



Lutter contre la radicalisation menant à la violence en Ontario et au Québec

PREMIER MODÈLE D'INTERVENTION EN LIGNE ET HORS LIGNE AU CANADA



Avis de non-responsabilité

Le projet pilote présenté dans ce rapport a été financé par le Community Resilience Fund avec le soutien du Centre canadien d'engagement communautaire et de prévention de la violence. Les opinions exprimées dans ce document représentent le point de vue de Moonshot et ne reflètent pas nécessairement la politique ou la position officielle du gouvernement du Canada.



Mise en garde concernant le contenu

Des contenus relatifs à des idéologies extrémistes violentes peuvent heurter la sensibilité des lecteurs.



↳ Résumé

Pendant un an, entre avril 2021 et mars 2022, Moonshot a travaillé en partenariat avec trois organisations de prévention de la violence afin de proposer un programme pilote d'intervention en ligne dans deux provinces canadiennes. Ce programme consistait à promouvoir le soutien psychosocial auprès de personnes exposées à des contenus extrémistes en ligne, à travers des messages apparaissant sur leurs écrans. L'accès à ce soutien se faisait sur la base du volontariat ; la confidentialité et l'anonymat étant garantis. L'objectif du programme était de permettre aux personnes vulnérables de contacter en confiance un thérapeute professionnel ou un travailleur social.

Pour ce programme, nous avons adopté une approche de soins intégrés. Avec les praticiens, nous avons conçu les messages et les sites Internet donnant accès aux services proposés de façon à mettre en avant la confidentialité du soutien psychosocial offert et l'absence de tout jugement sur les personnes y faisant appel.

Ces personnes étaient mises en relation avec une équipe interdisciplinaire composée d'un thérapeute, d'éducateurs, d'un psychiatre et d'autres professionnels pouvant offrir des consultations, des services d'aide dans le domaine de l'emploi ou de l'addiction, ou tout simplement une écoute.

Nos partenaires sont Estimated Time of Arrival (ETA) en Ontario et Recherche et Action sur les Polarisation Sociales (RAPS) au Québec. Notre projet s'appuyait sur les bonnes pratiques recommandées par le Réseau des praticiens canadiens pour la prévention de la radicalisation et de l'extrémisme violent (RPC-PREV). Le RPC-PREV a également apporté son expertise pour l'évaluation de ce projet pilote. Les différents organismes sont présentés à la fin de ce rapport.

Les campagnes d'intervention de Moonshot ont duré 6 mois, touchant des personnes consultant des contenus incels et des contenus violents et extrémistes de l'ultradroite sur Google Search et YouTube. Nos interventions en ligne avaient principalement pour objectifs de répondre aux besoins psychosociaux de ces internautes et de les inciter à parler de leurs griefs et de leurs problèmes : colère, frustration, fatigue et isolement.

Principaux résultats

- ↳ **Moonshot a pu orienter 786 personnes vulnérables vers les sites de nos partenaires. Sur ces 786 personnes, 22 ont demandé une consultation.**
- ↳ **Quatre personnes se sont inscrites dans l'optique de bénéficier d'un service pendant plusieurs mois**, outre celles qui ont bénéficié de consultations en ligne sans passer par la procédure d'inscription. Au moins une personne qui avait initialement fait part de pulsions violentes a pu trouver des alternatives positives et prometteuses pour l'avenir.
- ↳ **Les messages de Moonshot se sont affichés 44 508 fois auprès d'utilisateurs qui consultaient des contenus nocifs sur Google et YouTube.** Parmi les centaines d'utilisateurs orientés vers les sites d'ETA et de RAPS, 26 consultaient des chaînes incels influentes sur YouTube et 39 avaient interrogé Google utilisant des mots clés à haut risque associés aux incels et à l'extrême droite violente, tels que « looksmx org » ou « 1488 tattoos ».
- ↳ **Moonshot, ETA, RAPS et le RPC-PREV ont mis en place un partenariat multisectoriel.** Dans le cadre de notre programme pilote, nous avons conçu avec nos partenaires des dispositifs de soutien et des procédures de gestion des risques dans chaque domaine d'intervention. Nous avons également renforcé la capacité des équipes à effectuer des interventions en ligne de façon efficace et sûre, et avons réussi à approcher des internautes vulnérables.



