Lawrence Erlbaum Associates.

Document Mise à jour : mai 2020