

Le guide de Génération

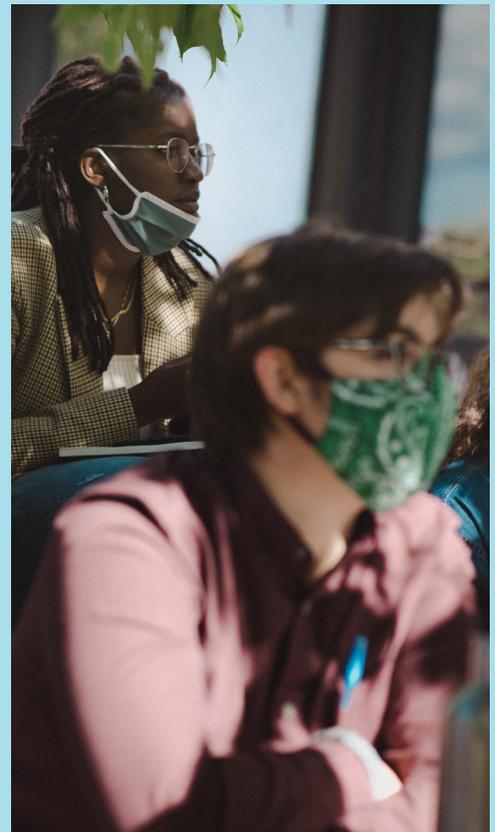
5^E ÉDITION



2021

« Vous avez du pouvoir
et vous pouvez changer les
choses... J'espère que d'autres
jeunes réaliseront qu'elles et ils
ont [également] ce pouvoir.»

Ambassadeur de la jeunesse de L'apathie c'est plate, Toronto





Comment s'adapter aux jeunes

En tant qu'expert.e.s en matière de jeunesse (et en tant que jeunes nous-mêmes), nous connaissons le pouvoir et la valeur de l'engagement des jeunes. Dans tous les secteurs, nous dépendons fortement de l'innovation, de la créativité et de l'ingéniosité de la prochaine génération, non seulement pour rajeunir nos activités quotidiennes, mais aussi pour façonner et définir le monde de demain.

C'est une tâche difficile, d'autant plus que les jeunes héritent d'un monde de plus en plus instable. À l'échelle mondiale, les jeunes sont trois fois plus susceptibles que les adultes (25 ans et plus) d'être sans emploi¹. Dans le monde entier, les problèmes de santé mentale touchent aujourd'hui environ 700 millions de personnes² et la Banque mondiale prévoit que d'ici 2050, 140 millions de personnes pourraient se voir contraintes à migrer en raison des changements climatiques.³

Malgré cela, les jeunes continuent d'inspirer autrui, de diriger et de mettre en place des mouvements sociaux qui remettent en question les inégalités systémiques qui traversent nos communautés et nos institutions. De jeunes militantes et militants du monde entier dynamisent le mouvement pour le climat⁴, tandis que des jeunes Noir.e.s ont contribué à la création de ce qui pourrait être le plus grand mouvement de protestation de l'histoire États-Unis⁵. Un investissement dans la jeunesse, et dans le changement que nous défendons, est un investissement direct vers un avenir brillant, propre et équitable.

Mais à quoi ressemble vraiment « l'investissement dans la jeunesse »? Nous avons plus de 16 ans d'expérience de travail auprès des jeunes, et nous pouvons dire qu'un tel investissement offrirait des possibilités intéressantes de développement du leadership. Et un tel investissement donnerait aux jeunes la capacité et la liberté de prendre des décisions qui changent la donne. Cela leur donnerait une excellente occasion de les soutenir sincèrement en début de carrière, sans le faire juste pour les apparences.

Cependant, il est impératif de se rappeler que la jeunesse n'est pas une entité monolithique, bien au contraire. Chaque jeune est unique, et a des besoins distincts, et ce, en fonction de ce qu'elle ou il a vécu. Les jeunes ont des identités sociales multiples, par exemple leur race, leur sexe, leur sexualité, leur statut social et leur statut d'immigrant. Ces identités croisées façonnent leurs expériences, ainsi que leur capacité à accéder à la formation, aux ressources et aux occasions. Les jeunes qui appartiennent à de nombreux groupes minoritaires ne sont pas seulement marginalisé.e.s par une seule affiliation, mais peuvent se sentir exclu.e.s à plusieurs paliers.⁶

Les connaissances contenues dans ce guide devraient servir de point de départ pour nous permettre de mieux comprendre les jeunes d'aujourd'hui, leurs besoins et ce qui les motive, mais il est important d'adopter une approche polyvalente. N'oubliez pas que les jeunes ayant une identité intersectionnelle sont confrontés à des défis uniques qui auront une incidence sur les stratégies d'engagement.

¹ Organisation internationale du travail (2020), Tendances mondiales de l'emploi des jeunes : La technologie et l'avenir des emplois (Résumé analytique), 2020. En ligne

² Forum Économique Mondial (2019). *The Global Risks Report, 2019, 14^e édition*. En ligne. En anglais seulement.

³ Fonds monétaire international (2019). *The Economics of Climate*. En ligne. En anglais seulement.

⁴ Initiative-cadre commune des Nations unies sur les enfants, les jeunes et le changement climatique. (n.d.) Les jeunes en action contre les changements climatiques : inspirations du monde entier. En ligne.

⁵ Gershon, L.(2020). *A Century of Black Youth Activism*. En ligne. En anglais seulement.

