
Fiche au service des municipalités et MRC - Communiquer avec les jeunes

Contexte

Informé correctement les jeunes représente aujourd'hui un défi en soi, notamment en raison des changements de canaux de diffusion d'information privilégiés par les jeunes. Une enquête du CEFRIQ (2017) démontre que les jeunes de 12 à 25 ans regardent beaucoup de contenu en ligne, que ce soit des émissions, des films, des séries, des vidéos ou des clips. Cette habitude fait partie intégrante de leur quotidien : 57 % des jeunes interrogés visionnent du contenu en ligne tous les jours, et ils y consacrent encore plus de temps lors des fins de semaine.

La fiche vise à outiller les municipalités et MRC pour leur permettre de faire face à ce défi. Vous y trouverez une section sur les bonnes pratiques en matière de communication avec les jeunes, mais aussi des exemples d'activités qui ont fait leurs preuves. Finalement, quelques pièges à éviter concluent cette fiche.

Bonnes pratiques en matière de communication avec les jeunes

Voici quelques pratiques à privilégier, afin de bien interagir, mais surtout pour communiquer efficacement avec les jeunes :

- **Mener des recherches pour connaître l'écosystème jeune et jeunesse** : il est important de connaître les statistiques sur le nombre de jeunes présents sur votre territoire, ainsi que les pôles d'engagement (organismes jeunes et jeunesse, établissements d'enseignement), pour comprendre leurs intérêts et leur répartition géographique.
- **Faire participer des jeunes en amont des processus** : les 15 à 35 ans s'engagent notamment pour suivre l'exemple de leurs amis. Faire mobiliser des jeunes par des jeunes est donc stratégique, et permet de valoriser et de mettre à profit la participation des jeunes.
- **Identifier les relayers ou leaders d'opinion** : il est important d'entamer le dialogue avec l'écosystème jeunesse actif localement. Les établissements d'enseignement sont d'excellents partenaires pour cibler les groupes qui pourraient participer à une activité de consultation ou de mobilisation. Ils sont également d'excellents relayers d'information auprès des jeunes.
- **Utiliser les courroies de communication déjà utilisées par les jeunes** : pour bien rejoindre les jeunes, il faut aller à leur rencontre, sur les réseaux sociaux sur le Web ou encore dans les lieux qu'ils fréquentent.
- **Identifier clairement vos objectifs de communication** : il est important de bien identifier nos objectifs de communication en amont du processus, pour bien cibler les publics et concevoir des messages adaptés à ceux-ci, et qui seront relayés sur les bonnes plateformes.
- **Créer une page Facebook de la municipalité ou de la MRC** : l'utilisation des réseaux sociaux pour rejoindre et informer les jeunes est primordiale. L'objectif de cette page est de diffuser l'actualité de la municipalité ou de la MRC, de mettre en valeur les différents projets menés par les jeunes, les institutions publiques, les commissions scolaires, et mettre en valeur les nouveautés dans la région. Instagram est également une plateforme privilégiée par les 12 à 35 ans et qui tend à prendre de l'expansion.

Exemples d'activités

Café-débat

Description : Inspiré par une initiative réalisée en France afin de « réduire la fracture entre jeunesse et politique », le café-débat est un débat animé par les plus jeunes conseillers municipaux sur un thème ou un enjeu actuel ou à forte attention médiatique. La discussion se fait entre les élus.es du conseil municipal, des jeunes âgés entre 13 et 20 ans, un jeune œuvrant au sein d'une association locale active dans le milieu de la jeunesse et le maire de la municipalité.

Durée : 2 heures, soit (12-15 minutes de débats + 15 minutes d'échanges) x 4 thématiques.

Effectuer une tournée des partenaires

Description : Il est crucial pour les municipalités de se créer des réseaux forts de partenaires avec lesquels travailler à informer, mobiliser et consulter les jeunes. Chaque partenaire permet de rejoindre et de comprendre une clientèle différente. Ainsi, le milieu de l'éducation est à utiliser, mais aussi les centres de loisirs et de sport, les organismes communautaires, les organismes jeunes, etc. Les jeunes marginalisés et ceux n'ayant pas terminé ou poursuivi après les études secondaires peuvent être plus difficiles à atteindre, d'où l'importance de multiplier les liens avec les groupes pertinents dans chaque région. Il s'agit donc de réfléchir aux différents moyens de communication dont la localité ou la municipalité dispose pour établir une relation plus courante avec les différents partenaires, notamment les réseaux jeunes comme les maisons des jeunes, les forums jeunesse et les conseils jeunesse. La conversation doit être fluide et fréquente.

Durée : Variable selon le nombre de partenaires inclus et les ressources humaines de la municipalité ou de la MRC.

Pièges à éviter

- Ne pas associer de jeunes à l'élaboration de la stratégie ou la rédaction → Nécessaire pour valider la qualité de la stratégie de communication ou la rédaction des messages.
- Utiliser un langage trop familier → On doit adapter le message en fonction de l'âge, mais faire attention à ne pas devenir paternaliste en utilisant un ton trop familier, enfantin, etc.
- Utiliser uniquement les réseaux sociaux → On doit les utiliser parallèlement aux autres moyens.
- Avoir un compte sur tous les réseaux sociaux → On doit privilégier un nombre limité de plateformes numériques. On vise à optimiser l'utilisation de quelques-unes d'entre elles.
- Omettre de planifier ses communications → On doit planifier dans le temps nos publications pour respecter une certaine récurrence dans la fréquence.
- Omettre d'évaluer les actions de communication → On doit pouvoir évaluer nos actions pour les améliorer par la suite, les rendre plus efficaces et mieux cibler nos publics.

Citoyenneté jeunesse, anciennement la Table de concertation des Forums jeunesse régionaux, agit à titre d'organe de concertation pour les Forums jeunesse régionaux. Depuis le tournant des années 2000, ces instances régionales sont composées de dizaines de jeunes de 12 à 35 ans qui s'affairent à favoriser la représentation des jeunes en région, encourager et maintenir la concertation entre les représentants des jeunes et les partenaires locaux et régionaux, exercer un rôle-conseil en matière de jeunesse et promouvoir l'implication sociale des jeunes à l'échelle locale et régionale. Par et pour les jeunes, les actions menées par Citoyenneté jeunesse et les forums jeunesse régionaux sont centrées sur la représentation jeunesse, la concertation et la participation citoyenne.

SOURCES

- Citoyenneté jeunesse (CJ). 2018. *Guide des bonnes pratiques. Rejoindre les jeunes : défis et solutions*. En ligne. https://citoyennetejeunesse.org/wp-content/uploads/2018/10/Guide-au-MRC_Format-Graph.pdf.
- Citoyenneté jeunesse (CJ). 2018. *Boîte à outils pour informer les jeunes*. En ligne. <https://citoyennetejeunesse.org/wp-content/uploads/2018/10/Boîte-à-Outils-Informer.pdf>.



FÉDÉRATION
QUÉBÉCOISE DES
MUNICIPALITÉS

Citoyenneté jeunesse