↘ **Ce programme pilote constitue un modèle pour de futures interventions visant à approcher des internautes vulnérables.** Des adaptations de ce programme peuvent permettre d'atteindre un public plus large, au-delà des plateformes impliquées dans le projet pilote, en élargissant et en consolidant les partenariats transsectoriels et en expérimentant de nouvelles façons d'atteindre des internautes souvent isolés.

↘ Le programme

Contexte et fondements

Les incels violents et l'extrême droite violente constituent des menaces pour la sécurité publique du Canada¹. Ces deux phénomènes ont été aggravés par la polarisation sociale durant la pandémie de COVID-19. La pandémie a donné à des personnes guidées par leur ressentiment l'occasion de se rapprocher et de mobiliser d'autres internautes, et a conduit des personnes vulnérables à tomber dans le piège de la radicalisation en ligne — un phénomène qui peut conduire à des passages à l'acte dans la vie réelle². De nombreux Canadiens confrontés aux incertitudes économiques et politiques étaient aussi aux prises avec des problèmes de santé mentale, soit nouveaux, soit exacerbés par le contexte socioéconomique. Ces problèmes, tels qu'une forte anxiété, le stress, la dépression ou la solitude³, peuvent, dans certaines situations, augmenter la vulnérabilité et la réceptivité aux discours extrémistes.

Les interventions qui élèvent des remparts protecteurs contre le recrutement extrémiste violent et qui répondent aux besoins psychosociaux immédiats des personnes les plus vulnérables sont particulièrement efficaces pour réduire le risque de radicalisation en ligne menant à la violence. Notre projet pilote visait à remédier aux facteurs de risque chez les personnes qui rejoignent des groupes mus par des idéologies extrémistes et violentes. Ces facteurs sont l'isolement social, une quête de sens et d'identité, l'absence du sentiment d'appartenance et de confiance en soi, l'anxiété et l'incertitude par rapport à l'avenir. Les campagnes publicitaires du programme ont permis de s'attaquer à d'autres facteurs de risque liés à la pandémie et au fait que de nombreux Canadiens ne sont pas en mesure ou ne sont pas prêts à demander de l'aide en personne, pour toute une série de raisons.

Objectifs du programme pilote

Ce programme offrait la possibilité unique de combler le fossé entre la technologie et la pratique, d'évaluer et de proposer des interventions en ligne adaptées au contexte canadien⁴. En collaboration avec RAPS, ETA et le RPC-PREV, nous avons adapté des programmes déjà existants destinés à des personnes vulnérables en Ontario et au Québec, afin de les rendre plus accessibles à la population spécifique d'internautes que nous voulions cibler. Pendant six mois, Moonshot a mobilisé son expertise pour atteindre les publics qui consomment des contenus extrémistes et pour les mettre en relation avec nos partenaires canadiens grâce à des parcours de redirection adaptés.

Notre postulat était que la mise en relation des personnes ciblées par le programme avec des services locaux proposant de l'aide psychosociale permettrait à davantage de personnes de sortir de l'engrenage et d'obtenir en ligne une aide à la

1. Ces dernières années plusieurs actes de violence en lien avec les idées violentes des incels ou de l'extrême droite ont été commis au Canada, notamment l'attaque à la voiture-bélier d'une famille musulmane en 2021 à London en Ontario, les attaques d'avril 2018 et de février 2020 à Toronto et celle de juin 2019 à Sudbury.
2. La radicalisation en ligne aurait joué un rôle dans les attaques mentionnées en note 1. L'auteur de l'attaque de 2018 à Toronto a avoué avoir été exposé au risque de radicalisation à travers sa participation à la sphère incel en ligne. Concernant l'attaque à London en 2021, la police a découvert que l'auteur avait visité des sites néonazis et d'autres sites incitant à la haine.
3. L'Association canadienne pour la santé mentale a indiqué que la santé mentale des Canadiens s'était détériorée lors de la première et de la deuxième vague.
4. Moonshot avait déjà fait la promotion d'interventions psychosociales aux États-Unis, en Albanie et au Bangladesh. Avec ce programme pilote, Moonshot expérimentait pour la première fois sa méthode d'intervention en ligne au Canada.



réintégration, ce qui réduirait leur risque d'adhésion aux idées des incels ou de l'extrême droite violente. L'objectif premier du programme était de faciliter ces mises en relation volontaires par des moyens ciblés, sûrs et efficaces permettant d'orienter les internautes exposés à des contenus potentiellement dangereux, sur Google et YouTube, vers les sites d'ETA et de RAPS.

