Projet de relance de L'Accès
Étude de milieu

Groupe régional d'intervention sociale de Québec

Février 2016

Remerciements

Le GRIS-Québec tient à remercier les personnes et organisations qui de près ou de loin ont contribué, entre autres en acceptant de répondre à l'un ou l'autre des questionnaires.

Notes

Ce document n'a pas la prétention de présenter des résultats de recherche. Bien qu'effectuée avec rigueur, cette étude de milieu a été menée par un comité non-expert.

Sauf dans le cas où le genre est mentionné de façon explicite, le masculin est utilisé dans ce document comme représentant les deux sexes, sans discrimination à l'égard des femmes et des hommes.

© GRIS-Québec, février 2016

Tous droits réservés. Aucune partie de ce document ne peut être reproduite ou transmise sous aucune forme ou par quelque moyen électronique ou mécanique que ce soit, par photocopie, enregistrement ou par quelque forme d'entreposage de l'information ou système de recouvrement, sans la permission écrite du GRIS-Québec.

Table des matières

Remerciements

Section A - Présentation du GRIS-Québec
Les services offerts par le GRIS-Québec **1**

Section B - Présentation du projet
Membres du Comité de relance **2**

Section C - Présentation des résultats
Questionnaire adressé aux jeunes **3**

Section C (suite) - Présentation des résultats
Questionnaire adressé aux organismes jeunesse **16**

Section D - Analyse des résultats
Transport 24
Réalité des jeunes 25
Préférences et intérêts 25
Recrutement et rétention 26
Visibilité 27
La communication 28
Fluctuations de fréquentation 28

Annexes **30**

Section A
Présentation du GRIS-Québec

Le groupe régional d'intervention sociale est un organisme communautaire d'éducation et de sensibilisation qui a pour but de promouvoir une vision positive de l'homosexualité et de la bisexualité en vue de favoriser une intégration harmonieuse des personnes homosexuelles et bisexuelles dans la société.

L'organisme a comme valeurs le Respect, l'Ouverture et l'Engagement communautaire. Ces valeurs sont intégrées quotidiennement à travers ses services et ses actions.

Les services offerts par le GRIS-Québec

Les interventions

Réalisées dans les écoles et les milieux jeunesse de la région administrative de la Capitale-Nationale, les interventions sont présentées sous forme de témoignages faits par des bénévoles spécialement formés pour répondre aux questions des jeunes sur l'homosexualité et la bisexualité.

Le Jumelage Jeunesse

Le Jumelage Jeunesse a pour objectif de donner aux jeunes lesbiennes, gais, bisexuels ou en questionnement la possibilité d'être accompagnés dans ce qu'ils vivent en lien avec leur orientation sexuelle. Ce sont des bénévoles formés qui jouent le rôle d'accompagnateurs.

Le Jumelage Parents

Le Jumelage Parents a pour objectif de donner aux parents de jeunes gais, lesbiennes, bisexuels ou en questionnement la possibilité d'être accompagnés dans ce qu'ils vivent en lien avec l'orientation sexuelle de leur enfant. Ce sont des parents bénévoles, dûment formés qui jouent le rôle d'accompagnateurs.

L'Accès

Situé dans les locaux du GRIS-Québec, L'Accès est un milieu où les jeunes âgés de 14 à 24 ans et faisant partie de la diversité sexuelle et de genre se rencontrent pour échanger, partager, apprendre et se divertir.

Section B
Présentation du projet

Suite à une baisse importante de la fréquentation du milieu jeunesse L'Accès au cours des trois dernières années, le Conseil d'administration du GRIS-Québec a déterminé qu'un comité de relance devait être mis en place. Aussi, afin d'assurer un service de qualité, le Conseil d'administration a cru bon que cette relance soit l'occasion de jeter un regard sur le milieu dans sa forme actuelle et de recommander des changements, au besoin.

Membres du Comité de relance :

- André Tardif, directeur général
- Noémie Rocque, intervenante jeunesse
- Catherine Larouche, secrétaire du Conseil d'administration, animatrice à l'Accès
- Andréanne Caron, animatrice à L'Accès
- Vanessa Thiffeault Duchemin, animatrice à L'Accès
- Jean-Mikaël Côté-Demers, représentant jeunesse au Conseil d'administration, animateur à L'Accès, coordonnateur du Comité de relance

Le comité s'est rencontré 17 fois en 18 mois et à produit un ordre du jour et un résumé pour chacune de ses rencontres, totalisant plus de 350 heures de travail. Il s'est aussi doté d'un échéancier détaillant toutes les étapes de la réalisation du projet.

- Effectuer le bilan du fonctionnement actuel de la ressource en consultant ses propres statistiques de fréquentation, sa diversité d'activités et son historique de fréquentation;
- Bâtir deux questionnaires : un adressé aux jeunes fréquentant ou non un organisme jeunesse afin de connaitre leurs habitudes et leurs motivations à fréquenter ou non un tel milieu et un pour les organismes jeunesses dans le but de comparer leur réalité avec celles du milieu jeunesse l'Accès;
- Faire parvenir les questionnaires à des cibles précises : maisons des jeunes, organismes membres de la Table d'action prévention jeunesse Québec-Centre, écoles secondaires, etc. ;
- Compiler et analyser les résultats obtenus afin d'en dégager des pistes d'action visant l'amélioration du milieu jeunesse l'Accès;
- Diffuser les résultats;
- Inviter les organismes partenaires à découvrir ou redécouvrir le milieu L'Accès lors d'une soirée portes ouvertes (invitation en annexe).

Section C
Présentation des résultats

QUESTIONNAIRE ADRESSÉ AUX JEUNES

Fonctionnement des questionnaires :

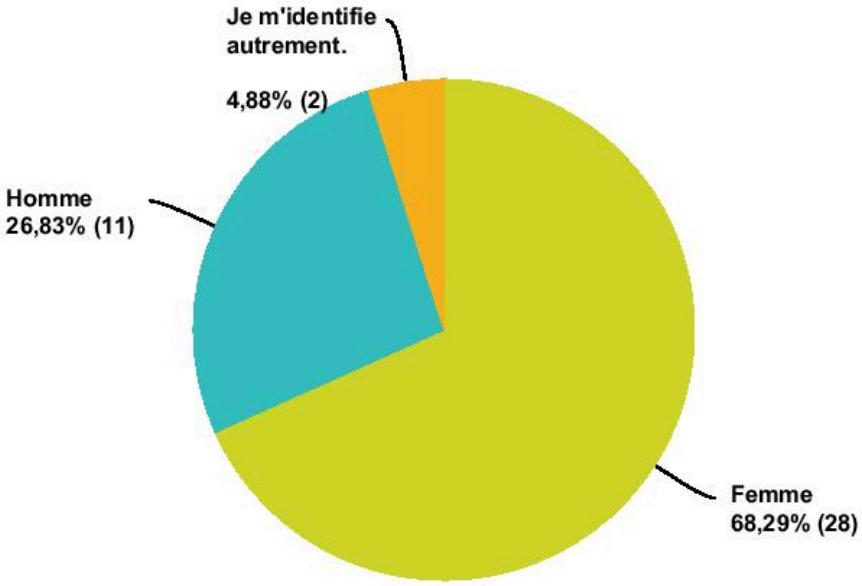
- Le questionnaire adressé aux jeunes totalise 41 répondants;

- Au dessus de chaque question est inscrit le nombre de personnes ayant répondu à la question. Chaque question devait être répondue individuellement afin d'accéder à la prochaine, à l'exception de certaines qui s'adressaient seulement à une partie des répondants;

- Vous retrouverez dans des encadrés quelques commentaires ajoutés par le Comité de relance relativement aux réponses obtenues.

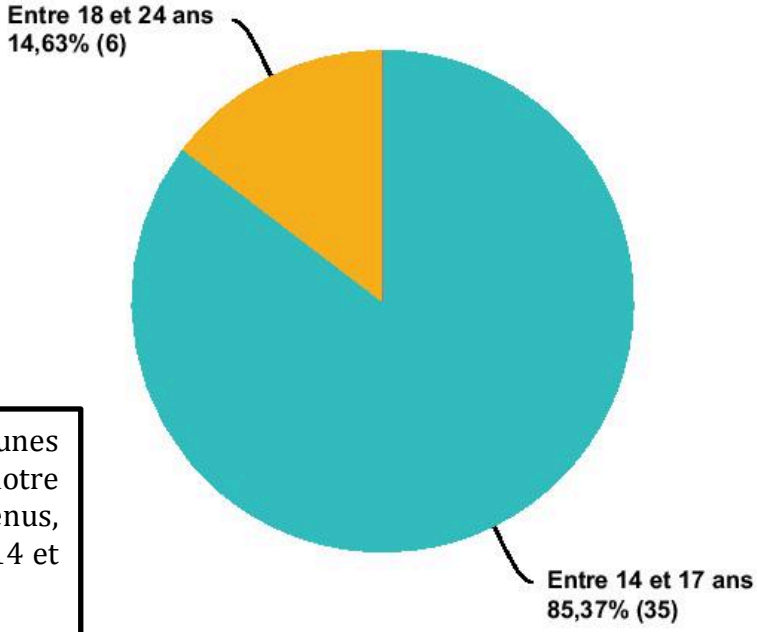
Q1 De quel sexe es-tu?

Réponses obtenues : 41 Question ignorée : 0



Q2 Quel âge as-tu?

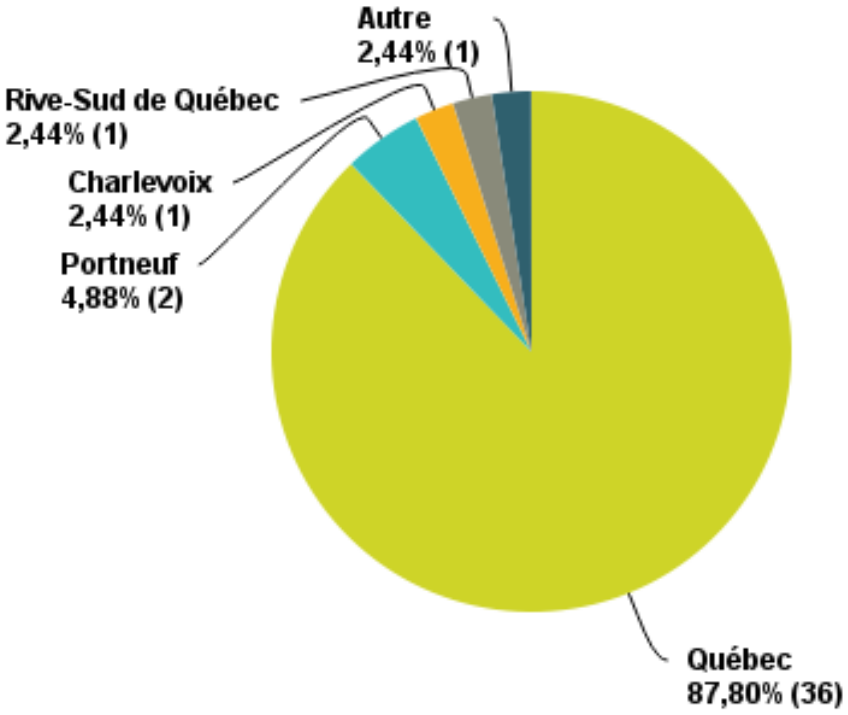
Réponses obtenues : 41 Question ignorée : 0



Seuls les jeunes correspondants à notre clientèle ont été retenus, soit des jeunes entre 14 et 24 ans.