⁶ Saher, F. (2016) "Intersectionality in Programs and Services for Newcomer Youth in Toronto." Major Research Paper, Ryerson University. Online.

Tout au long de ce guide, nous expliquerons pourquoi les jeunes sont un atout inestimable pour votre organisation, et comment structurer vos activités pour assurer une relation mutuellement bénéfique. Dans le rapport de 2017 13 voies pour moderniser l'emploi des jeunes au Canada, le groupe d'experts sur l'emploi des jeunes a indiqué ceci :

«L'embauche de jeunes est nécessaire pour l'économie canadienne, qui est de plus en plus fondée sur le savoir et dans laquelle l'innovation et la créativité prennent une place grandissante. Les jeunes possèdent un bagage unique pour aider les employeurs à garder le rythme dans le monde du travail d'aujourd'hui. Partout au pays, les employeur.e.s doivent tenir une discussion stratégique sur la valeur qu'il.elle.s accordent aux jeunes travailleur.se.s.»

Il est temps d'entamer ces conversations et de travailler à l'autonomisation significative des jeunes dans notre travail. Lorsque nous soutenons et faisons participer les jeunes à mener, nous contribuons indirectement à nos communautés, à nos systèmes et, en fin de compte, à notre démocratie. En créant des espaces où nous pensons pouvoir faire avancer le changement, les jeunes augmentent leur confiance et leur sens du pouvoir, construisent leurs réseaux et modifient leur philosophie à l'égard de l'engagement civique.

En outre, étant donné que, selon les projections, les milléniaux.ales devraient représenter 75 % de la main-d'œuvre mondiale d'ici 2025, il est essentiel de les doter des compétences, des connaissances et des ressources dont elles et ils auront besoin pour prendre des décisions importantes afin de préparer l'avenir⁷. Les jeunes contribueront au filet de sécurité financière et sociale du Canada pendant les décennies à venir, le tout dans un contexte professionnel évolutif.

Que vous souhaitiez recruter les jeunes en tant qu'employés, clients, bénévoles, sympathisants, donateurs.trices, membres du conseil d'administration (qui sait, un.e jeune pourrait être votre prochain.e directeur.trice exécutif.ve ou PDG dans un avenir rapproché), vous aurez besoin d'une stratégie globale et ciblée pour les atteindre, les engager et les retenir. La prévoyance d'investir aujourd'hui dans une nouvelle génération de supporters innovants, créatifs et ambitieux est cruciale pour la viabilité de votre organisation.



⁷ Deloitte. (2014). *Big Demands and high expectations: The Deloitte Millennial Survey*. En ligne. En anglais seulement.



Voici le Guide Génération

Ce guide fait partie du programme complet de L'apathie c'est plate de Génération. Le programme de Génération est conçu pour fournir les outils et les services dont vous avez besoin pour assurer le dynamisme de votre organisation pendant de nombreuses années, tout en faisant en sorte que les jeunes se sentent valorisé.e.s., estimé.e.s et engagé.e.s dans votre cause. Ce guide est conçu pour VOUS aider à atteindre et à faire participer les jeunes de 18 à 35 ans à la prise de décision.

Notre philosophie s'axe sur les jeunes, il est bien vrai, mais avoir une concentration sur les jeunes est bénéfique pour la totalité de la population : œuvrant à l'engagement des jeunes, vous vous joindrez également à une foule d'autres personnes au sein de vos activités.

S'appuyant sur une analyse approfondie de l'ethnographie, de la psychologie du développement, de la recherche sur la gestion des bénévoles et sur des années d'expérience de travail auprès des jeunes, L'apathie c'est plate a développé ce programme pour répondre aux besoins des organisations, petites et grandes, dans différents secteurs.

À l'intérieur, vous trouverez tout ce que vous devez savoir sur les jeunes d'aujourd'hui et comment les aider à s'épanouir. Comprendre les jeunes, d'où nous venons et les obstacles auxquels nous sommes confrontés, est le premier pas vers une collaboration significative.

La première partie de ce guide explique pourquoi il est important de prendre en considération la jeunesse d'aujourd'hui. Pourquoi vous avez besoin de nous? Pourquoi des liens sont manquants, et ce, dans tous les secteurs? Comment régler tout ça? La deuxième partie sera consacrée à la manière d'atteindre et de faire participer les jeunes, à l'explication de nos Sept principes de l'engagement des jeunes et à l'exploration de ce à quoi ressemble réellement le fait d'inclure la jeunesse. Et nous vous présentons des études de cas et des exemples concrets!

Tout au long de ce guide, nous vous ferons part de nos meilleurs conseils pour atteindre et faire participer les jeunes, que ce soit en ligne ou hors ligne. L'engagement va bien au-delà des J'aime, des clics et du nombre d'abonné.e.s. Nous discuterons de la manière dont nous transformons les clics en un soutien important dans la vraie vie.

Ce guide va au-delà des initiatives en faveur de la diversité et des cases à cocher pour l'inclusion. Ce guide vise à reconnaître les défis urgents auxquels les organisations sont confrontées et à comprendre comment l'établissement de relations avec les jeunes peut directement répondre à ces défis.

Vous en redemandez?

