



Société Santé en français

Rapport des résultats

Projet Influenceuses de l'AFÉSEO : résultats de l'évaluation de la 3e année du projet

Auteure : Louise Legault, Ph.D., É.Q.
Experte-conseil

31 mars 2024



Recherche et développement



Table des matières

1. Introduction	2
1.1. Description du projet	2
1.2. But du rapport.....	2
2. Principaux constats	2
3. Conclusion.....	5

1. Introduction

1.1. Description du projet

Lancé en janvier 2021, le projet prévoit la publication, dans les médias sociaux, de contenus vulgarisés promouvant la santé mentale et le bien-être des jeunes enfants francophones et des adultes qui les accompagnent. Les principaux publics ciblés sont les familles francophones et le personnel éducateur en petite enfance. Concrètement, on souhaite provoquer la réflexion chez les internautes et les outiller afin qu'ils puissent bien accompagner les jeunes enfants. Deux influenceuses sont responsables de créer le contenu publié sur des médias sociaux. La première influenceuse publie la série *Les petites jasettes pédagogiques* et la série *La petite minute pédagogique* sur YouTube et Facebook. Elle est également l'auteure d'articles publiés dans un journal local. La deuxième influenceuse publie la série *Les mots qui font grandir* sur Facebook, TikTok et Instagram. Les sujets abordés portent sur le bien-être des enfants et des adultes, des citations inspirantes et des liens vers des activités, des études, ou encore des ressources portant sur le bien-être et la promotion de la santé mentale. Le financement de la Société santé en français a servi à la création et à la publication, dans les médias sociaux, de ces contenus d'avril 2023 à mars 2024.

1.2. But du rapport

Le rapport présente le résultat de l'évaluation du processus de mobilisation des connaissances et les activités envisagées pour l'année à venir. Les données furent amassées dans le cadre d'un groupe focalisé composé des deux influenceuses et de la coordonnatrice du projet (mars 2024).

2. Principaux constats

Les publics ciblés sont rejoints.

- Les étudiants et étudiantes collégiaux, le personnel éducateur en petite enfance, les organismes œuvrant dans le secteur de la petite enfance et les familles sont rejoints.
- Les amis ou « followers » proviennent de la francophonie ontarienne, canadienne et internationale (p. ex. la France, la Belgique et certains pays africains).

Le choix des sujets abordés reflète les intérêts des influenceuses ou porte sur des sujets d'actualité.

- Les suggestions de l'équipe de facilitation de l'AFÉSEO et l'accompagnement d'enfants et de jeunes d'une troupe de théâtre sont deux sources de contenu abordé durant une vidéo de la série *La petite minute pédagogique*.
- Les sujets abordés dans la série *La petite minute pédagogique* et la disponibilité d'experts et d'expertes alimentent le contenu de l'entrevue de la série *Les petites jasettes pédagogiques*.
- Les citations de la série *Les mots qui font grandir* proviennent de bulletins d'information, de sites Internet consultés ou d'une liste de diffusion (p. ex. Exchange Everyday).

Les séries publiées sont appréciées par les internautes.

- Chacune des influenceuses publie, en moyenne une à trois fois par semaine, du contenu dans ses médias sociaux respectifs.
- La portée des publications est sous-estimée. Ce n'est pas tous les « followers » ou amis qui « aiment », repartagent, écrivent un commentaire ou demandent d'utiliser le contenu diffusé dans les médias sociaux dans le contexte de leur travail.
- La publication de *Reels* sur la plateforme Facebook est une bonne stratégie pour joindre rapidement les internautes. Les plateformes YouTube et TikTok demeurent très populaires.

Tableau 1. Les mots qui font grandir : statistiques d'avril 2023 à mars 2024

	Facebook			
	(Articles, vidéos, photos, citations)	Reels	Tik Tok	Instagram
# de publications	151	26	87	33
# de visionnements	1 558	5 185	34 830	1 317
# de j'aime	439		256	s/o
# de partages	96		s/o	s/o

Tableau 2. Les petites jasettes pédagogiques et La petite minute pédagogique : statistiques d'avril 2023 à mars 2024

	Facebook YouTube
# de publications	25
# de visionnements	4 662
# de j'aime	224
# de partages	34

La portée de la série *Les petites jasettes pédagogiques* a diminué durant la dernière année.