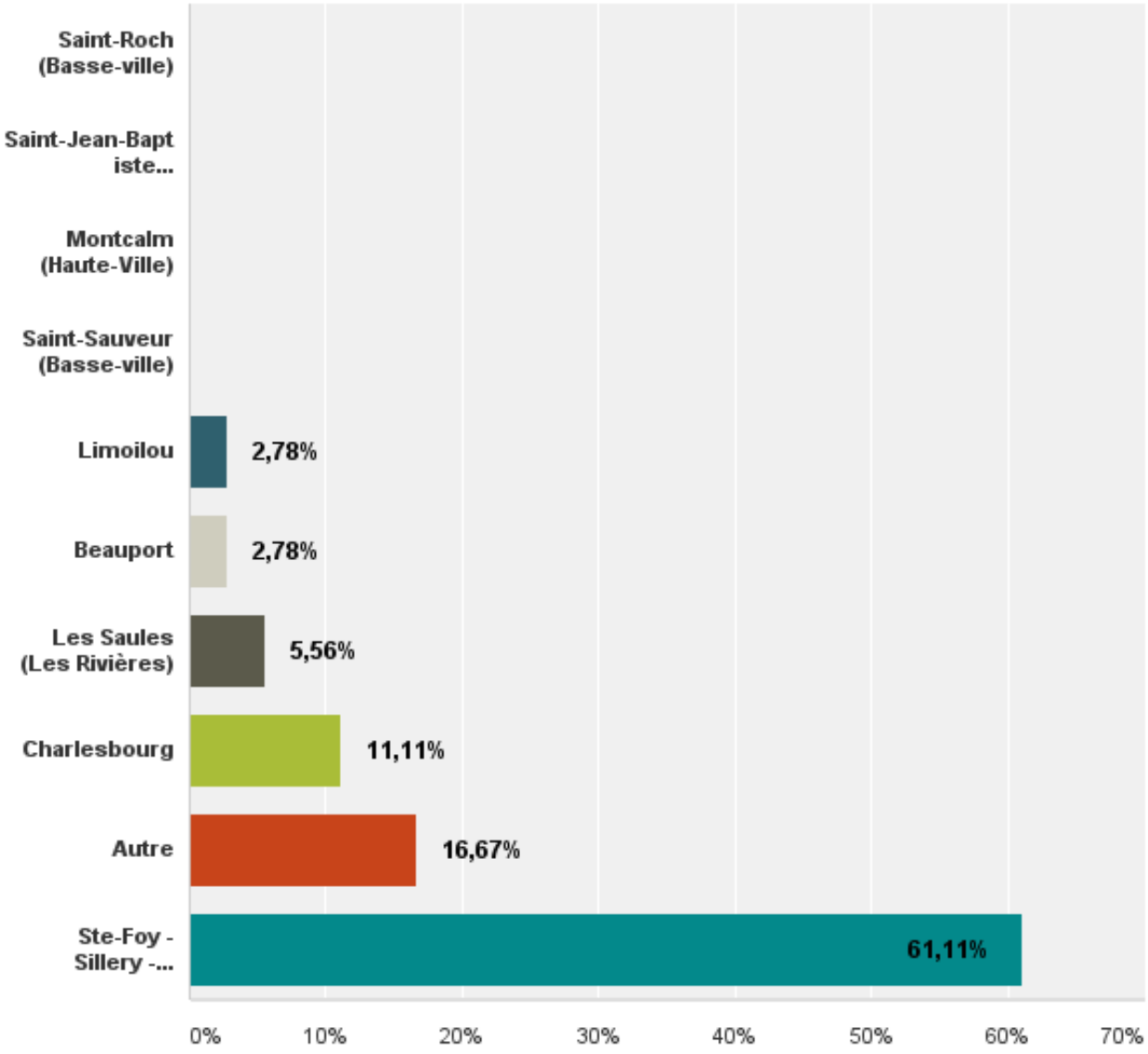
Q3 Où habites-tu?

Réponses obtenues : 41 Question ignorée : 0



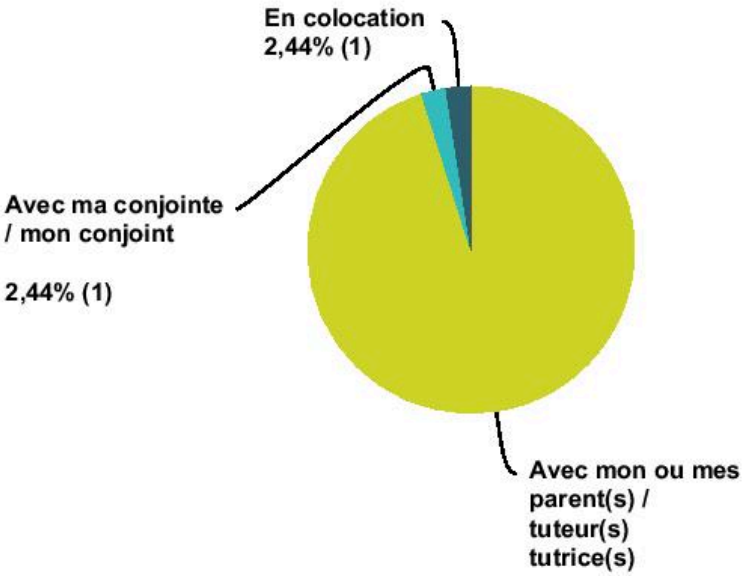
Q4 De quel quartier de Québec?

Réponses obtenues : 36 Question ignorée : 5



Q5 Avec qui habites-tu?

Réponses obtenues : 41 Question ignorée : 0



Q6 Dans le cas de tes pratiques d'activités culturelles, sportives ou de divertissement, qu'est-ce qui représente le mieux ta réalité?

Réponses obtenues : 41 Question ignorée : 0

	Jamais	Rarement	Parfois	Souvent	Très souvent	Total
Je fais ces activités avec ma famille...	**9,76%** 4	**29,27%** 12	**39,02%** 16	**17,07%** 7	**4,88%** 2	41
Je fais ces activités avec mes ami(e)s...	**0,00%** 0	**9,76%** 4	**21,95%** 9	**43,90%** 18	**24,39%** 10	41
Je fais ces activités avec mon milieu de vie (groupes/comités scolaires, maison des jeunes, organismes communautaires, etc.)...	**14,63%** 6	**26,83%** 11	**21,95%** 9	**21,95%** 9	**14,63%** 6	41
Je fais ces activités seul(e)...	**4,88%** 2	**19,51%** 8	**41,46%** 17	**17,07%** 7	**17,07%** 7	41

Q7 Parmi ces champs d'intérêts, identifie tes préférés (jusqu'à 5 choix).

Réponses obtenues : 41 Question ignorée : 0

Choix de réponses	Réponses	
Jeux vidéo	48,78%	20
Jeux de société	12,20%	5
Télévision et cinéma	80,49%	33
Lecture et littérature	58,54%	24
Arts et spectacles (ex: aller au musée, atelier de peinture, spectacle de musique)	51,22%	21
Environnement et science (ex.: visite de laboratoire, astronomie)	17,07%	7
Implication communautaire et bénévolat	26,83%	11
Découvertes culturelles et voyages	56,10%	23
Plein air (ex.: randonnée, camping, canot)	51,22%	21
Pratique de sports (ex.: soccer, hockey, baseball)	41,46%	17
Autre (peux-tu préciser?)	19,51%	8
Nombre total de participants : 41		

Les 5 champs d'intérêts et activités préférés des répondants sont, par ordre d'importance, la télévision et le cinéma, la lecture et la littérature, les découvertes culturelles et le voyage, le plein air ainsi que les arts et spectacles.

Q8 Quel énoncé parmi les suivants représente le mieux ta réalité?L'utilisation du crédit ne constitue pas un moyen d'achat dans les énoncés.La majorité du temps, les aliments pour me nourrir sont :

Réponses obtenues : 41 Question ignorée : 0

Choix de réponses	Réponses	
insuffisants ou proviennent régulièrement de banques alimentaires.	0,00%	0
insuffisants et les moyens financiers pour m'en acheter sont limités.	12,20%	5
suffisants et les moyens financiers pour m'en acheter sont disponibles.	53,66%	22
suffisants et peuvent être des produits plus coûteux ou provenir de restaurants.	34,15%	14
Total		**41**