Le programme Génération de L'apathie c'est plate propose des services sur-mesure à tous vos besoins en matière d'engagement des jeunes, notamment⁸:

- + Ressources en ligne
- + Présentations sur mesure
- + Ateliers d'une demi-journée
- + Réflexions d'un jour
- + Audits Génération
- + Assistance à la mise en œuvre

⁸ Pour en savoir davantage, consultez notre site Web : www.generationcanada.com/accueil

Table des matières

Comment s'adapter aux jeunes	iii
Voici le Guide Génération	v
Pourquoi vous avez besoin des jeunes	7
Pour stimuler l'innovation	7
Pour améliorer la qualité de votre service	7
Pour établir des relations durables	8
Qu'en est-il des jeunes aujourd'hui?	9
Pourquoi cette coupure?	11
Pourquoi tout cela n'a-t-il pas déjà lieu?	13
Tendre la main, nous inviter	15
Rejoindre les jeunes	16
Sensibilisation en ligne	16
Établir la confiance	18
Les Sept principes de l'engagement des jeunes	20
S'adapter à la jeunesse? À quoi cela ressemble-t-il?	22
La prise de décision est partagée et améliorée	22
Un esprit de collaboration apparaît	22
Les lacunes en matière de connaissances se combler	22
La responsabilité augmente	22
Les risques sont pris	22
Un engagement accru pour toutes et tous	23
Conclusion et remerciements	25
À propos de L'apathie c'est plate	26
Nos programmes	26
Notre philosophie	26
Notre méthodologie	26
Histoire du Guide de Génération	27



Pourquoi vous avez besoin des jeunes

Il y a tant de raisons pour lesquelles un engagement significatif des jeunes dans tous les secteurs est une bonne affaire.

Les tendances démographiques, économiques et culturelles changent, tout comme la nature du travail. Il devient plus important que jamais de faire participer les jeunes dans des organisations de tous types.

En impliquant les jeunes à tous les niveaux décisionnels, vous reconnaissez que le contexte social et politique qui crée nos identités est un domaine important à considérer, que c'est un mécanisme de changement. En créant des espaces où les jeunes peuvent mener, vous leur donnez l'occasion d'exploiter des compétences inhérentes à chacune et chacun, et leur permettez ensuite de rapporter les connaissances acquises et la confiance en soi porteuse de changement dans leurs communautés, ce qui se répercutera sur leur engagement civique dans nos systèmes démocratiques.

Vous prioriserez la participation des jeunes dans vos activités et vos pratiques pour toutes ces raisons, et bien d'autres encore :

POUR STIMULER L'INNOVATION

Ayant travaillé aux côtés de jeunes Canadien.ne.s depuis 2004, nous savons que les organisations misant sur les compétences en innovation des jeunes sont mieux placées pour naviguer dans le changement, et pivotent rapidement lorsqu'elles sont confrontées à des défis. Les économistes, les décideur.euse.s politiques et les chefs d'entreprise s'accordent généralement à dire que notre santé économique durable repose sur notre capacité à créer davantage d'innovation.⁹

Dans un contexte de résilience et de souplesse organisationnelles au sein d'un environnement de plus en plus axé sur la technologie, il n'a jamais été aussi opportun d'investir dans la jeunesse. Dans l'âge adulte naissant, la pensée créative est à son apogée neurobiologique. Il en va de même sur le plan de la mémoire¹⁰. Les jeunes travailleurs sont énergiques, souples et, en tant qu'enfants du numérique, nous sommes bien placés pour naviguer avec expertise dans les médias sociaux et la technologie, et pouvons offrir de nouvelles perspectives sur le travail collaboratif.

Nous ne pouvons pas sous-estimer la valeur des compétences supérieures des jeunes en matière de résolution de problèmes. Plus que les générations précédentes, les jeunes sont prêts à expérimenter, à prendre des risques et à remettre en question le statu quo. En raison de leur potentiel d'innovation, lorsque les jeunes sont engagés de manière significative, nous sommes prêts à relever les nombreux défis logistiques ou opérationnels auxquels vos activités peuvent être confrontées. Cette innovation peut être utilisée au-delà de vos opérations. Si vous créez ces espaces pour permettre l'innovation, les jeunes se sentiront en confiance et valorisés, ce qui les incitera à participer comme seul.e.s nous savons le faire¹¹. Au-delà du travail, les jeunes apporteront leurs forces et leurs capacités à la construction de notre démocratie dans son ensemble.

POUR AMÉLIORER LA QUALITÉ DE VOTRE SERVICE

Vous voulez fournir des services aux jeunes et les atteindre? Nous sommes des experts dans la matière. En tant qu'organisation dirigée par des jeunes, nous avons une connaissance de première main de ce qui

⁹ Dougherty, I. et Clarke, A. (2018) *Wired for Innovation: Valuing the unique innovation abilities of emerging adults*. *Emerging Adulthood* (9). En anglais seulement.

¹⁰ Dougherty, I. & Clarke, A. (2018) *Wired for Innovation: Valuing the unique innovation abilities of emerging adults*. *Emerging Adulthood* (11). En anglais seulement.

¹¹ Mahoney, T., Reusch, S., et Louffi, C. (2020). Ensemble, nous pouvons agir. En ligne.

fonctionne pour communiquer avec nous, nous et nos pairs. Nous savons ce qui manque dans différents secteurs. Nous savons également que l'embauche de jeunes est un excellent moyen d'améliorer la qualité de vos services et de vos relations avec les employeur.e.s, les donateurs.trices, les partisan.ne.s et les client.e.s.