En plus de permettre aux personnes vulnérables d'être orientées en ligne vers des services d'aide et d'échanger avec des praticiens, le projet avait d'autres objectifs :

- ↘ Interrompre le processus de radicalisation potentielle en ligne en promouvant des services d'intervention auprès d'internautes recherchant des contenus dangereux, incels ou d'extrême droite violente.
- ↘ Sensibiliser les internautes vulnérables au fait qu'ils peuvent trouver un service d'aide fiable sans être jugés, construire une relation de confiance avec la structure d'aide et augmenter les recours à ce type de services.
- ↘ Renforcer les capacités d'ETA et de RAPS à lutter de façon sûre, efficace et durable contre les facteurs de risque, la violence et la radicalisation liés aux incels et à l'ultradroite au Canada.

↘ Méthodologie

La méthodologie du projet repose sur trois grands piliers : la conception de parcours de redirection menant les internautes aux sites de nos partenaires sur plusieurs plateformes, la conception de messages publicitaires et de sites web et la promotion des services proposés par nos partenaires auprès des internautes vulnérables.

La méthode de redirection

Notre projet s'appuie sur la méthode de redirection Redirect Method⁵, créée par Moonshot en partenariat avec Jigsaw en 2016 pour lutter contre la radicalisation et la violence en ligne. La première version de la Redirect Method a été utilisée avec le moteur de recherche de Google et permettait de rediriger les utilisateurs vulnérables recherchant des contenus extrémistes violents vers des vidéos sur YouTube proposant des contenus contraires à ceux recherchés. La méthode a ensuite été adaptée pour fonctionner sur de nombreuses autres plateformes et pour fournir aux utilisateurs vulnérables une aide en personne (par exemple l'accès à des services psychosociaux).

Lorsqu'une personne recherche (sur Google ou YouTube) un contenu indiquant qu'elle consulte ou soutient des idées ou des discours dangereux, les résultats affichés comprennent une publicité proposant un contenu ou un parcours de navigation alternatif. Cette approche permet de protéger les publics vulnérables en leur proposant des informations pertinentes et fiables, un discours différent ou la possibilité d'accéder à un service. Notre méthodologie repose sur un logiciel libre et respecte la confidentialité et le libre arbitre des personnes, tout en nous permettant de créer des messages qui correspondent aux comportements des personnes ciblées. Bien qu'il ne soit pas possible de prêter des intentions à une personne sur la base d'une recherche sur Google, l'approche fondée sur le ciblage de personnes vulnérables nous permet d'atteindre un public exposé à des contenus extrémistes en ligne.

Les internautes ciblés par les campagnes Redirect sont uniquement définis par leur comportement : la recherche de contenus liés aux incels ou à l'extrême droite violente. Aucune donnée personnelle telle que l'âge, l'origine, le genre, ou l'adresse n'est utilisée pour les identifier. Toutes les données recueillies sont publiques et anonymes. Cette méthode respecte entièrement le Règlement général de protection des données (RGPD) et la loi canadienne en la matière.

5. <https://moonshotteam.com/the-redirect-method/>



↳ Évaluation de l'impact

Le projet pilote a permis de toucher des centaines d'internautes canadiens vulnérables. Plus de 786 personnes ont visité le site d'un centre d'aide, dont 22 pour demander une consultation. Ces résultats montrent l'intérêt des messages à contenu psychosocial et des multiples possibilités de redirection des internautes pour atteindre des personnes exposées à des risques de radicalisation en ligne.

Avons-nous touché des internautes vulnérables ?