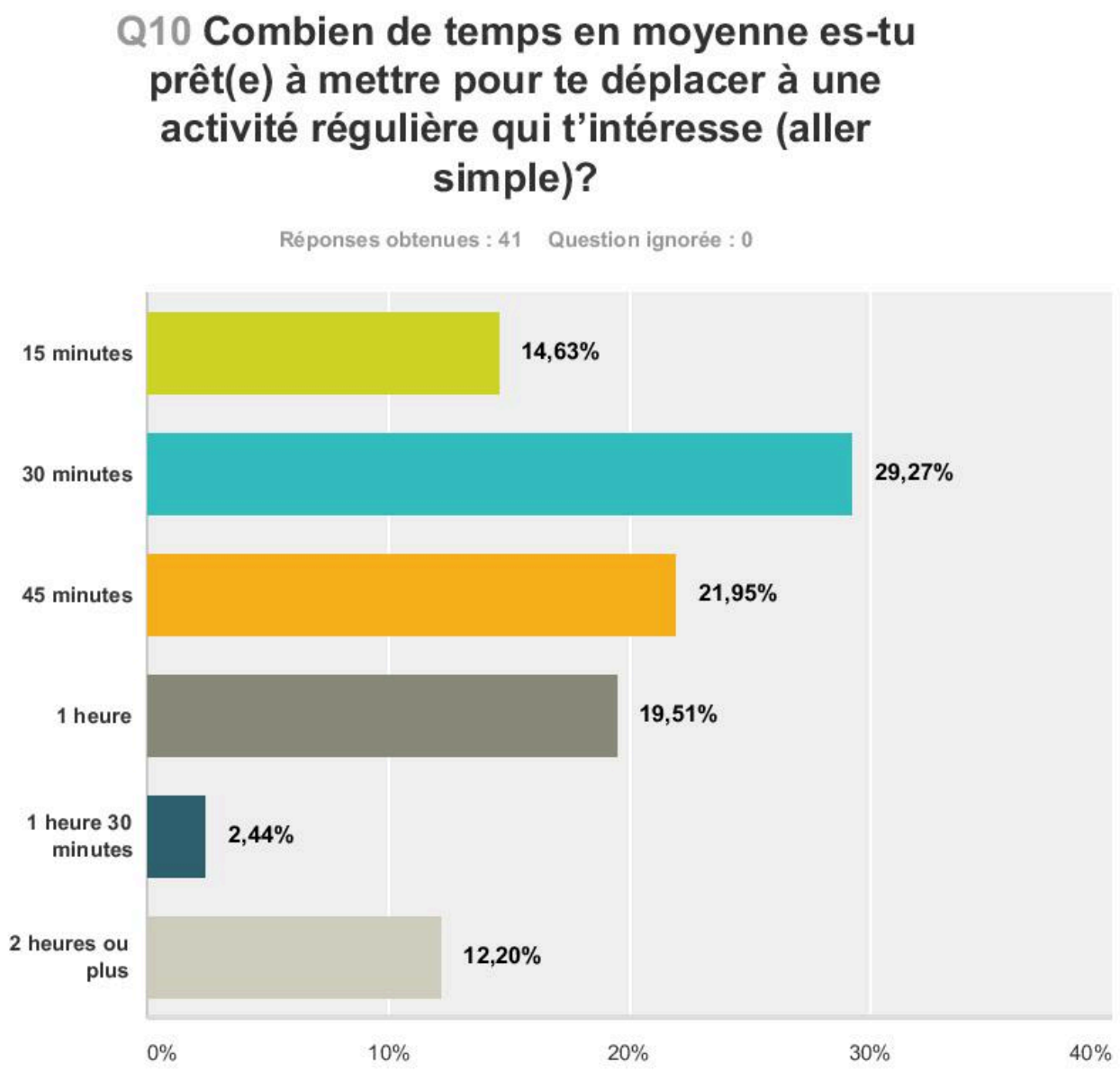
On peut constater qu'un total de 36 répondants sur 41 considèrent disposer d'assez de ressources financières pour pouvoir se nourrir convenablement.

Q9 Quel énoncé parmi les suivants représente le mieux ta réalité?L'utilisation du crédit ne constitue pas un moyen d'achat dans les énoncés.La majorité du temps, mes activités sont :

Réponses obtenues : 41 Question ignorée : 0

Choix de réponses	Réponses	
limitées sauf si elles sont gratuites, car je n'en ai pas les moyens.	2,44%	1
limitées sauf si elles sont gratuites ou à faibles coûts.	36,59%	15
régulières et à coûts modérés.	41,46%	17
régulières et leurs coûts ne m'empêche pas de les réaliser même s'ils sont élevés.	19,51%	8
Total		**41**

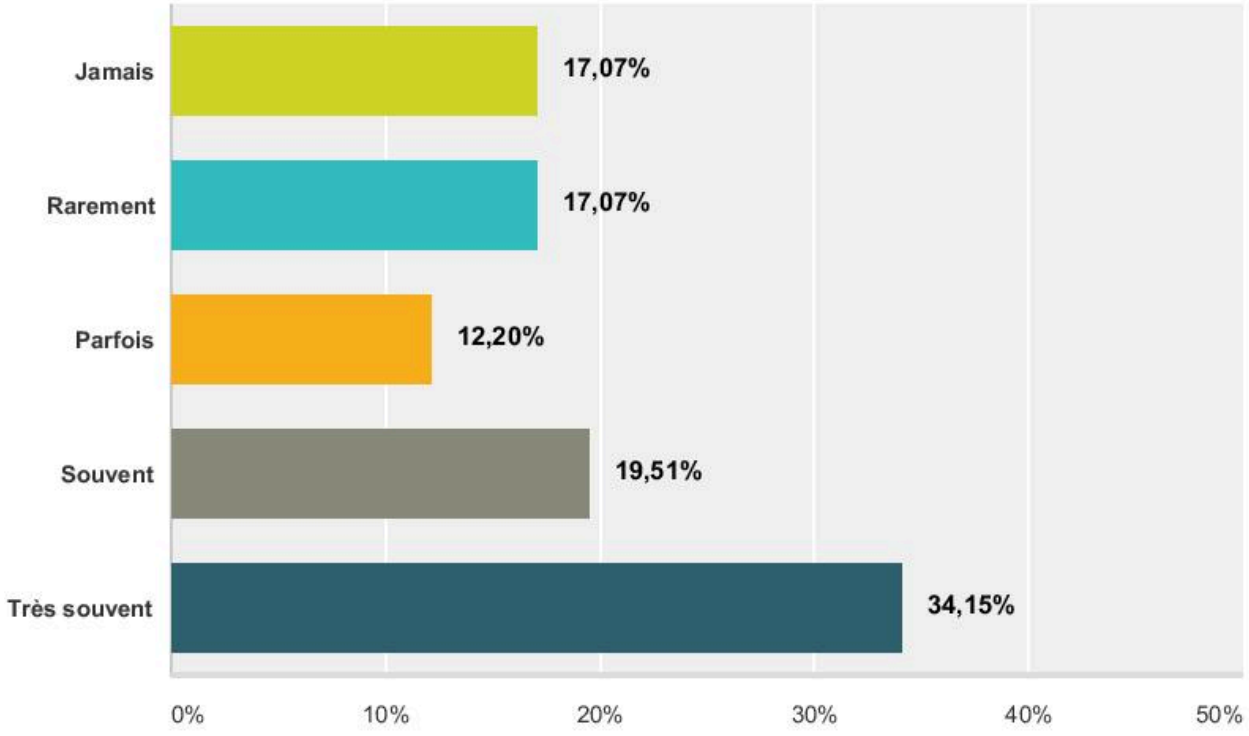
La majorité des répondants (total de 77,05%) disent faire des activités uniquement lorsqu'elles sont à faibles coûts ou à coûts modérés.



La majorité des répondants (total de 85,37%) est prête à effectuer au minimum 30 minutes de déplacement pour se rendre régulièrement à une activité jugée intéressante. On peut également constater que 34,15% des répondants sont prêts à y mettre 1h ou plus.

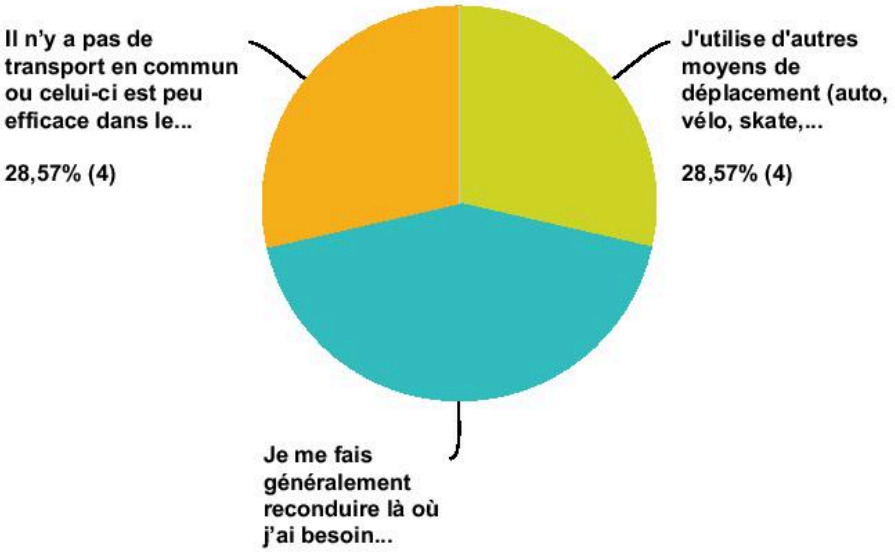
Q11 À quelle fréquence utilises-tu les transports en commun pour te rendre à une activité régulière qui t'intéresse?

Réponses obtenues : 41 Question ignorée : 0



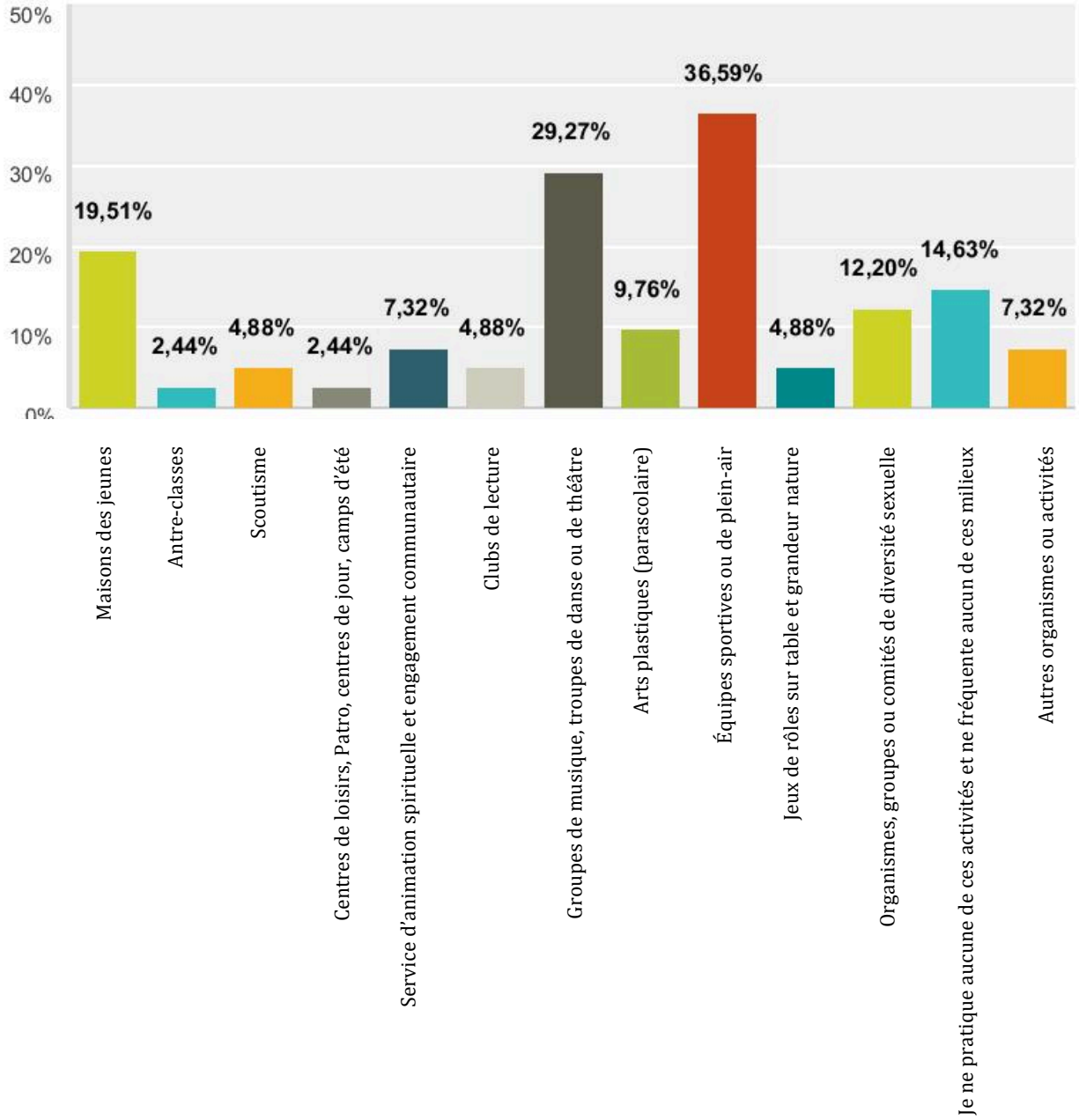
Q12 Si j'ai répondu jamais ou rarement, c'est principalement parce que :