En impliquant de manière significative les jeunes, votre organisation a la possibilité de tirer parti des forces innovantes et des compétences que nous avons décrites. La familiarité des jeunes avec le langage de programmation, les technologies collaboratives et les médias sociaux, favorise un environnement de croissance et de prise de décision créative. Le recrutement de jeunes peut aider les institutions à rompre avec des traditions inutiles et à créer un environnement agile capable de s'adapter à des changements succincts.

Lorsque les institutions encouragent cette participation, les jeunes sont habilité.e.s à donner vie à leurs idées, ce qui développe la confiance et le sentiment de pouvoir dans leurs propres capacités. L'activation des jeunes par ces moyens les encourage à chercher des moyens de contribuer davantage à leurs communautés plus larges, et à la démocratie dans son ensemble.¹²

En établissant des programmes susceptibles d'engager les jeunes, vous leur donnez la possibilité d'appliquer leurs compétences, leurs réseaux et leur créativité uniques à la réalisation de leurs propres projets, tout en améliorant la qualité de vos activités¹³. En embauchant des jeunes, vous pouvez obtenir des avantages tangibles en misant sur leurs talents et leurs idées.¹⁴

POUR ÉTABLIR DES RELATIONS DURABLES

Selon les données de Statistique Canada de 2016, la population de jeunes âgés de 15 à 29 ans vivant au Canada est de 6,8 millions¹⁵. Ce nombre passe à 9,3 millions si l'on inclut les jeunes de 30 à 34 ans. Il s'agit d'une population énorme qui aura une influence

considérable sur notre économie au cours des 10 à 15 prochaines années. Des expériences positives avec votre organisation au début de l'âge adulte peuvent influencer les habitudes de ces futur.e.s employé.e.s, sympathisant.e.s, consommateur.rice.s, électeur.trice.s et décideur.se.s politiques dans les années à venir. Des relations comme celles-ci permettent de maintenir et de reconstituer les organisations au fil du temps. Un jeune qui fait du bénévolat auprès de votre organisation aujourd'hui peut devenir votre donateur.trice, votre client.e ou votre employé.e demain.

À NE PAS OUBLIER

Toute organisation a besoin d'un plan. Vous devez bâtir votre réputation auprès des jeunes, nourrir et développer leurs capacités d'innovation, et former des leaders qui croient en votre mission dès maintenant. L'investissement que vous faites en termes de préparation, d'orientation et de mentorat pour les jeunes rapporte des dividendes immédiats, et c'est aussi un investissement à long terme dans la santé de votre organisation, de nos communautés et de notre démocratie.

«Ce partage du pouvoir est pratique. Ça mène à de meilleures décisions, à de meilleurs programmes de développement et à des résultats plus durables qu'autrement.»

— Gail Cockburn,

La participation effective des jeunes à des conférences internationales⁴

«L'innovation exige des perspectives différentes. Nous devons cultiver cela chez les jeunes, et beaucoup de jeunes l'ont déjà fait, mais il faut leur donner l'espace nécessaire.»

— Habon Ali,

membre du conseil d'administration de L'apathie c'est plate

«Les jeunes sont les leaders d'aujourd'hui et contribuent déjà à la vie économique. Nous avons besoin de leurs compétences pour bâtir et soutenir l'économie de demain, prendre en charge nos aînés et façonner notre société.»

— 13 Ways to Modernize Youth Employment in Canada¹⁶

¹² Mahoney, T., Reusch, S., et Loufi, C. (2020). Ensemble, nous pouvons agir. En ligne.

¹³ Innovation démocratique menée par les jeunes

¹⁴ Wolf Dikoff, S and Seldon, W. (2015). « Why - and how - to hire Young People without Diplomas. » Harvard Business Review. En ligne. En anglais seulement.

¹⁵ Congrès du travail du Canada. (2016). Divers, engagés et précarité d'emploi : un regard en profondeur sur les jeunes travailleuses et travailleurs au Canada. En ligne.

¹⁶ Gouvernement du Canada. (modifié en 2017). 13 voies pour moderniser l'emploi des jeunes au Canada. En ligne.



Qu'en est-il des jeunes aujourd'hui?

«Je sais à quoi ressemble une communauté et je sais à quoi ressemble un manque de communauté, mais je ne sais pas comment combler ce fossé.»

— Bénévole de L'apathie c'est plate dans le cadre de la campagne VOTE, 2019

L'ENGAGEMENT DES JEUNES ET LA PARTICIPATION DÉMOCRATIQUE AU CANADA SONT EN PLEINE ÉVOLUTION.

Notre monde change progressivement, les jeunes gravitent de plus en plus vers des formes d'engagement communautaires, non institutionnelles et orientées vers le mouvement social, qui brouillent la ligne entre l'espace privé et l'espace public. La trajectoire de vie des générations passées n'est pas la même que celle vue de nos jours, et les jeunes se désengagent de plus en plus des systèmes et organisations traditionnels. En d'autres termes, les jeunes sont moins susceptibles que nos parents de participer à des modèles traditionnels d'engagement démocratique comme le vote. Au lieu de cela, nous trouvons leurs propres moyens de participer à leurs communautés où nous pouvons identifier les cadres démocratiques qui les incluent.

Cela signifie qu'il n'a jamais été aussi important, ni aussi difficile, d'atteindre les jeunes et de nous faire participer à votre cause. Le défi est énorme, mais les communautés qui peuvent atteindre les jeunes, nous faire participer et nous garder engagé.e.s se retrouveront avec des partisanes et des partisans à vie prêts.es à les faire avancer.

