

La glissade de l'été : N'oublions pas les adolescents!

Nous le savons, le phénomène de la glissade de l'été chez les enfants âgés de 5 à 12 ans est bien compris. Toutefois, cette manifestation semble moins bien documentée auprès des adolescents.

C'est dans ce contexte que le RQRE a entamé une réflexion sur le sujet afin de mieux identifier les besoins des adolescents pendant l'été et dresser certains constats afin de mettre de l'avant les meilleures stratégies éducatives.

Tiré des projets d'IRC menés auprès d'adolescents et ayant le potentiel d'inspirer le déploiement des meilleures pratiques, ce document propose des facteurs de succès et des pistes de réflexion pour vous guider.

Constats : LES FACTEURS DE SUCCÈS



La segmentation par groupe d'âge

Les adolescents ne représentent pas un groupe homogène. Il existe de grandes différences d'intérêt et de maturité lors de cette période. Il est donc important de les diviser en deux groupes d'âge lorsque l'on réfléchit aux activités :

- **10 à 13 ans :**
Guider dans la transition vers le secondaire et proposer des activités structurées et encadrées par les camps de jour.
- **14 à 17 ans :**
Offrir un cadre flexible permettant à la fois de vivre, dans le plaisir, de nouvelles expériences, découvrir des intérêts, socialiser, maintenir ou améliorer des acquis scolaires tout en recourant à une approche de préparation à l'emploi.



L'implication

- Afin d'assurer une participation active de votre groupe d'adolescents, il est important de les impliquer dans le choix et/ou la création de votre activité.
- Le choix du lieu est également très important afin de stimuler votre groupe. Utiliser un lieu déjà connu des jeunes et à proximité de leur lieu de vie vous aidera énormément.
- En plus de collaborer avec les jeunes dans la conceptualisation de l'activité, il est également crucial de tenter de cerner leurs valeurs et leurs centres d'intérêt afin de capter leur attention.
- Soulignons que le thème de la santé mentale, notamment l'anxiété, a été avancé comme un axe prioritaire d'intervention.



La collaboration

- Il importe de rejoindre les adolescents dans les lieux qu'ils fréquentent déjà.
- Dans ce contexte, il est pertinent de travailler étroitement avec les organismes qui sont déjà en contact avec eux.

Les valeurs QUI REJOIGNENT LES ADOLESCENTS



Diversité



Authenticité



Autonomie



Proactivité

Pistes de RÉFLEXION ET RECOMMANDATIONS



Faire des liens avec les écoles : élément primordial

Afin de faciliter le recrutement ou le ciblage des jeunes, avant le début de la période estivale.

Par exemple, il peut s'agir de développer des ententes plus formelles avec les centres de services scolaires ou les écoles.



Soutenir la transition du primaire vers le secondaire

En plus de créer des liens avec le milieu scolaire, il est possible de développer une offre particulière pour faciliter la transition primaire-secondaire.

Par exemple, il peut être envisagé de recruter les jeunes plus tôt afin qu'ils soient déjà familiers avec l'organisation lorsqu'ils atteindront l'adolescence.



Développer des approches spécifiques aux adolescents

Les activités doivent être conçues *par et pour* les adolescents, notamment grâce à certains des éléments suivants :

- Impliquer directement des adolescents dans le choix et la conception des activités.
- Pouvoir compter sur des intervenantes ou intervenants stimulant.e.s qui connectent bien avec les adolescents.
- Offrir des activités dans des lieux connus par les jeunes et idéalement à proximité de leur domicile.
- Valoriser et favoriser la socialisation au sein des projets.
- Concevoir des projets qui ont de la valeur et auxquels les adolescents peuvent s'identifier.



Utiliser les incontournables médias sociaux

Afin de créer un contact, voire une relation, et ce, de façon préalable au recrutement. Pour ce faire, les communications doivent être très personnalisées et dans le véritable objectif de s'intéresser à eux et à leurs sources d'intérêt.

Dans cette optique, les communications sur les médias sociaux doivent être entreprises dans une logique de dialogue et non de publicité.

Nous savons que les adolescents fonctionnent par réseau de connaissances. Ainsi, rejoindre une ou un jeune peut mener à un effet boule de neige à terme.