- ▶ **La campagne de Moonshot sur Google Search a permis d'atteindre le plus grand volume de trafic à contenu dangereux**, offrant une aide psychosociale en amont de l'accès à ces contenus dans 13 800 cas (résultats de recherche). Les termes utilisés dans les recherches des internautes comprenaient notamment :

How to kill black people (comment tuer des noirs) 🔍

How to bring back slavery (comment rétablir l'esclavage) 🔍

How to join oath keepers (comment rejoindre les oath keepers) 🔍

The Protocols of the Elders of Zion Pdf (les Protocoles des sages de Sions) 🔍

Le nouvel ordre mondial cc 🔍

- ▶ **La campagne de Moonshot sur YouTube a touché 537 internautes ayant visionné des vidéos faisant la promotion de l'idéologie incel.**
- ▶ **Les messages les plus efficaces étaient ceux abordant la question de l'isolement social⁶.** Chez les internautes visionnant des contenus incel, le taux de clics de ces messages était de 2,4 %, deux fois plus que pour les autres types de messages⁷. Ce résultat peut s'expliquer par la grande solitude ressentie par les incels, et illustre en même temps l'intérêt, pour les programmes d'intervention en ligne, de cibler ce facteur de risque spécifique.
- ▶ **Les messages sur YouTube qui posaient la question du sentiment d'être la cible d'attaques ont enregistré le plus haut taux de visionnage (16,5 %).** Ces messages assuraient aux internautes qu'ils n'étaient pas seuls et proposaient « d'apprendre comment éviter la violence et de passer à autre chose ».
- ▶ **Les internautes regardant des vidéos sur cinq des principales chaînes YouTube incels étaient plus de deux fois plus susceptibles de regarder une publicité proposant un soutien psychosocial par rapport à la moyenne.** Le taux moyen de visionnage était de 41,9 %, à savoir 28,5 points de pourcentage au-dessus du taux moyen de visionnage de notre campagne sur YouTube (13,4 %)⁸. Cela indique que les messages proposant un soutien psychosocial sur les chaînes incels sont un moyen efficace d'atteindre des personnes vulnérables sur Internet.

6. Dans le cadre de la campagne sur Google Display, Moonshot a testé différents messages, élaborés en collaboration avec ETA et RAPS. Les messages évoquaient la colère, l'isolement et les incertitudes ; des émotions qui font potentiellement écho au ressenti de notre public cible.

7. Bien que ce résultat ne soit pas statistiquement significatif, il se base sur des milliers de recherches effectuées par des internautes et montre la pertinence de tester l'efficacité des messages à contenu psychosocial destinés aux consommateurs de contenus extrémistes.

8. Le taux de visionnage mesure le niveau d'engagement sur YouTube. Il est calculé en divisant le nombre de fois qu'une annonce est regardée par le nombre de fois où cette annonce est apparue.



Décrochages réussis

- ▶ **Vingt-deux personnes vulnérables ont demandé à bénéficier des services d'aide.** Parmi elles, sept ont contacté RAPS et 15 ETA. Le nombre de fois où l'internaute choisissait de visiter les sites proposés dans les publicités a considérablement augmenté à la fin de la période de déploiement du programme pilote. Il a en effet atteint les 80 % au cours des deux derniers mois, janvier et février 2022.
- ▶ **Quatre personnes se sont inscrites dans l'optique de bénéficier d'un service pendant plusieurs mois,** outre celles qui ont bénéficié de consultations en ligne sans passer par la procédure d'inscription. Au moins une personne qui avait initialement fait part de pulsions violentes a pu trouver des alternatives positives et prometteuses pour l'avenir.
- ▶ **Nos campagnes ont permis de toucher des personnes enclines à adhérer aux théories du complot de l'extrême droite.** Les observations qualitatives de nos partenaires ont indiqué que plusieurs internautes visitaient régulièrement des sites d'extrême droite radicale. La présence d'idées complotistes a également pu être constatée au cours de plusieurs échanges. Certains internautes formulaient des craintes évoquant la théorie conspirationniste du « grand remplacement ».

“

Le profil des personnes ciblées correspond tout à fait à celui que nous avons imaginé.