Réponses obtenues : 14 Question ignorée : 27



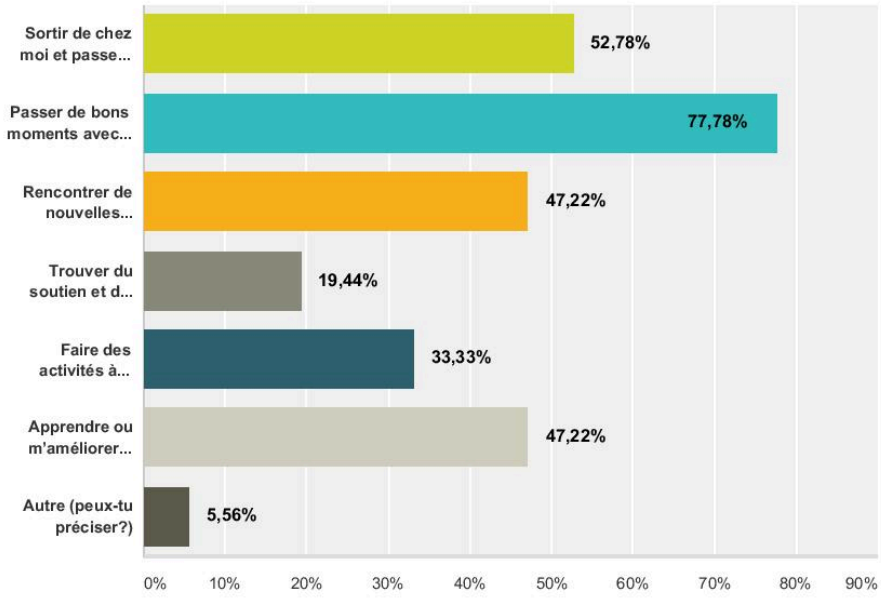
Q13 Parmi la liste suivante, quelle est la ou les activité(s) que tu pratiques et/ou le ou les milieu(x) que tu fréquentes?

Réponses obtenues : 41 Question ignorée : 0



Q14 Qu'est-ce qui motive ta pratique d'activités ou ta fréquentation de milieux (un choix ou plus)?

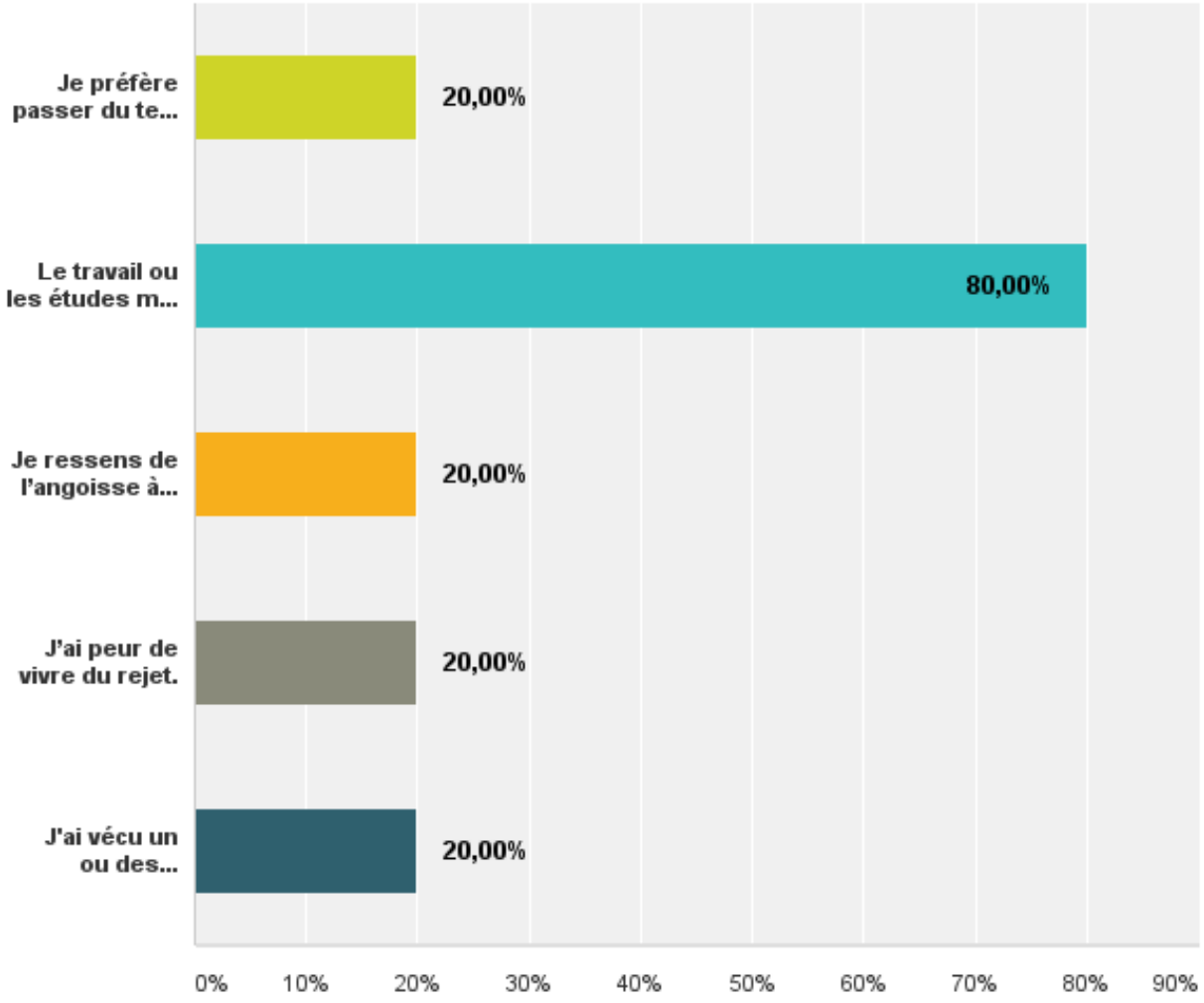
Réponses obtenues : 36 Question ignorée : 5



Choix de réponses	Réponses	
Sortir de chez moi et passer le temps	52,78%	19
Passer de bons moments avec des amis	77,78%	28
Rencontrer de nouvelles personnes	47,22%	17
Trouver du soutien et de l'écoute	19,44%	7
Faire des activités à moindres coûts	33,33%	12
Apprendre ou m'améliorer dans une discipline	47,22%	17
Autre (peux-tu préciser?)	5,56%	2
Nombre total de participants : 36		

Q15 Pour quelle(s) raison(s) ne fais-tu aucune de ces activités et ne fréquentes-tu aucun de ces milieux?

Réponses obtenues : 5 Question ignorée : 36



Section C (suite)
Présentation des résultats

QUESTIONNAIRE ADRESSÉ AUX ORGANISMES JEUNESSE

- Le questionnaire adressé aux organismes jeunesse totalise 35 répondants;

- Au dessus de chaque question est inscrit le nombre d'organismes ayant répondu à la question. Chaque question devait être répondue individuellement afin d'accéder à la prochaine, à l'exception de certaines qui s'adressaient seulement à une partie des répondants;

- Vous retrouverez dans des encadrés quelques commentaires ajoutés par le Comité de relance relativement aux réponses obtenues.

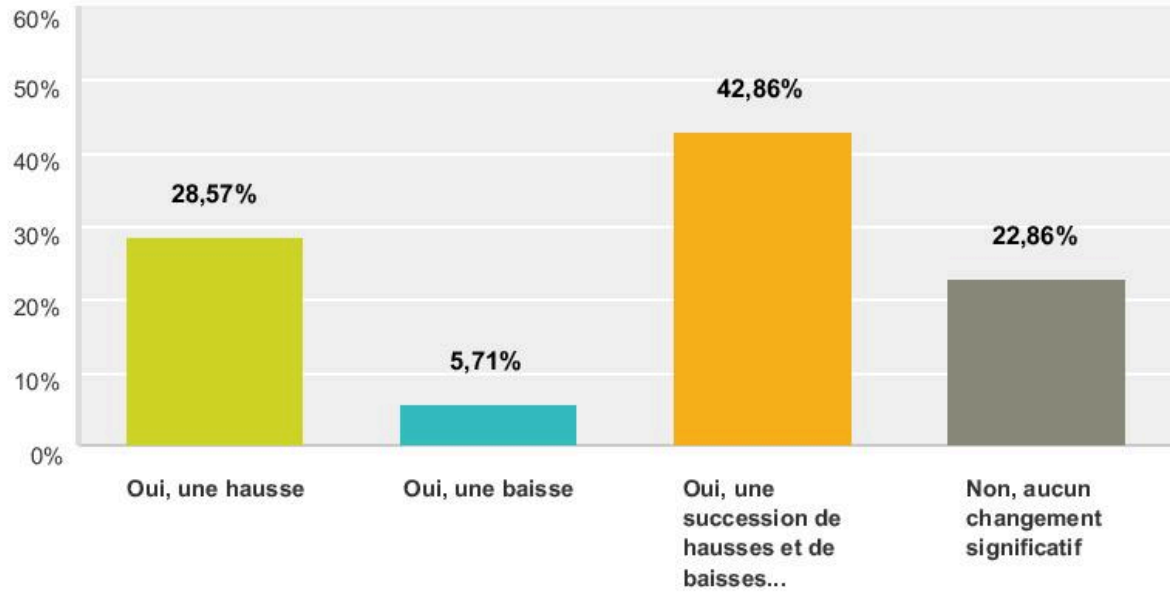
Q2 Parmi les choix suivants, lequel représente la programmation de votre organisme?