LES SIGNES DE NOTRE DÉSENGAGEMENT DE NOS COMMUNAUTÉS SE RETROUVENT PARTOUT (ET PAS SEULEMENT CHEZ LES JEUNES).

En 2016, pour la première fois, les ménages d'une personne sont devenus le type de ménage le plus courant au Canada, dépassant les couples avec enfants.¹⁸

Interrogés sur leurs liens communautaires, seul.e.s 14 % des Canadien.enne.s ont qualifié de « très bon » l'état actuel de leur vie sociale. 35 % des Canadien.ne.s disent qu'elles et ils sont souvent ou toujours seuls.es.¹⁹

40 % des milléniaux Canadien.ne.s et 34 % des Canadien.ne.s de la génération Z ont qualifié de « faibles » leurs liens avec leurs communautés locales. Nous voyons un plus grand nombre de jeunes s'installer dans de nouvelles villes où nous avons moins de racines et de liens sociaux.

DANS CE GUIDE, NOUS DÉFINISSONS LES JEUNES GÉNÉRATIONS DU CANADA COMME ÉTANT LES PERSONNES ÂGÉES DE 18 À 35 ANS :

Génération Z: les personnes nées entre 1997 et 2012. Nous parlons plus particulièrement des jeunes de la Génération Z âgé.e.s de 18 à 24 ans

Milléniaux.ales: né.e.s entre 1980 et 1996. Il s'agit de jeunes entre 25 et 40 ans. Dans ce guide, nous les considérons comme les personnes ayant moins de 35 ans.

¹⁷ Innovation démocratique menée par les jeunes – Page 2

¹⁸ Statistiques Canada (2019). Étude : Vivre seul au Canada. En ligne.

¹⁹ Institut Angus Reid (2019). Portrait de l'isolement social et de la solitude au Canada aujourd'hui. En ligne.

À titre anecdotique, en travaillant beaucoup avec les jeunes, nous avons entendu encore et encore qu'il y a une absence de communauté lorsqu'il s'agit de s'engager collectivement dans le travail bénévole. La création de réseaux où les jeunes peuvent construire, explorer et agir ensemble peut conduire à un mouvement entier de jeunes qui sont prêts et capables de soutenir votre mission. Comme l'a fait remarquer l'un de nos bénévoles :

Il s'agit de créer un réseau où l'on ne se sent pas comme si « ce truc m'intéresse, je veux donner mon avis sur ce sujet, mais je ne sais pas comment faire et je me sens tellement seul »

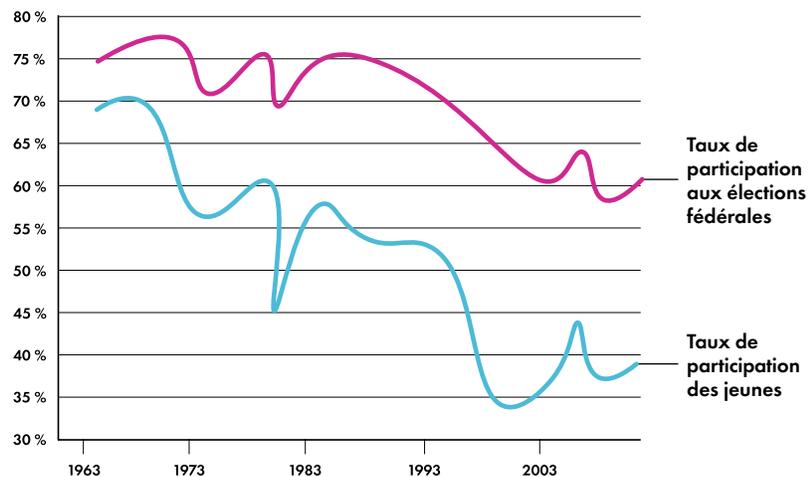
— Bénévole de L'apathie c'est plate lors de la campagne VOTE

EXEMPLE : LE DÉSENGAGEMENT DES JEUNES DANS LA DÉMOCRATIE

Les habitudes de vote sont un autre exemple pour illustrer le déclin de l'engagement démocratique de cette génération

La participation électorale a chuté au Canada au cours des dernières décennies. Dans les années 1960, les jeunes ont voté à peu près au même rythme que les électeurs plus âgés. Comme l'indique le graphique, le vote des jeunes a depuis lors chuté si fortement qu'il pèse sur la participation électorale globale. Lors des élections fédérales de 2011, les jeunes de 18 à 24 ans ont voté à un taux de 38,8 %, contre 75 % pour les électeurs plus âgés.⁹

Lors des élections de 2015, bien que la participation des jeunes ait augmenté à 57,2%²⁰, elle est restée inférieure à la moyenne nationale de 66,1 %. En 2019, 54 % des 18 à 24 ans ont voté. Harrell et Gosselin affirment que l'élection de 2015 a suscité plus d'intérêt chez les jeunes, et que les efforts de mobilisation et les messages spécifiques aux jeunes ont contribué à susciter l'intérêt des jeunes²¹. L'apathie c'est plate et d'autres organisations de mobilisation de la jeunesse ont mené une grande campagne historique pour mener les jeunes aux urnes en 2019. Il n'est pas certain que les tendances commencent à s'inverser, mais quoi qu'il en soit, cela montre que nous devons continuer à appuyer les jeunes à se prononcer par voie électorale pour assurer la viabilité démocratique à long terme.