- RAPS

”

- ▶ **Les praticiens ont constaté que plusieurs internautes s'exposaient à l'idéologie incel et à des idées extrêmement misogynes.** Selon ces idées, les hommes seraient discriminés par la société moderne ; le féminisme et la gauche encourageraient la promiscuité sexuelle chez les femmes. Les internautes jugeaient également leur apparence physique en des termes similaires à ceux de l'idéologie des incels, notamment celui de « looksmaxxing »⁹.
- ▶ **Les internautes se plaignaient surtout de solitude.** D'autres vulnérabilités non liées à l'extrémisme sont également citées : le chômage, la consommation d'alcool ou de drogues, la dépendance à Internet, la dépression, le manque d'accès aux soins et un manque d'estime de soi. La diversité de ces facteurs révèle les besoins complexes des personnes qui consultent en ligne des contenus violents d'extrême droite et des contenus incels.
- ▶ Même si les personnes ayant contacté les services d'aide n'étaient pas toutes considérées comme étant exposées à un haut risque de radicalisation, **les praticiens ont fortement souligné l'importance d'atteindre les personnes vulnérables en amont.** Lors du bilan de notre programme, l'un de nos partenaires a noté « un sentiment de fierté de pouvoir intervenir en amont. »
- ▶ **Les internautes qui ont eu recours aux services proposés par le programme ont apprécié la confidentialité des échanges et l'absence de jugement sur les problèmes qu'ils ont pu exprimer.** Selon les praticiens de l'une des organisations partenaires, de nombreux clients ont remercié le personnel de les avoir écoutés et d'avoir pris en compte leurs problèmes.

9. Terme utilisé pour décrire les tentatives des incels d'améliorer leur apparence physique ou leur attrait sexuel en cherchant à se conformer aux normes de beauté de leur société, par exemple en pratiquant des activités physiques, en ayant recours à la chirurgie esthétique ou en dissimulant son acné.



➔ Recommandations pour les futurs programmes d'intervention

Nous formulons dans cette section plusieurs recommandations qui peuvent être mises en œuvre et expérimentées dans de futurs programmes destinés aux incels et aux publics exposés au risque d'adhésion à l'extrême droite violente. **La sécurité et les considérations éthiques doivent être au cœur de tout programme d'intervention en ligne.** Notre première recommandation est de mettre en place des programmes d'intervention sur des canaux multiples et de combiner différentes formes permettant d'atteindre et de construire des liens avec le public cible, afin d'augmenter la visibilité et l'efficacité de ces programmes.

Partenariat et renforcement des capacités

Le projet pilote comprenait la formation de tous les praticiens partenaires sur des sujets liés à la prise en charge en ligne, tels que la sécurité et la confidentialité numérique. Nous avons travaillé ensemble pour identifier les besoins de formation et pour renforcer, dans la mesure du possible, les capacités des équipes. Deux autres recommandations découlent des débriefings à l'issue du projet :

- **La collaboration intersectorielle est cruciale pour fournir un service en ligne complet.** Les difficultés, les possibilités et les risques identifiés par chaque partenaire doivent être communiqués à l'ensemble des équipes du projet pour favoriser une approche collaborative de la résolution des problèmes.
- **La flexibilité est aussi essentielle pour que le projet puisse s'adapter aux besoins des partenaires.** Lors de l'évaluation du projet pilote, les praticiens ont exprimé le besoin de formations complémentaires qui tiennent compte de la mouvance des cultures et qui permettent de s'adapter face aux difficultés imprévues qui peuvent émerger tout au long du projet. Les programmes d'intervention doivent assurer aux partenaires une formation continue sur les idéologies extrémistes violentes et sur la façon de traiter les clients vulnérables en ligne. Il est également très important que les prestataires connaissent les méthodes publicitaires et qu'ils travaillent ensemble pour concevoir les parcours de redirection proposés aux clients potentiels.

Protection des données

- **Les programmes d'intervention doivent adapter continuellement leur politique aux changements de législation en matière de protection de la vie privée, et s'assurer que les données personnelles des utilisateurs sont protégées.** Avant de proposer des parcours alternatifs en ligne aux Canadiens exposés au risque de radicalisation, Moonshot a consulté des juristes spécialistes des lois fédérales et provinciales relatives à la protection de la vie privée, en plus d'avoir tenu compte de la réglementation européenne (RGPD). Ces consultations nous ont permis de nous assurer que la collecte, la conservation et le traitement des données à caractère personnel étaient effectués dans le strict respect des intérêts légitimes du projet, et avec le consentement des utilisateurs. Selon la loi n° 64 du Québec¹⁰, les programmes doivent constamment évaluer leur protection des données à caractère privé, veiller à respecter le droit et le consentement des utilisateurs et les obligations de transparence, en vue de mettre en œuvre des interventions en ligne ou en personne sur le long terme, conformes à la législation au Canada.