Réponses obtenues : 35 Question ignorée : 0

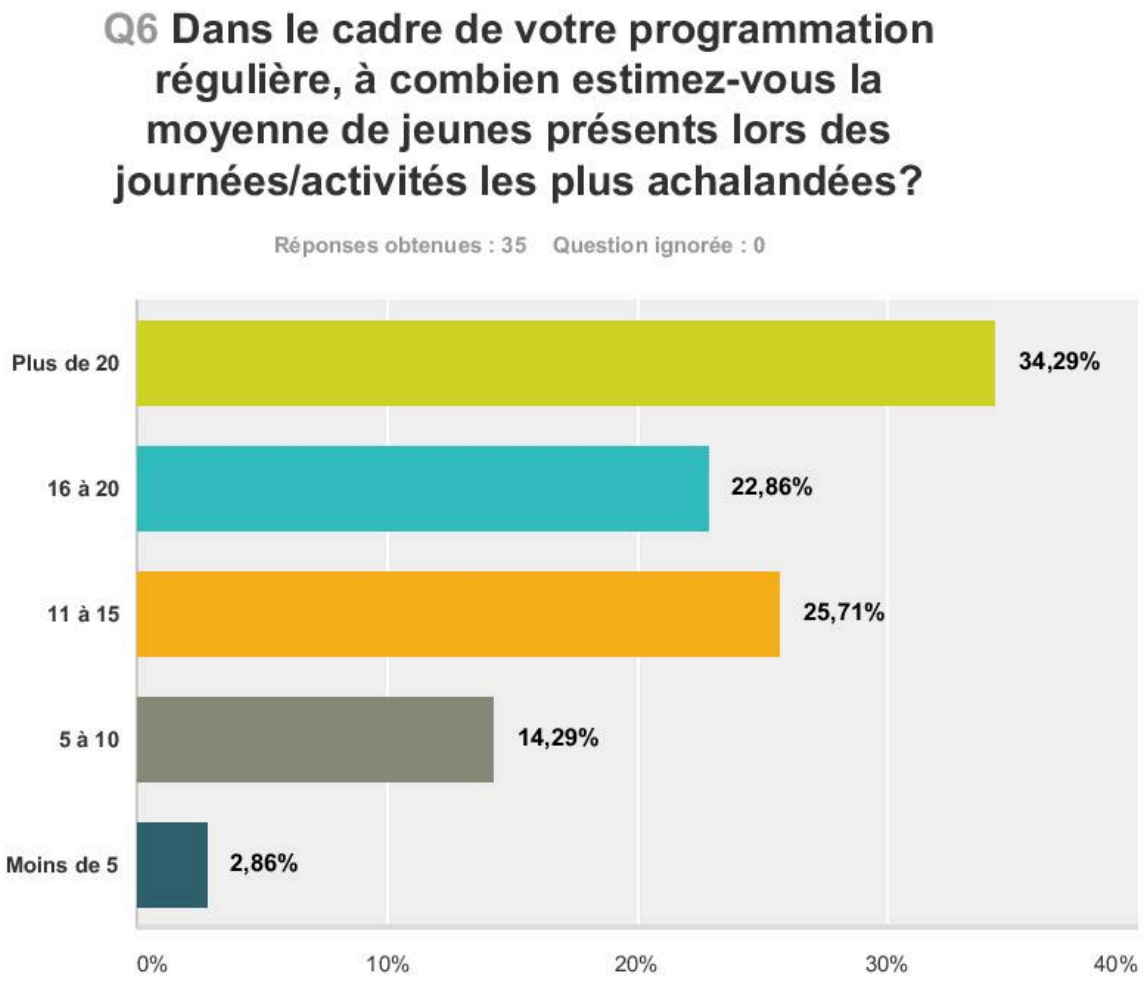
Choix de réponses	Réponses
une programmation proposant presque uniquement des activités hebdomadaires et récurrentes (ex.: cours de chant, club sportif, scoutisme, groupe de passage du primaire au secondaire);	5,71% 2
une programmation proposant presque uniquement des activités ponctuelles (ex.: programmation d'une maison de jeunes);	51,43% 18
une programmation incluant ces deux types.	42,86% 15
Total	**35**

Q4 Au cours des trois dernières années, avez-vous observé un changement significatif de la fréquentation des jeunes à votre organisme?

Réponses obtenues : 35 Question ignorée : 0



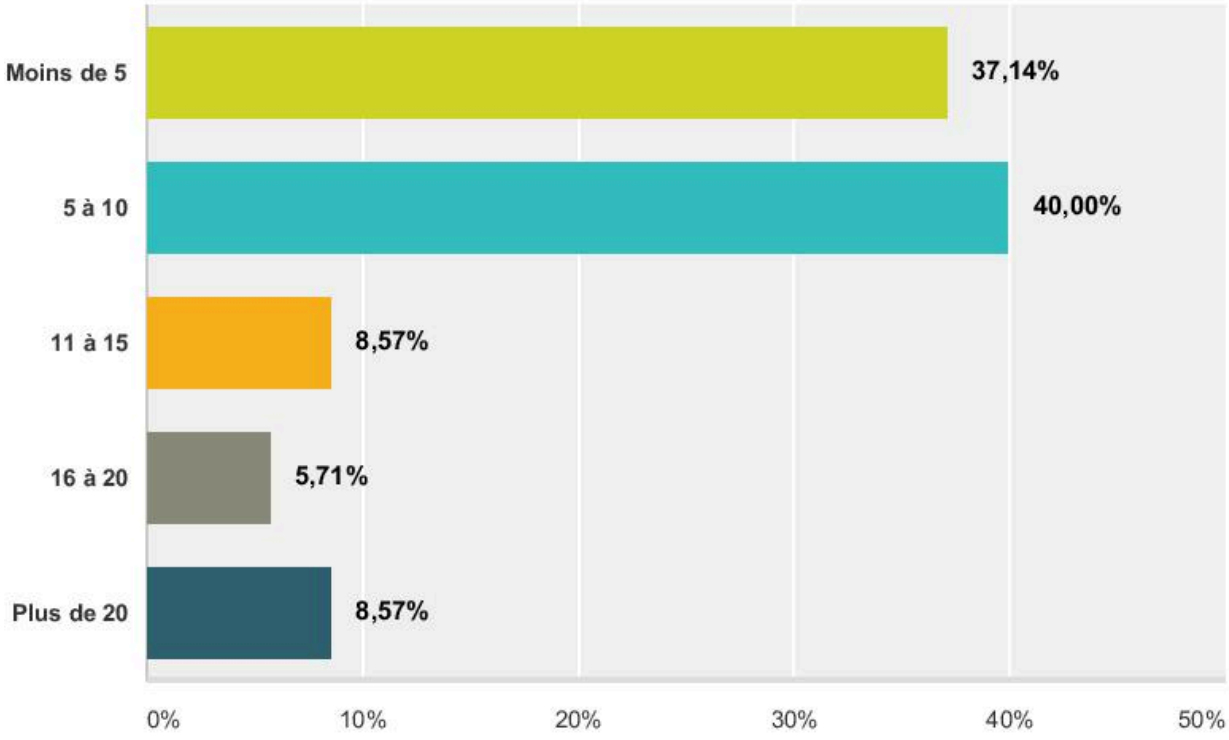
Au cours des trois dernières années, un total de 77,14% des répondants a vécu des changements dans la fréquentation de leur organisme, alors que 22,86% n'a vécu aucun changement significatif durant cette même période.



La majorité (total de 57,15%) des répondants ont plus de 15 jeunes présents lors de leurs activités les plus achalandées.

Q7 Dans le cadre de votre programmation régulière, à combien estimez-vous la moyenne de jeunes présents lors des journées/activités les moins achalandées?

Réponses obtenues : 35 Question ignorée : 0



La majorité (total de 77,14%) des répondants ont moins de 10 jeunes présents lors de leurs activités les moins achalandées.

Q9 Quel énoncé, concernant la fidélité de la fréquentation des jeunes à votre organisme, vous semble le plus représentatif?

Réponses obtenues : 35 Question ignorée : 0

Choix de réponses	Réponses	
La majorité des jeunes y viennent depuis 3 ans et plus.	**14,29%**	5
La majorité des jeunes y viennent depuis 2 à 3 ans.	**17,14%**	6
La majorité des jeunes y viennent depuis 1 à 2 ans.	**40,00%**	14
La majorité des jeunes y viennent depuis 0 à 1 an.	**28,57%**	10
Total		**35**

Pour 68,57% des organismes répondants, la majorité des jeunes les fréquentent depuis 2 ans et moins.

Q8 À quelle fréquence avez-vous ...

Réponses obtenues : 35 Question ignorée : 0

	Jamais	Rarement	Occasionnellement	Régulièrement	Souvent	Total
une journée/activité achalandée?	**2,86%** 1	**0,00%** 0	**28,57%** 10	**57,14%** 20	**11,43%** 4	35
une journée/activité peu achalandée?	**2,86%** 1	**17,14%** 6	**51,43%** 18	**28,57%** 10	**0,00%** 0	35

On peut constater qu'un total de 85,71% des répondants connait des journées/activités achalandées occasionnellement ou régulièrement, ce qui correspond pour la majorité d'entre eux à plus de 15 jeunes présents.

Or, le constat inverse peut aussi être observé : 80% des répondants connait des journées/activités peu achalandées occasionnellement ou régulièrement, ce qui correspond à moins de 10 jeunes présents.

Q10 Quel énoncé, concernant la distance entre le lieu de résidence des jeunes et votre organisme, vous semble le plus représentatif?

