

3. Proposer une action de relooking social

1. Contexte et description

Certaines personnes (en particulier des femmes) sont dans des difficultés financières telles qu'elles se privent pour assurer l'essentiel ou pour privilégier au maximum les besoins de leurs enfants. Dès lors, prendre soin de soi et s'octroyer du temps pour soi ne sont pas une priorité et peuvent même être perçus comme un luxe. Pourtant, se sentir bien ou belle n'est pas futile puisque cela contribue à une meilleure estime de soi, indispensable dans le cadre d'une recherche d'emploi ou d'un logement, par exemple.

Le relooking social consiste à offrir, aux personnes précarisées, des services visant à les soutenir dans leur démarche de réinsertion socioprofessionnelle, tels que coiffure (coloration, coupe, brushing), manucure, maquillage, conseils vestimentaires, prêt ou vente à bas prix de vêtements et chaussures.

Mais, dans certains cas, le relooking peut améliorer plus largement le savoir-être en prodiguant des conseils de maintien, en rappelant certaines règles sociales liées au monde du travail ou de la bienséance.

En outre, si le relooking cible essentiellement l'apparence, c'est-à-dire la première impression qu'une personne peut donner à l'extérieur, il peut parallèlement aussi, nourrir le regard interne que cette personne peut porter sur elle-même et lui redonner confiance. Dans certains cas, le relooking peut s'accompagner de services tels que l'assistance à la rédaction d'un CV, la mise à disposition d'un ordinateur pour faire des recherches ou s'exercer à utiliser un ordinateur, des conseils pour l'entretien d'embauche, des simulations d'entretien d'embauche par jeux de rôle.

Dès lors, une prise en charge complète peut durer 2 à 3 heures par personne.

2. Publics cibles

Le relooking s'adresse essentiellement (mais pas exclusivement) :

- à des femmes en situation de précarité (sans emploi, émargeant au CPAS ou à une association d'aide aux personnes démunies, en maison d'urgence...);
- souvent des femmes seules avec enfants ;
- en recherche d'un emploi ou d'un logement et souhaitant mettre toutes les chances de leur côté et bénéficier d'un petit coup de pouce.

3. Parties prenantes

A tout le moins, le service comprend un(e) professionnel(le) de l'esthétique. Mais souvent, ce service est assorti d'une démarche sociale ou de développement personnel. Dès lors, idéalement, le service peut être complété par :

- un travailleur social (assistant social) ;
- un psychologue ou thérapeute ;
- un coach bien-être ou conseiller en image.

4. Mise en œuvre

La mise en œuvre d'une telle action nécessite :

- une étude de la clientèle potentielle. En effet, la cible étant identifiée, encore faut-il que les personnes visées osent venir vers ce type de services. Or, des freins (psychologiques, culturels, financiers...) peuvent faire obstacle au développement de l'activité ;
- la recherche d'un local bien situé et accessible en transports en commun ou central dans un quartier/village ;
- l'aménagement du local en espace de détente et l'équipement à la fois en matériel administratif pour la prise en charge sociale et en matériel esthétique pour prendre soin d'une personne (voire 2 simultanément) ;
- le recrutement du personnel ayant non seulement les compétences nécessaires (au niveau social ou esthétique), mais aussi l'empathie et l'écoute dans l'hypothèse où la personne prise en charge a envie de se confier et la discrétion dans l'hypothèse où la personne recherche avant tout un moment de détente ;
- la distribution de feuillets informatifs dans les associations et services d'aide aux demandeurs d'emploi, dans des maisons d'urgence, des planings familiaux, des instances sociales... pour faire connaître le service.

5. Conditions de réussite / risques d'échec

Conditions de réussite :

- prévoir le temps nécessaire pour une prise en charge globale de la personne, lui consacrer tout le temps dont elle a besoin pour regagner confiance ;
- demander une participation symbolique (5 €), afin que ce ne soit pas un service gratuit, mais pas rédhibitoire non plus ;