10. [Dentons: Projet de loi no 64 : Entée en vigueur de la première série de nouvelles exigences relatives à la protection de la vie privée et des renseignements personnels au Québec. Quelles seront les répercussions pour votre entreprise ?](#)



Les interventions

- ▶ **Il est possible de toucher les Canadiens exposés à des idéologies extrémistes en ligne sur de nombreuses plateformes.** L'élargissement de nos campagnes à d'autres plateformes telles que Reddit et 4chan peut être envisagé à condition d'en étudier la faisabilité technique, de respecter les bonnes pratiques dans le domaine et la législation canadienne en matière de protection de la vie privée.
- ▶ **Améliorer notre communication à l'intention des internautes francophones.** Nos messages publicitaires ne nous ont permis de toucher qu'un nombre réduit d'internautes francophones. Cela s'explique en partie par le fait que les contenus violents liés aux incels et à l'extrême droite sont majoritairement en anglais, et par le fait qu'ETA ne propose pas de services en français. Les futurs projets devraient cibler ce public en menant davantage de recherches sur les mouvements incels et d'extrême droite violents francophones, afin d'augmenter la publicité destinée aux internautes francophones vulnérables.
- ▶ **Élargir la zone géographique des programmes d'intervention.** Les campagnes en ligne peuvent être élargies à d'autres provinces et territoires canadiens grâce à des partenariats avec des prestataires de services directs qualifiés et spécialisés.
- ▶ **Optimiser les messages pour augmenter le recours aux services locaux.** Ce projet montre que répondre aux besoins psychosociaux et aux griefs des internautes vulnérables peut les amener à consulter en personne (hors ligne). Les futurs programmes doivent tester et évaluer d'autres contenus et formats de message susceptibles d'attirer davantage l'attention des internautes. Le recours notamment à un langage qui inspire la confiance et qui propose un soutien dénué de jugement peut s'avérer efficace pour augmenter le recours volontaire aux services proposés.

“

Proposer « un espace de discussion sans jugement » assure au client que le service offert est différent de ceux reçus en appelant un numéro d'urgence. Cela peut expliquer pourquoi la plupart de nos clients, même s'ils manifestaient des signes de détresse, étaient enclins à entamer une conversation pour en parler.

- RAPS

”

- ▶ **Nous devons mettre en place d'autres ressources destinées aux internautes qui ne répondent pas aux critères pour bénéficier d'une relation individualisée.** Le personnel clinique d'ETA et de RAPS a souligné que pour fournir « le bon service au bon moment », les futurs programmes devraient distinguer les personnes qui traversent une crise aiguë de celles qui n'expriment qu'un intérêt hésitant pour le service proposé. Un modèle de prise en charge par phases leur semblait être une bonne solution d'aide en ligne. Un tel modèle signifie offrir une aide différente selon les cas : en se basant sur l'évaluation des besoins des clients et en nommant un référent susceptible d'offrir les soins les plus appropriés.
- ▶ **Élargir la plage horaire du service est essentiel pour répondre au moment opportun.** Tous nos partenaires ont dit que la réactivité était l'un des facteurs cruciaux pour retenir les internautes qui les avaient contactés. Les données sur les redirections volontaires montrent que 64 % des personnes qui ont contacté un prestataire de services l'ont fait en dehors des heures ouvrables ou pendant le weekend. Les praticiens d'ETA ont ajouté qu'« étant donné les risques pour la sécurité que représentent ces personnes, il est crucial de pouvoir leur répondre en dehors des horaires habituels de travail. »



“

Si tous nos 15 clients nous écrivaient aujourd'hui, nous n'aurions pas la capacité de les aider.

- ETA

”

“

Il faut beaucoup de courage pour demander de l'aide. Les personnes qui appellent ont atteint le summum de leur volonté de changer. Si vous attendez une semaine, il est déjà trop tard.