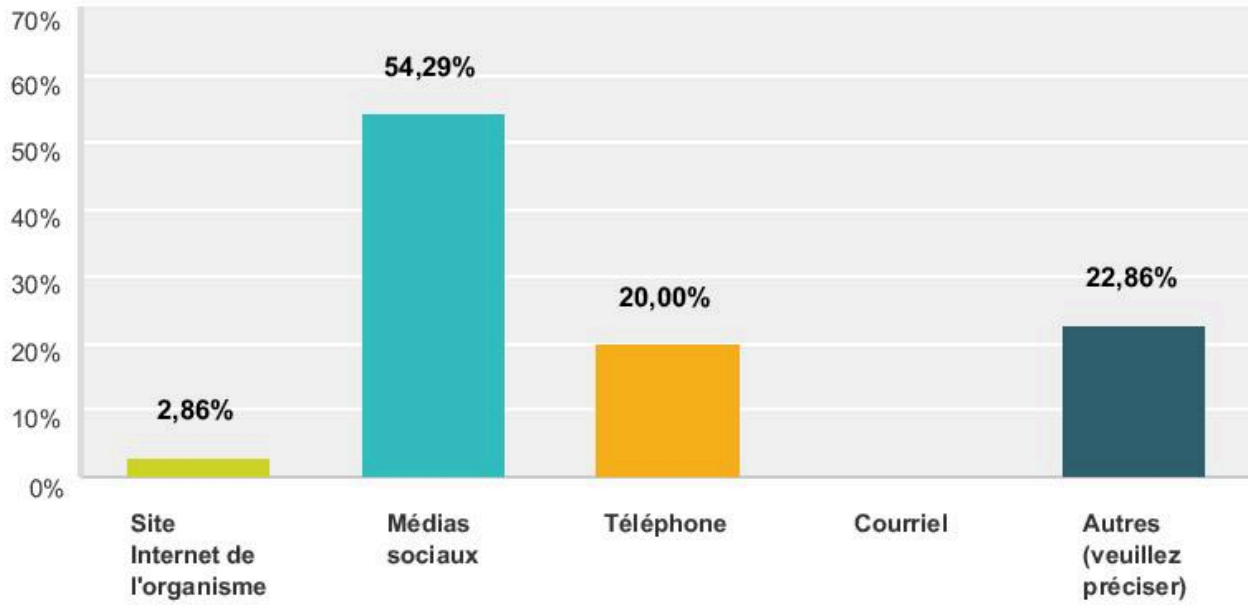
Réponses obtenues : 35 Question ignorée : 0

Choix de réponses	Réponses	
La majorité des jeunes proviennent du quartier où se situe votre organisme.	48,57%	17
La majorité des jeunes proviennent de quartiers avoisinants.	40,00%	14
La majorité des jeunes proviennent de quartiers éloignés.	11,43%	4
Total		35

Pour 88,57% des organismes, les jeunes les fréquentant proviennent du même quartier ou des quartiers avoisinants.

Q11 Selon vous, quelle est la façon la plus efficace de communiquer avec les jeunes fréquentant, ou étant susceptibles de fréquenter votre organisme?

Réponses obtenues : 35 Question ignorée : 0



Les autres réponses à préciser (22,86%) sont présentées dans la section Analyse à la page 28.

Q12 Parmi ces champs d'intérêts, quels sont les cinq qui suscitent le plus de participation de votre clientèle?

Réponses obtenues : 35 Question ignorée : 0

Choix de réponses	Réponses	
Jeux vidéo	**45,71%**	16
Jeux de société	**51,43%**	18
Télévision et cinéma	**40,00%**	14
Lecture et littérature	**5,71%**	2
Arts et spectacles (ex.: aller au musée, atelier de peinture, spectacle de musique)	**31,43%**	11
Environnement et science (ex.: visite de laboratoire, astronomie)	**2,86%**	1
Implication communautaire et bénévolat	**57,14%**	20
Activités de sensibilisation (ex.: conférences, témoignages, jeux d'apprentissage)	**51,43%**	18
Découvertes culturelles et voyages	**28,57%**	10
Activités culinaires	**65,71%**	23
Plein air (ex.: randonnée, camping, canot)	**20,00%**	7
Pratique de sports (ex.: soccer, hockey, baseball)	**65,71%**	23
Autres (veuillez préciser)	**34,29%**	12
Nombre total de participants : 35		

Les 5 activités suscitant le plus de participation sont, en ordre d'importance, le plein air, la pratique de sport, les activités de sensibilisation, l'implication communautaire et bénévolat et les jeux de société.

Q13 Quels moyens utilisez-vous pour donner de la visibilité à votre organisme (un choix ou plus)?

Réponses obtenues : 35 Question ignorée : 0

Choix de réponses	Réponses	
Présentations par un représentant (en classe ou kiosques)	74,29%	26
Affichage gratuit dans les lieux publics	42,86%	15
Affichage payant dans les lieux publics	5,71%	2
Publicités dans les médias traditionnels (radio, télé, journaux, magazines)	31,43%	11
Publicités dans les nouveaux médias (médias sociaux et sites Internet)	68,57%	24
Aucun de ces moyens	8,57%	3
Partenariats avec d'autres organismes ou écoles (décrivez le partenariat)	62,86%	22
Nombre total de participants : 35		

Les 4 stratégies de visibilité les plus utilisées par les organismes sont les partenariats sous forme de présentations en classe ou de kiosques, les partenariats avec d'autres organismes et autres milieux, la publicité dans les nouveaux médias et l'affichage gratuit.

Il est constaté que les écoles sont souvent mentionnées dans les moyens utilisés, notamment dans l'affichage gratuit, les présentations en classe et les kiosques.

Les autres réponses mentionnées sont présentées dans la section Analyse à la page 27.

Q14 Quelles sont vos stratégies de rétention des jeunes?

Réponses obtenues : 35 Question ignorée : 0

Choix de réponses	Réponses	
Diversification/adaptation des activités proposées aux besoins des jeunes	45,71%	16
Programme de reconnaissance de l'assiduité des jeunes	2,86%	1
Mesures d'empowerment (ex: impliquer les jeunes dans l'élaboration des activités)	28,57%	10
Autres (veuillez préciser)	22,86%	8
Total		**35**

Les autres réponses mentionnées sont présentées dans la section Analyse à la page 26.

Section D
Analyse des résultats

Suite aux résultats présentés dans la section C du document, quelques éléments seront mis en évidence. Ils ont été regroupés sous cinq thèmes différents : les caractéristiques des jeunes; la réalité de ceux-ci; leurs préférences et intérêts; le recrutement et la rétention ainsi que la fluctuation de fréquentation.

Chaque partie d'analyse fait référence à des questions précises. Pour savoir à quelles questions le texte fait référence, il suffit de regarder le « # » au début du paragraphe. «J» représente le questionnaire jeunesse et le «O» représente celui des organismes.

Caractéristiques des jeunes

Profil
(#J1 #J2 #J3 #J4 #J5)

Afin de déterminer quels types de jeunes ont répondu au questionnaire, voici un résumé de leurs caractéristiques :

- des jeunes femmes (68,29%);
- des personnes âgées entre 14 et 17 ans (85,37%);
- de personnes qui habitent la ville de Québec (87,80%);
- des personnes qui habitant le secteur de Ste-Foy-Sillery (61,11%);
- des personnes qui habitent avec leurs parents ou tuteurs légaux (95,12%).

Transport
(#J10 #J11 #J12)

Tout d'abord, il est pertinent d'élaborer sur les habitudes de déplacements des jeunes. En effet, il est constaté par les organismes que les jeunes qui les fréquentent proviennent à forte majorité des quartiers avoisinants. Par ailleurs, certains jeunes se déplacent sur de longues distances. En effet, 34,13% des jeunes ont mentionné être prêts à effectuer un déplacement de 1 heure ou plus pour se rendre régulièrement à une activité qui les intéressent. Il est donc possible d'interpeler des jeunes qui vivent à l'extérieur des quartiers avoisinants.

Une des hypothèses serait que si un organisme jeunesse ne répond pas aux besoins d'un jeune, ce jeune pourrait décider d'aller vers un organisme plus éloigné. Bien qu'il soit irréaliste de répondre à tous les besoins d'une population, il est tout de même pertinent de savoir à quels besoins notre organisme est en mesure de répondre.

Pistes d'action : questionner les jeunes ne fréquentant pas l'organisme afin de cibler leurs besoins, par exemple lors d'un kiosque dans une école.

Réalité des jeunes
(#J8 #J9 #J14)

Plusieurs questions portent sur les moyens financiers des jeunes. Ces questions permettent d'apprécier la capacité financière de ceux-ci à participer ou non aux activités faisant partie d'une programmation régulière.

Il semble que même si la majorité des répondants (total de 87,81%) considère ne pas avoir de difficulté à se nourrir, une grande majorité d'entre eux (total de 80,49%) doit se limiter dans sa pratique d'activités. D'ailleurs, pour 33,33% des répondants, le faible coût des activités proposées devient leur motivation première à fréquenter les milieux jeunesse.

Pistes d'action : pour contrer cette limitation, il est possible d'impliquer les jeunes dans un système d'autofinancement leur permettant d'accumuler de l'argent servant uniquement à la participation aux activités.

Préférences et intérêts
(#J7 #O12)

En ce qui concerne les champs d'intérêts des jeunes versus les activités qui suscitent le plus de participation dans les organismes, une question similaire a été posée dans chacun des questionnaires (questionnaire jeunesse versus questionnaire organismes) et des différences significatives ont été observées. En effet, deux différences de perception des intérêts des jeunes par les organismes ont été observées (voir Tableau 1 en annexe).

La première est nommée *surestimation de l'intérêt*. Celle-ci est présente lorsque les organismes ont mentionné beaucoup de participation des jeunes dans les milieux pour une activité alors que les jeunes y ont révélé peu d'intérêt lorsque confrontés à la même question. C'est le cas des activités telles que les jeux de société, l'implication communautaire et le bénévolat ainsi que la pratique de sports. Qu'est-ce qui pourrait expliquer cette différence?

Certains biais sont présents dans les questions qui peuvent expliquer cet écart. En effet, la question adressée aux organismes recense uniquement les préférences des jeunes fréquentant leurs milieux. Le questionnaire adressé aux jeunes inclut des personnes ne fréquentant aucun milieu jeunesse. Alors, comment les organismes peuvent-ils utiliser les réponses aux question #O12 et #J7? La question #O12 est hautement révélatrice des préférences des jeunes en termes de pratique d'activités dans les milieux jeunesse. Par contre, la question #J7 peut être tout aussi pertinente pour ajouter de nouvelles activités à la programmation d'un organisme jeunesse. Par exemple, engager des discussions, choisir un thème pour une activité, choisir des questions pour un quiz, participer à un évènement social ou culturel en lien avec les intérêts des jeunes, etc.