²⁰ Bibliothèque du Canada (2016). La participation électorale des jeunes au Canada. En ligne

²¹ Harrell et Gosselin (2015). « The Youth Vote in the 2015 Election ». Canadian Election Analysis : Communication, Strategy, and Democracy. En ligne. En anglais seulement.



Pourquoi cette coupure

«Un bon leadership est tellement important pour guider les jeunes qui se sentent moins capables de changer les choses. Cela implique une compréhension diversifiée des complexités qui se produisent dans le contexte d'aujourd'hui.»

— Ambassadeur AGIR, 2020

La question est complexe, mais énonçons les choses tout simplement : la vie des jeunes adultes est très différente que celle vécue autrefois.

LES JEUNES CANADIEN.NE.S SE SENTENT DÉCONNECTÉ.E.S DU PROCESSUS POLITIQUE ET DES MODES DE PARTICIPATION TRADITIONNELS.

En termes de participation civique et politique, les normes et les valeurs des jeunes sont en train de changer plutôt que de décliner²². Les récits traditionnels sur le désengagement des jeunes considèrent le retrait des grandes institutions (élections, partis politiques) comme un signe d'apathie ou de manque d'éducation, alors que ces tendances peuvent en fait refléter un changement dans la façon dont les jeunes s'engagent en politique.

Selon le chercheur Lance Bennett (2008), les jeunes générations s'orientent vers une citoyenneté épanouie. Pour les jeunes, la politique est considérée comme un ensemble de préoccupations beaucoup plus large, allant de la politique identitaire à l'organisation de la communauté. Elle est souvent motivée par un sens de l'objectif individuel et de l'expression personnelle plutôt que par une obligation envers le gouvernement²³.

Au lieu de cela, les jeunes changent, car nous choisissons délibérément d'échanger des formes de participation que nous considérons comme profondément défectueuses contre des formes d'engagement communautaires, non institutionnelles et axées sur le mouvement social, des formes qui brouillent la ligne entre l'espace privé et l'espace public. Souvent créés par les jeunes eux-mêmes, ces nouveaux modèles exploitent leur familiarité avec le pouvoir et la portée des nouvelles technologies médiatiques.

LES JEUNES CANADIEN.NE.S SONT CONFRONTÉS.ES À DES DIFFICULTÉS POUR ENTRER SUR LE MARCHÉ DU TRAVAIL ET VEULENT DES CHOSES DIFFÉRENTES DE CELLES DES GÉNÉRATIONS PRÉCÉDENTES.

Les jeunes vivent à une époque de bouleversements, et l'on prévoit que 25 % des emplois canadiens seront fortement affectés par la technologie au cours de la prochaine décennie²⁴. Les compétences requises pour la moitié des emplois canadiens seront profondément modifiées²⁵. Quant aux compétences elles-mêmes, elles évoluent elles aussi. Les employeurs recherchent de plus en plus des compétences de base telles que la pensée critique, la coordination, la perception sociale, l'écoute active et la résolution de problèmes complexes²⁶.

²² Mahoney, T., Reusch, S., et Loufi, C. (2020). Ensemble, nous pouvons agir. En ligne.

²³ Bennet, W.L. (2008). *Changing citizenship in the digital age Civic life Online : Learning how digital media can engage youth*, 1, 1-24

²⁴ Objectif avenir RBC. (2018). Facteurs de réussite pour les jeunes Canadiens à l'ère des grandes perturbations. En ligne.

²⁵ Objectif avenir RBC. (2018). Facteurs de réussite pour les jeunes Canadiens à l'ère des grandes perturbations. En ligne.

²⁶ Ibid.

Dans de nombreux cas, l'enseignement supérieur ne suffit plus à lui seul pour entrer sur le marché du travail (Lamb et Doyle, 2017). De plus en plus, les jeunes sont tenus de démontrer une expérience professionnelle et des compétences non techniques en plus de leurs diplômes ou de leur formation afin d'être admissibles à des postes de débutants dans leurs domaines respectifs (Lamb et Doyle, 2017)²⁷.

Le marché de l'emploi est également en pleine mutation. Les gens des générations plus âgées prennent leur retraite beaucoup plus tard qu'autrefois. Au cours des 20 dernières années, le Canada a vu le taux d'activité des plus de 60 ans doubler, passant de 14 % en 1997 à 26 % en 2017²⁸. Quant aux jeunes, le taux d'emploi des jeunes de 15 à 24 ans est passé de 57,2 % en 2006 à 51,9 % en 2016²⁹. Cette main-d'œuvre changeante pose un certain nombre de difficultés en ce qui concerne le renouvellement de la main-d'œuvre, le transfert des connaissances et le maintien de l'emploi, ce qui rend la recherche d'un emploi difficile pour les jeunes à leurs débuts professionnels³⁰.

LES JEUNES CANADIEN.NE.S NOIR.E.S, AUTOCHTONES OU DE COULEUR ET LES JEUNES PROVENANT DE COMMUNAUTÉS MARGINALISÉES SONT CONFRONTÉS À DES OBSTACLES DIFFÉRENTS OU PLUS IMPORTANTS QUE D'AUTRES.

