



Projet *Influenceuses* de l'AFÉSEO : résultats de l'évaluation des processus de la 2^e année du projet (2022-2023)

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 parents (grands-parents) 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. Trois influenceuses sont respectivement responsables de créer le contenu de la série *Les petites jasettes pédagogiques* (vidéos publiées sur YouTube), de la série *Être* (vidéos publiées sur Facebook et Instagram) et de la série *Les mots qui font grandir* (publiée sur Facebook et Instagram). Les sujets abordés portent sur les facteurs associés au développement sain et au bien-être des enfants, les stratégies propices à l'atteinte d'un équilibre mental chez l'adulte, 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 2022 à mars 2023.

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, des trois influenceuses et de la coordonnatrice du projet (mars 2023).

Principaux constats

Les publics ciblés sont rejoints.

- Les étudiant et étudiantes collégiaux, le personnel éducateur en petite enfance, les organismes œuvrant dans le secteur de la petite enfance et les parents 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 personnels de chaque influenceuse ou porte sur les sujets d'actualité.

- Les influenceuses délaissent la publication de contenu similaire en parallèle par souci d'éviter la fatigue chez l'auditoire. Le choix du thème ne s'inspire plus d'une liste de sujets potentiels.
- Certains thèmes abordés par une influenceuse peuvent être repris par une autre influenceuse le mois suivant, selon son intérêt.

- Les internautes fournissent des ressources et des articles qui sont publiés par la suite lorsque pertinents (p. ex. des suggestions d'activités à faire durant la semaine de relâche).

Les séries publiées sont appréciées par les internautes comme en font foi les statistiques.

- Chacune des influenceuses publie en moyenne une à deux 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.

Tableau 1. Statistiques d'avril 2022 à mars 2023

	Jasettes pédagogiques ¹ YouTube	Série Être Facebook/YouTube	Les mots qui font grandir Facebook
# de publications	39	20	236
# de visionnements	8 615	2 982	3 704
# de j'aime	231	183	805
# de partages	136	24	234
# d'abonnés	516	s/o	638
# d'amis	2 800	2 636	2 844

¹ inclut les statistiques pour la série *La petite minute pédagogique*.

Conseillées par une experte en communication à l'automne 2022, les influenceuses adoptent de nouvelles pratiques permettant de maximiser la portée des publications à moindre effort.

- Les vidéos de la série *Les petites jasettes pédagogiques* sont publiées sur le compte personnel YouTube de l'influenceuse et le compte de l'AFÉSEO. S'ajoutent des capsules *La petite minute pédagogique* résumant les thèmes abordés dans la série *Les petites jasettes pédagogiques*.
- Publication d'articles en lien avec la santé mentale et la valorisation de la profession dans le journal local *Le Voyageur* depuis juin 2022.
- Publication simultanée des vidéos de la série *Être* publiée sur Facebook et sur Instagram.
- La série *Les mots qui font grandir* comprend des vidéos Canva animant le contenu présenté (p.ex. les citations) publié sur Facebook et dorénavant sur Instagram. L'utilisation de vidéos permet une meilleure appréciation du nombre de visionnements.

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

- Des vidéos *Les petites jasettes pédagogiques* et de la série *Être* sont visionnées dans des cours en petite enfance du Collège Boréal, inclus dans les présentations aux organismes

communautaires (p.ex. les réseaux InterAgir) et intégrés dans des formations offertes par l'AFÉSEO (p.ex. les formations *Cultivons l'avenir* et *FrancoFUN*).

Les influenceuses sont davantage sensibles au lien entre la santé mentale et la publication dans les médias sociaux.

- Cette réalisation change la dynamique entre les influenceuses, passant de la compétition à la collaboration.
- Elles utilisent désormais des stratégies favorisant l'équilibre mental et la résilience, par exemple, en publiant sur des sujets qui les passionnent, prendre des pauses santé des médias et solliciter des experts pour les appuyer dans leur travail (p.ex. pour les techniques d'entrevue, etc.).
- Elles prêtent moins d'importance aux statistiques, reconnaissant l'absence de contrôle sur les algorithmes déterminant le nombre de personnes rejointes.

Les influenceuses envisagent plusieurs stratégies pour continuer d'augmenter la portée des publications promouvant la santé mentale et le bien-être.

- Publier sur TikTok des vidéos pour joindre un public plus jeune. Il est déjà possible de mettre sur TikTok et l'application Stories de Facebook, deux capsules de 30 secondes de la série *La minute pédagogique* ou le contenu de la série *Les mots qui font grandir*.
- Planifier un panel en direct d'experts en santé mentale permettant une période de questions/réponses. Cette option présente toutefois le défi de déterminer le meilleur moment de la journée pour assurer un grand nombre de personnes présentes.
- Créer une vidéo sur l'impact des médias sociaux sur les créateurs de contenu. Ce serait une occasion de partager l'expérience des médias sociaux et les stratégies gagnantes pour gérer la vulnérabilité, lâcher prise et garder l'attention sur ce qui est nourrissant.
- Faire le lien entre les publications des influenceuses et les articles publiés dans la revue virtuelle de l'AFÉSEO (Petit T@ndem) diffusée à chaque semaine et accessible gratuitement sur son site Web.