La deuxième différence de perception est nommée *sous-estimation de l'intérêt*. Celle-ci est présente lorsque les jeunes ont mentionné un grand intérêt pour une activité dans leur questionnaire alors que la participation rapportée par les organismes, pour cette même activité, est moindre. C'est le cas de la lecture et littérature, de la télévision et du cinéma ainsi que des arts et spectacles.

Cependant, il est possible de se demander si la question adressée aux jeunes à été perçue de façon plus générale, sans tenir compte d'un contexte précis. Ils auraient donc mentionné leur intérêt autant pour les activités réalisées seuls qu'en groupe, alors que les organismes répondaient à la question selon le contexte de pratique dans un milieu jeunesse. On peut donc conclure que certaines activités suscitent beaucoup d'intérêt pour les jeunes, mais ceux-ci ne semblent pas nécessairement intéressés à les réaliser dans le cadre d'une activité de groupe.

Recrutement et rétention
(#O9 #O15 #J16)

La question #O9 révèle que la majorité (total de 68,57%) de la clientèle des organismes jeunesse les fréquente depuis 2 ans et moins. Les organismes doivent donc constamment faire du recrutement et travailler sur la rétention de leurs jeunes pour ne pas vivre de baisse d'achalandage. Selon les réponses obtenues, les stratégies de rétention les plus utilisées sont la diversification et l'adaptation des activités proposées aux besoins des jeunes ainsi que l'utilisation de mesures d'empowerment.

À la question #O15, plusieurs autres moyens de rétention et de recrutement ont été mentionnés. Voici les plus populaires :

- La diminution de l'âge minimum lors d'activités spéciales;
- La création d'un programme de reconnaissance et récompenses;
- L'adaptation des services offerts pour mieux combler les besoins et préférences de la clientèle;
- La mise sur pied de projets d'envergures (par exemple un voyage).

Recc. établir un projet d'envergure

Les autres réponses se retrouvent en annexe à la page p. 31.

#J16 Afin d'avoir des pistes d'action pour améliorer les services offerts aux jeunes, ils ont été questionnés sur ce qui aurait amélioré leur expérience dans un milieu jeunesse et qui les garderait investis. Ce qu'ils ont exprimé a été synthétisé comme suit :

- Rencontrer plus de nouvelles personnes;
- Être avec plus d'amis;
- De l'ouverture;
- Une ambiance plus amusante;
- Être mieux intégré dans le groupe;
- Plus d'organisation dans les activités.

Faire des activité de connaissances des autres plus régulièrement

Voici quelques pistes d'action en réponse à ces besoins exprimés :

- Accueillir formellement les nouveaux de façon individuellement;
- Inclure dans la programmation des activités propices à ce que les sous-groupes de jeunes se mélangent;
- Promouvoir le respect de la diversité, l'ouverture et l'inclusion dans le Code de vie du milieu et intervenir systématiquement lorsque ceux-ci ne sont pas respectés;
- Valoriser la participation des jeunes à la planification de la programmation et des activités;
- Encourager les jeunes à contribuer au processus de recrutement en invitant leurs amis ne fréquentant aucun milieu jeunesse.

Organiser une soirée annuelle des alliés
Ou des amis des jeunes.

Visibilité
(#O13)

Si la rétention est un moyen d'assurer une constance dans l'achalandage, la visibilité permet, elle, d'élargir le nombre potentiel de jeunes. Par contre, la réalité des milieux peut rendre complexe l'instauration de moyens de visibilité efficaces en raison des limites financières ou de ressources humaines. Parmi les choix mentionnés à la #O13, la présence dans les écoles semble être la façon la plus populaire de rejoindre les jeunes. Cette présence prend plusieurs formes qui seront décrites ci-dessous.

Note : étant donné que la question comprend à la fois une partie à choix de réponses et une à développement, les résultats présentés tiennent compte des deux à la fois.

Les différentes façons de collaborer avec les écoles mentionnées :

- Ateliers et kiosques;
- Présentations en classe dans les écoles primaires et secondaires;
- Distribution de dépliants;
- Références par les intervenants inter-écoles;
- Affichage gratuit.

Autres moyens mentionnés, en ordre croissant de popularité :

- Publicité dans les nouveaux médias;
- Publicité dans les médias traditionnels;
- L'affichage gratuit (dans les organismes et CLSC);
- Présences dans la communauté;
- Affichage payant dans les lieux publics;
- Portes ouvertes.

La communication
(#O11)

En matière de communication avec leur clientèle actuelle et potentielle, voici les principales pratiques rapportées par les répondants des organismes jeunesse. Elles ont été regroupées en trois catégories.

Dans un but de diffusion simple de l'information :
- Intercom (1);
- Bouche-à-oreille (1);
- Affichage (2);
- Site web (2).

Dans le but d'interagir personnellement avec chacun des jeunes :
- Téléphone (8);
- Intervenant externe (1).

Dans le but de pouvoir diffuser de l'information et interagir avec les jeunes (communication hybride) :
- Courriel (1);
- Médias sociaux (19);
- En personne (4).

Il est intéressant de noter que l'utilisation des moyens de communication hybrides est privilégiée par 24 répondants sur 35. En effet, cette façon de faire a comme avantage de rejoindre un plus grand nombre de personnes et cela de différentes manières.

Fluctuation de fréquentation
(#O4)

Cette partie aborde le cœur de cette étude, soit les possibles changements dans la fréquentation des milieux jeunesse. En effet, un total de 77,14% des organismes répondants mentionnent avoir vécu un ou des changements dans l'achalandage au cours des trois dernières années. Ce qui sera analysé est en particulier la perception des organismes sur les raisons de la fluctuation d'achalandage.

#O5 Les réponses obtenues de la part des organismes pour cette question peuvent parfois être difficiles à interpréter puisque celles-ci dépendent de la nature des changements vécus. Comme par exemple, une hausse ou une baisse d'achalandage peut être provoquée par un même facteur, comme la modification des heures d'ouverture.

Parmi les facteurs nommés, les plus souvent mentionnés sont: l'école, l'âge, l'individualisme, les besoins changeants de la clientèle et le roulement du personnel. Ceux-ci sont détaillés et regroupés ci-dessous :

Les facteurs externes sont ceux sur lesquels les organismes n'ont pas de contrôle :

- Écoles : temps dédié aux études, calendrier scolaire (7)
  Les organismes mentionnent que le temps dédié aux études peut influencer la fréquentation de leur organisme. Les jeunes le mentionnent également à la question #J15. Finalement, le calendrier scolaire fait référence aux hausses et baisses saisonnières et ponctuelles.

- Changements dans les besoins et les réalités des jeunes (12)
  Il s'agit des changements dans le mode de vie, les tendances plus individualistes, l'influence des technologies de communication, etc.

- Vieillissement de la clientèle (5)
  Le fait d'avancer en âge et de franchir l'âge minimal ou maximal de fréquentation d'un milieu donné.

Les facteurs internes sont ceux sur lesquels les organismes peuvent avoir un contrôle :

- Mouvement de personnel (7)
  Le roulement du personnel, ou au contraire sa stabilité, peut favoriser ou non le sentiment d'appartenance des jeunes à leur milieu. Il en va de même pour les diverses influences qu'a ce mouvement de personnel sur la qualité de la programmation, les liens de confiance entre jeunes et intervenants, etc.

- Connaissance du milieu dans la communauté (15)
  Malgré la volonté de faire de la promotion selon leurs moyens, les organismes jeunesse semblent opter plus souvent qu'autrement pour une promotion de proximité comme, par exemple, le contact direct, la présence dans les écoles, le partenariat avec les ressources du milieu, etc.

Annexes

Annexe 1 Tableau 1

Résumé des réponses obtenues à la question #O12 et la question #J7

Choix de réponse	Réponse des organismes (%)	Réponse des jeunes (%)
Jeux vidéo	45,71	48,78
Jeux de société	51,53	12,20
Télévision et cinéma	40,00	80,49
Lecture et littérature	5,71	58,54
Arts et spectacles	31,43	51,22
Environnement et science	2,86	17,07
Implication communautaire et bénévolat	57,14	26,83
Découvertes culturelles et voyages	28,57	56,10
Plein air	20,00	51,22
Pratique de sports	65,71	41,46

Gris foncé : *La surestimation de l'intérêt*
Gris pâle : *La sous-estimation de l'intérêt*

Annexe 2

Q15 Quel(s) moyen(s) n'ayant pas été mentionné(s) précédemment avez-vous mis de l'avant pour maintenir ou augmenter la fréquentation des jeunes à votre organisme (ex.: créer un nouveau service pour les plus jeunes)?

Réponses obtenues : 23 Question ignorée : 12

#	Réponses	Date
1	La cantine	12/12/2015 20:09
2	pm 10-12 ans . Maintenir les heures d' ouverture malgré les coupure.Nous essayons le plus possible de ne pas pénaliser les jeunes	24/09/2015 15:59
3	Nous acceptons dorénavant les 11 ans lors des jeudis soirs, mais nous remarquons que les baisses de clientèle cyclique s'expliquent souvent par le départ d'un animateur...	23/09/2015 15:55
4	Notre organisme n'a pas la même réalité que les autres. On n'a pas de milieu de vie où on doit attirer les jeunes. On travaille dans les écoles.	23/09/2015 10:39
5	mise en place programme de reconnaissance VIP/ privilège pour les membres selon leur catégorie de membre et leur implication	23/09/2015 08:25
6	Cela fait plus de 20 ans que nous accueillons des jeunes de 4ième à 6 ième année le midi et cela nous aide pour le recrutement	22/09/2015 21:59
7	c'est leur local, il y laisse leur marque par les décisions et la décoration.	22/09/2015 15:45
8	Offrir les petits déjeuners gratuits. Avoir toujours à leur disposition Internet et musique, table de babyfoot, instruments de musique.	22/09/2015 10:41
9	Présentation du milieux et de différentes activités dans les écoles et autres organismes	21/09/2015 14:30
10	Système de récompense	21/09/2015 07:57
11	Création de nouveaux services: d'aide aux devoirs, ateliers culinaires, psychomotricité 0-5 ans, projets de voyages pour les ados, fêtes d'enfants animées, etc.	18/09/2015 11:40
12	Participation à des concours Création d'un sentiment d'appartenance	18/09/2015 09:56
13	animation 3d, brigade engagés etc.	18/09/2015 09:23
14	portes ouvertes	18/09/2015 09:12
15	voyage, projet avec sentiment d'appartenance élevée, murale avec signature de tous les jeunes, etc...	08/09/2015 15:32
16	Distribution de coupons avec notre horaire et une gratuité s'ils se présentent à la MDJ (Mr Freeze) dans les parcs avoisinant. Sondage informatif auprès des parents des jeunes de 11-12 ans. Nous sommes aussi à réfléchir à une sorte de campagne publicitaire.	18/08/2015 13:10
17	-Avoir un animateur-intervenant à temps plein, tout le temps sur le plancher. Ça donne de la stabilité et ça créer des liens avec les jeunes. - Systeme de transport (mini-bus) pour aller chercher les jeunes dans les secteurs résidentiels (Neuville est sur 25 km de long!!) - Projet 10-11 - à venir : camp d'ados et peut-être CJS l'été	17/08/2015 12:25
18	Nos services offre au jeunes une présence dans un parc printemps été automne et l'hiver dans le gymnase de l'école primaire depuis plus de 10 ans. Nous avons pu constater au fil des ans que la présence régulière et constante a crée un acquis chez les jeunes et moins jeunes dans le sens que leurs présence est attendu et utile a chaque année ce qui permet de tissé des liens fort et facile! Donc, offrir une présence constante, de qualité pour accueillir tous et chacun des le respect année après année	29/07/2015 13:45
19	Nous formons cette année un Comité filles, qui va s'impliquer dans la programmation de nos activités à partir de maintenant.	23/07/2015 13:49
20	Nous accompagnons les jeunes parfois à l'extérieur du milieu de vie.	23/07/2015 09:51
21	Utilisation des textos pour rejoindre les jeunes Travail de milieu pour la promotion et le recrutement	21/07/2015 14:48