Souvent, les jeunes sont considérés comme un groupe monolithique. Cependant, une compréhension plus approfondie du positionnement permet de voir que l'expérience vécue par les jeunes a un impact sur leur capacité à s'engager de nombreuses façons. Comme l'a dit l'un de nos ambassadeurs AGIR : « Il est important de reconnaître les institutions sociétales qui empêchent les différents groupes d'atteindre l'égalité des chances. »

La chercheuse Naomi Nichols note que certains jeunes grandissent avec de nombreuses ressources économiques, un endroit sûr où vivre, suffisamment de nourriture saine à manger et de nombreuses possibilités de développement. Elle note qu'il s'agit également de jeunes dont les modes culturels de connaissance et d'être se reflètent dans nos institutions dominantes et sont récompensés par celles-ci. En revanche, elle souligne que d'autres jeunes grandissent en subissant des discriminations, avec peu de sécurité et d'occasions, soulignant que « ces jeunes connaissent des désavantages multiples et cumulatifs qui influencent la façon dont elles et ils grandissent et se développent ».³¹



²⁷ Mahoney, T., Reusch, S., et Louffi, C. (2020). Ensemble, nous pouvons agir. En ligne. p. 4

²⁸ Statistique Canada. (modifié en 2018). Raisons de travailler chez les 60 ans et plus. En ligne

²⁹ Congrès du travail du Canada. (2016). Divers, engagés et précarité d'emploi : un regard en profondeur sur les jeunes travailleuses et travailleurs au Canada. En ligne.

³⁰ Ibid.

³¹ Mahoney, T., Reusch, S., et Louffi, C. (2020). Ensemble, nous pouvons agir. En ligne. p. 16



Pourquoi l'engagement des jeunes n'a-t-il pas déjà lieu?

« Nous devons faire davantage confiance aux jeunes, réduire nos exigences chez les jeunes à recruter, leur faire confiance, faire confiance à leurs voix et à leurs expériences, et leur donner plus de marge de manœuvre »

— Habon Ali, membre du conseil d'administration de L'apathie c'est plate

Puisque les jeunes constituent une grande partie de la population du Canada et qu'elles et ils sont très doué.e.s à l'innovation et à la résolution de problèmes, pourquoi l'engagement des jeunes n'est-il pas déjà une réalité?

L'ÂGISME

La plupart des recherches sur la discrimination fondée sur l'âge portent sur les préjugés à l'encontre des personnes âgées dans le monde du travail et accordent peu d'attention aux jeunes³². Toutefois, des recherches de pointe ont montré que dans un grand nombre de pays, les jeunes étaient plus susceptibles de signaler des expériences de discrimination fondée sur l'âge que les personnes plus âgées³³.

Dans un cadre professionnel, les jeunes sont souvent laissés pour compte en raison du manque de diplômes et d'expérience professionnelle. Le bénévolat et l'expérience éducative ne sont pas considérés comme des atouts, ce qui laisse les jeunes dans la situation redoutable de « Ne pas trouver d'emploi parce qu'ils n'ont pas d'expérience, et parce qu'ils n'ont pas d'expérience, ils ne peuvent

pas trouver d'emploi ».

L'âgisme peut être défini comme le fait de faire des suppositions sur une personne en se basant sur des étiquettes ou des attitudes concernant l'âge. Les jeunes comme les personnes âgées peuvent être victimes de l'âgisme. L'âgisme est également la tendance à structurer la société en fonction des besoins d'un groupe d'âge spécifique et à ne pas répondre de manière appropriée aux besoins réels de toutes et tous, quel que soit l'âge³⁴.

Que les jeunes soient perçus comme paresseux, éteints, déloyaux, naïfs ou même incompetents, ces stéréotypes sont étonnamment bien établis. Une étude américaine a présenté à six groupes de discussion d'adultes des reportages contenant des statistiques positives sur les opinions, les aspirations et les habitudes des jeunes. Tous les groupes se sont accrochés à des stéréotypes âgistes et ont unanimement rejeté les statistiques positives comme étant fausses, même après avoir été informés par les chercheurs que les statistiques étaient bel et bien vraies!³⁵

³² Bratt, C., Abrams, D., et Swift, H. J. (2020). *Supporting the old but neglecting the young? The two faces of ageism*. *Developmental Psychology*, 56(5), 1029-1039. En anglais seulement.

³³ Bratt, C., Abrams, D., Swift, H. J., Vauclair, C.-M., et Marques, S. (2018). *Perceived age discrimination across age in Europe: From an ageing society to a society for all ages*. *Developmental Psychology*, 54(1), 167-180. En anglais seulement

³⁴ Commission des droits de la personne de l'Ontario (2012). *La discrimination fondée sur l'âge*. En ligne.

³⁵ Gilliam et Bales, « Strategic Frame Analysis : Reframing America's Youth. » 8.

LA PARTICIPATION SYMBOLIQUE

«Autrement dit, la participation symbolique n'est pas seulement une stratégie d'engagement des jeunes inefficace, elle est aussi préjudiciable à leur autonomisation.»

— Ensemble, nous pouvons agir

On suppose souvent que le fait de faciliter la « voix des jeunes » dans les processus décisionnels aura nécessairement une influence sur les décisions. C'est une fausse hypothèse. Ce qui se passe souvent, c'est que les acteur.ice.s institutionnel.le.s donnent aux jeunes l'espace nécessaire pour partager leurs points de vue, mais sans qu'il y ait de véritables responsabilités quant à la mise en œuvre de leurs réactions et de leurs idées³⁶.

QU'EST-CE QUE LE SYMBOLISME?