- Le blocage de publication de journaux canadiens sur les médias sociaux gérés par Meta et Google rend difficile le partage d'articles en lien avec la santé mentale et la valorisation de la profession publiés dans le journal local *Le Voyageur*.
- Dans un contexte personnel, les influenceurs ont beaucoup de succès à publier “dans le moment présent” et cela attire des “amis” et des visionnements. Dans un contexte professionnel comme à l'AFÉSEI, le processus de publication est plus structuré et empêche des publications de ce genre (p. ex. lors d'une formation, d'un symposium). À la suite de ce changement, le nombre de visionnements a diminué.
- Post pandémie, on observe une diminution de l'intérêt des gens à visionner des vidéos d'une durée de 10 minutes ou plus. De plus, le bassin d'experts et d'expertes proposant de nouvelles notions est plus limité; plusieurs ont été interviewés au cours des dernières années.

La portée de la série *La petite minute pédagogique* pourrait être élargie en publiant sur TikTok.

- La publication sur TikTok de cette série est planifiée prochainement par l'équipe du projet.

Des articles portant sur le bien-être en petite enfance sont publiés dans le journal le Voyageur (Nord de l'Ontario).

- 12 articles sont publiés dans le journal *Le Voyageur* en 2023 portant sur différents sujets en lien avec le bien-être en petite enfance dans une chronique nommée *La vitrine en petite enfance*.

Les publications enrichissent le contenu de cours, de formations et des présentations à des partenaires communautaires.

- Des vidéos *Les petites jasettes pédagogiques* et de la série *La petite minute pédagogique* sont visionnées dans des cours en petite enfance du Collège Boréal, inclus dans les présentations aux organismes communautaires (p. ex. les réseaux InterAgir).
- Le contenu élaboré dans la série *La petite minute pédagogique* vient en partie de besoins en ressources de l'équipe de facilitation. Ces courtes vidéos sur mesure sont intégrées plus souvent dans des formations offertes par l'AFÉSEO (p. ex. la formation *FrancoFUN*).
- On ignore si les citations de la série *Les mots qui font grandir* sont utilisées dans les cours, les présentations ou les formations.

Les médias sociaux ne semblent pas être un bon moyen de provoquer la réflexion des internautes.

- L'exception étant quand la publication est intégrée dans un cours, une formation ou une présentation à des partenaires communautaires.
- Selon les influenceuses, les gens ne semblent pas écouter le message véhiculé dans une vidéo. Ils se souviennent de la personne (l'influenceuse) ou de l'image, mais rarement vont-ils parler du message dans une conversation avec l'influenceuse.
- La durée des vidéos affecte la qualité de l'information partagée. Les gens sont moins intéressés à visionner les vidéos longues bien que le sujet soit abordé plus en profondeur. En revanche, le sujet est présenté en surface dans les vidéos courtes.
- Il est difficile de déterminer les effets des citations de la série *Les mots qui font grandir* sur les internautes.

Les médias sociaux pourraient être un bon moyen d'outiller les internautes à promouvoir leur bien-être et celui des enfants.

- Les vidéos courtes (2-3 minutes) présentant des techniques ou des stratégies à mettre à l'essai devant une situation en particulier pourraient être utilisées pour promouvoir le bien-être des enfants et des adultes.
- Le contenu de ces publications pourrait s'inspirer des meilleures pratiques dans le domaine, des publications par des organismes reconnus (p. ex. Agence de la santé publique Canada) ou des articles scientifiques.

L'expertise d'une des influenceuses en petite enfance et en parentage est reconnue dans la communauté.

- Elle a été invitée à faire partie de trois balados et à deux entrevues télévisées.

3. Conclusion

Le plan de services communautaires pour la petite enfance en santé 2022-2024 a comme objectifs la promotion du bien-être et du développement sain des jeunes enfants et de leur famille ainsi que l'amélioration de l'accès à des programmes promouvant la santé de la petite enfance. Ces objectifs sont soutenus par les adultes accompagnant le jeune enfant dans son développement, dont le personnel éducateur (actuel et futur) et les parents. Le projet des influenceuses démontre l'efficacité des médias sociaux à rendre accessibles de l'information servant à promouvoir le développement sain des enfants auprès d'une population francophone diversifiée et dispersée sur un vaste territoire.

L'AFÉSEO souhaite remercier les personnes d'avoir participé à ce projet et d'avoir pris le temps de partager des rétroactions constructives.