Annexe 3

Q16 Quand tu penses à une activité jeunesse que tu as pratiqué ou à un milieu jeunesse que tu as fréquenté, qu'est-ce qui aurait pu rendre ton expérience encore plus positive?

Réponses obtenues : 41 Question ignorée : 0

#	Réponses
1	Nourritures.
2	rien
3	...
4	cetait bien
5	Gris-Québec
6	le lien avec les autres personnes, ouverture d'esprit
7	l'ambiance amusante
8	je sais tu moué
9	Pas grand chose
10	J'ai fréquenter la MDJ l'Âtome de Stoneham durant 5 merveilleuses années et la seule chose qui aurait pu me permettre d'être encore plus heureuse, c'est de ne jamais grandir, car ma MDJ m'a permis de rester jeune dans mon coeur tout en m'aidant à devenir une adulte mure et responsable. Je dis cela, car maintenant que j'ai 18 ans, je ne peux plus la fréquenter aussi assidument qu'au départ, et honnêtement, je ne changerais les extraordinaire moment que j'ai passé la bas, avec mes amis, pour tout l'or du monde. Le fait que le Gouvernement veuille imposer des coupes budgétaire dans ce milieu, constitue pour moi un manque de connaissance de ce milieu fragrant. Quelqu'un qui connait vraiment les avantages que ces centres jeunesse apporte au Ados en pleine crise d'adolescence, par exemple, les dangers relié à la drogue et au sexe sans protection, car avouons le, le problème est bien présent de nis jours où les jeunes ont leur premières relations à 12 ou 13 ans, voire 11 ans, car je connais des jeunes garçons et filles qui ont couché avec quelqu'un à 11 ans. Bref, les coupes budgétaires n'ont pas lieu d'être en ce milieu.
11	Être avec tout mes amies, pourfaire une activitée
12	Avoir un séjour plus long pour faire ces activités et avoir plus d'activités (villa des jeunes avec l'école) :-)
13	je ne sais pas
14	je ne sais pas
15	?
16	Je n'ai pas fait beaucoup d'activités jeunesse.
17	améliorer le programme de football
18	l'orgnisation de l'activité et l'amélioration de l'activité en tant que t'elle
19	netflix
20	des câlins!
21	avoir encore plus d'amis
22	J'aurais aimer qu'il y ait des opens gyms pour jouer au basketball.
23	ldk
24	Rencontrer plus de nouvelles personnes
25	Je ne sais pas...
26	avoir des entraîneurs plus ordonnées et plus disciplinées

27	avoir plus de défis et rencontrer de nouvelles personnes
28	de l'ouverture
29	M'intégrer davantage
30	un environnement plus joyeux
31	De la musique
32	no sé
33	Plus de publicité et des animateurs plus dynamique.
34	Être entouré de plus de gens comme moi.
35	qu'il y ai plus de participation et que les activités sur l'horaire est lieu
36	Qu'il n'y ait pas des gens que j'aime pas.
37	L'acceptation des autres jeunes
38	être avec plus d'amis
39	aucune idée
40	Plus de personnes nouvelles, plus de nouvelles rencontres de gens différents.
41	Offrir plus d'activités gratuites pour les jeunes. La plupart des activités nécessitent des coûts que malheureusement la plupart des parents ne sont pas en mesure de défrayer.

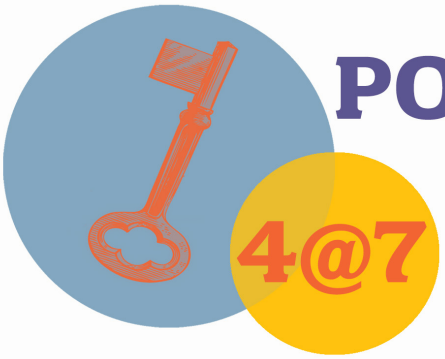
Annexe 4

Q5 À quoi attribuez-vous ce ou ces changements significatifs de la fréquentation des jeunes à votre organisme?

Réponses obtenues : 28 Question ignorée : 7

#	Réponses	Date
1	Nous sommes un no	12/12/2015 20:06
2	Changement de personnelle, Variation de l' horaire , période scolaire , période estivale	24/09/2015 15:56
3	Différent selon la période scolaire	24/09/2015 14:17
4	-Le nombre de jeunes dans les classes de 6e année près de la MDJ (fluctuations) - Le roulement de personnel dans notre milieu - Les activités de promotion dans la communauté	23/09/2015 15:51
5	Nous avons des intervenants basés dans les écoles. Ils sont présents en continu auprès des jeunes. Promotion quotidienne. Gros avantage.	23/09/2015 10:31
6	Beaucoup de jeunes individuel, les groupes de jeunes n'hésite plus... résultat d'une société nombrilisme, axé sur l'individu.	23/09/2015 08:20
7	Changement dans les problématiques vécues par les jeunes.	22/09/2015 08:11
8	Nombreux changements au niveau des intervenants jeunesse	21/09/2015 15:02
9	- trajectoire de services utilisé différemment par les intervenants externes - Une clientèle qui tant à changer (besoins, problématiques) - Les changements constants d'intervenant dans nos organismes partenaires qui amène une méconnaissance de notre milieux.	21/09/2015 14:22
10	Le milieu La clientèle La culture Le manque de temps et/ou d'argent	21/09/2015 07:41
11	Noyau de jeunes plus vieux qui quittent, d'autres plus jeunes qui arrivent	18/09/2015 15:51
12	Promotion recrutement auprès des 10 à 12 ans. Présence à l'école secondaire Collaboration et partenariats avec les ressources du milieu	18/09/2015 11:35
13	Démographie	18/09/2015 11:35
14	L'organisme a été fondé	18/09/2015 09:52
15	changement d'animateurs récurants	18/09/2015 09:40
16	il y a plein de facteurs: la longue liste de ce qu'offre les écoles secondaire, les jeux en ligne, l'importance qu'offre pour les parents l'école: pas mal de pression,, les jeunes qui sont inscrits à de nombreuses activités en dehors de celle de l'école, les familles séparés, les jeunes qui ressentent moins le besoin d'être en gang, leur milieux de vie de plus en plus agréable etc..	18/09/2015 09:18
17	nos services offerts et nos concentrations sportives	18/09/2015 09:09
18	Les changements sociaux, les collaborations avec les écoles, les employés en place, le vieillissement des jeunes, le cycle des "gang" de jeunes, etc...	08/09/2015 15:29
19	Nous attribuons ces changements à plusieurs phénomènes: - Le noyau des jeunes qui fréquentaient assidûment l'organisme depuis trois ans a atteint la majorité dernièrement. Nous sommes en grosse période de recrutement pour avoir de nouveaux jeunes. - Les ados travaillent de plus en plus jeunes (ex.14 ans) - Les parents de plusieurs sont séparés, ils vont donc chez leur autre parent à l'extérieur de la ville régulièrement. - Les ados sont déjà inscrits à plusieurs activités organisées par la ville, l'école ou les clubs sportifs (sport, loisir, etc.). - Les réseaux sociaux prennent beaucoup de place dans leur vie et plusieurs ressentent moins le besoin de sortir de chez-eux pour voir leurs amis. - Les jeunes de notre milieu respectent bien notre politique de tolérance 0 en matière de consommation donc ils ne viennent pas à la MDJ quand ils ont consommé. - La baisse en période hivernale est selon nous due au fait que plusieurs de nos jeunes pratiquent des sports de glisse (centre de ski à proximité) et aussi que plusieurs ne peuvent plus se déplacer seuls (en vélo ou en scooter).	18/08/2015 13:03

Annexe 5



PORTES OUVERTES DE L'ACCÈS

Le GRIS-QUÉBEC invite les intervenants jeunesse et enseignants à venir visiter son MILIEU JEUNESSE L'ACCÈS.*

Ce sera également le moment de vous dévoiler les résultats d'une récente ÉTUDE DE MILIEU portant sur les habitudes de fréquentations des jeunes dans les milieux jeunesse .

Finalement, des jeunes, des animateurs et l'intervenante jeunesse responsable de L'Accès seront sur place pour RÉPONDRE À VOS QUESTIONS.

On vous attends donc le mardi 23 février dès 16 h au 363 DE LA COURONNE BUREAU 202

*L'Accès est un milieu de vie pour les jeunes de 14 à 24 ans inclusivement, qu'ils soient gais, lesbiennes, bisexuels, trans, en questionnement ou alliéEs de la diversité. Le milieu propose une programmation diversifiée permettant aux jeunes de se créer un réseau et de rencontrer d'autres jeunes partageant une réalité semblable à la leur.

GRIS Québec

16 h à 19 h, 23 février 2016

Projet de relance de L'Accès
Étude de milieu

Mise en page
Mathieu Nadeau

Groupe régional d'intervention social de Québec
363, de la couronne, bureau 202
Québec (Québec), G1K 6E9
Téléphone : 418 523-5572
www.grisquebec.org