- ETA

”

- **Augmenter le financement des services d'aide locaux.** Pour les praticiens d'ETA, « nous ne sommes qu'aux balbutiements » de la prise en charge des personnes vulnérables en ligne. Le financement et les moyens adéquats permettant l'élaboration de programmes de prévention personnalisés sont essentiels pour augmenter la capacité du Canada à détourner les internautes des idéologies violentes, mais aussi à prendre en charge le volume de recours volontaires aux services d'aide généré par les campagnes de Moonshot à la fin de la période d'essai du programme pilote. Les capacités des équipes d'intervention sont limitées, et le personnel est exposé en permanence au risque d'épuisement professionnel. En parallèle de l'élargissement des horaires du programme, il est nécessaire d'assurer le bien-être mental et professionnel du personnel.

“

Au Canada, il y a un phénomène sous-terrain de radicalisation en ligne. Nous commençons à peine à le connaître [...]. Combien y a-t-il encore d'internautes concernés que nous n'avons pas les moyens d'atteindre ?

- ETA

”



↳ Qui sommes-nous ?

Moonshot est une entreprise à impact social qui vise à mettre fin aux effets délétères d'Internet en s'appuyant sur des données probantes, et en respectant l'éthique et les droits de l'homme. Nos analystes, ingénieurs et chefs de projets s'inspirent d'idées novatrices et de décennies d'expérience dans divers secteurs pour élaborer des solutions efficaces et adaptables à certains des grands défis du monde d'aujourd'hui. Notre gamme d'activités va du développement de logiciels au renforcement des capacités en passant par la mise en œuvre de campagnes d'intervention ou de contre-messages. Nous élaborons de nouvelles technologies et de nouvelles méthodologies pour renforcer notre capacité et celles de nos partenaires à contrer efficacement un ensemble de menaces qui émergent en ligne.

L'équipe de Recherche et Action sur les Polarisations Sociales (RAPS) fournit un modèle d'intervention auprès des personnes extrémistes au Québec. Il comprend un système à multiples strates, la coordination de services locaux spécialisés en psychiatrie culturelle, l'évaluation et la gestion des risques de violence, ainsi qu'une solide coordination avec les services de proximité, en plus d'un programme de mentorat axé sur l'intégration sociale et les aptitudes de base. Le modèle clinique est conçu pour être flexible et pour s'adapter aux spécificités des différents publics et aux moyens locaux. L'équipe clinique de Montréal et l'équipe Polarisation fournissent des services aux individus extrémistes, à leurs proches et à des victimes de crimes de haine.

Estimated Time of Arrival (ETA) est un service d'accès rapide situé en Ontario. Il aide les personnes à rétablir une sociabilité positive avec leur communauté à travers l'engagement, la reconnexion aux besoins essentiels et le soutien social et émotionnel. Il offre également une variété de services destinés à permettre aux personnes de se sentir valorisées et liées à leur communauté. Ce service fait partie de Yorktown Family Services (YFS). Une agence de services communautaires agréée qui comprend un établissement de santé mentale pour nourrissons, enfants et jeunes, un foyer pour femmes et des services pour les femmes victimes de violence. Sur son site Internet, une offre intégrée permet d'accéder rapidement à plusieurs services de santé mentale, de soins de santé primaires, et à des services sociaux pour les jeunes et les jeunes adultes.

Le Réseau des praticiens canadiens pour la prévention de la radicalisation et de l'extrémisme violent (RPC-PREV) est un réseau fondé sur les données probantes, centré sur les praticiens et financé par le Fonds pour la résilience communautaire (FRC) de Sécurité publique Canada. L'objectif du RPC-PREV est de renforcer le leadership du Canada et de développer des pratiques d'excellence dans la lutte contre la radicalisation violente. Le Réseau soutient les bonnes pratiques, les collaborations et les équipes d'intervention, grâce à une mobilisation continue des connaissances entre les chercheurs, les praticiens, les décideurs politiques et les différents secteurs communautaires au Canada.



Glossaire

<i>Termes</i>	<i>Définition</i>
Personne/internaute vulnérable	Personne exposée à des risques en ligne en recherchant, ou en consultant, des contenus liés aux idées violentes des incels ou de l'ultradroite.
Taux de clics (TDC)	Nombre de fois où des personnes vulnérables cliquent sur une publicité par rapport au nombre de fois où cette publicité s'affiche, exprimé en pourcentage.
Mot clé	Mot ou ensemble de mots qui, saisis dans une barre de recherche, génèrent des résultats correspondant à des contenus violents, incels ou d'extrême droite.