Il s'agit de l'implication superficielle d'un groupe dans le processus de prise de décision d'une manière qui le maintient impuissant, sous-informé et non responsable.

Pour en savoir plus sur le symbolisme, nous avons publié ce guide utile : www.youthfriendly.com/tokenism



³⁶ Mahoney, T., Reusch, S., et Loufi, C. (2020). Ensemble, nous pouvons agir. En ligne.



Tendre la main, nous inviter

Vous voyez les bienfaits de l'engagement des jeunes : mais quoi faire ensuite? Mais qu'est-ce qui vient en premier, la sensibilisation ou les possibilités que vous avez à offrir? Vous devez aller vers les jeunes pour nous faire passer par la porte, mais vous avez besoin d'occasions d'engagement significatives prêtes à nous accueillir à notre arrivée.

D'après notre expérience auprès d'organisation quant à leurs initiatives d'engagement des jeunes, nous pensons, chez l'apathie c'est plate, que le terme Sensibilisation peut parfois être trompeur. C'est trompeur lorsque la sensibilisation des jeunes n'est pas suivie de véritables possibilités d'engagement. Avant de commencer à atteindre les jeunes, demandez-vous ce que vous avez à leur offrir. Tout programme de sensibilisation des jeunes aura beaucoup plus de succès si nous pouvons voir que votre organisation est prête pour nous et a quelque chose de précieux à nous offrir.

Cela dit, une fois que votre organisation a créé les espaces et les structures nécessaires pour accueillir les jeunes, vous devrez trouver des moyens intelligents et efficaces de les mettre à leur disposition. Mais que faut-il faire en premier? Il faut avancer sur les deux plans.

Qu'entendons-nous par « possibilité de participation »? Cela peut sembler élémentaire, mais il est essentiel de se demander « que peuvent faire les jeunes dans mon organisation »? L'éventail des possibilités peut être très large, qu'il s'agisse de fournir un soutien administratif dans votre bureau, de planifier une collecte de fonds ou une campagne, de faire des stages ou de siéger à votre conseil d'administration. Avant de tenter d'atteindre les jeunes, assurez-vous que ces possibilités sont déjà disponibles. Un véritable engagement devrait avoir des bienfaits réels sur le fonctionnement d'une organisation, qu'il s'agisse de la vision, du budget ou des opérations sur le terrain.

Vous trouverez, dans cette section, des faits importants à considérer lors de l'élaboration de votre stratégie de sensibilisation auprès des jeunes, ainsi que des conseils pour atteindre un large public en ligne et un guide pour établir la confiance avec les jeunes tout au long de ce processus de sensibilisation.

REJOINDRE LES JEUNES

Les méthodes utilisées pour atteindre les jeunes sont uniques et distinctes. Les différentes générations ont tendance à avoir des intérêts différents, à chercher des informations dans des endroits différents et à se joindre à des organisations pour des raisons différentes. Voici quelques faits à prendre en compte lors du recrutement de jeunes volontaires :

- + 30 % des jeunes volontaires ont été recruté.e.s par des ami.e.s¹³. Commencez votre initiative en engageant quelques jeunes. Celles et ceux d'entre nous qui ont des expériences positives parleront de vous à leurs ami.e.s et feront une grande partie du recrutement pour vous.
- + Le fait de recruter des jeunes en groupe et de permettre à des ami.e.s de faire du bénévolat ensemble permet de renforcer la résilience des engagements bénévoles. En acceptant ce type de système de compagnonnage, le bénévolat au sein de votre organisation devient une partie intégrante de notre vie sociale et quelque chose que nous ne pouvons pas imaginer ne pas faire.

Une demande directe, en personne, pour remplir des postes de bénévoles spécifiques est la stratégie de recrutement la plus efficace. Cela a été démontré dans une étude¹⁴ après étude¹⁵ après étude¹⁶ après étude¹⁷. Il est étonnant de constater que 45 % des jeunes n'ont jamais été invité.e.s à faire du bénévolat. Les jeunes sont moins sollicité.e.s que tout autre groupe d'âge.¹⁸

En 2020, seulement **29 %** des milléniaux Canadien.ne.s faisaient du travail bénévole. Pourtant, lorsqu'on leur demande quel est, selon eux, le niveau d'impact que peut avoir le fait de travailler ensemble pour résoudre des problèmes, **88 %** répondent que cela fait une différence. Les jeunes croient que le travail collaboratif peut faire la différence dans leurs communautés, mais la possibilité n'est pas offerte. En étant simplement l'organisation qui demande aux jeunes de faire du bénévolat, vous aurez une longueur d'avance.

SENSIBILISATION EN LIGNE

Lorsqu'il s'agit d'atteindre les jeunes, il est essentiel que votre organisation dispose d'une stratégie de sensibilisation en ligne soigneusement planifiée, ciblée et intégrée à votre message organisationnel. La sensibilisation en ligne ne suffit pas à elle seule à nous convaincre, mais elle constitue néanmoins une facette importante de l'engagement des jeunes.

La présence en ligne de votre organisation est votre visage au monde. La plupart des gens à la recherche de renseignements, mais surtout les jeunes, se tournent en premier lieu vers les médias sociaux. Votre présence en ligne joue donc un rôle central dans la diffusion des renseignements et la formation des premières impressions. Avez-vous une présence en ligne ou dans les médias sociaux bâclée et occasionnelle? On pourrait croire que vous ratez la cible, que vous manquez de crédibilité. Faites-nous confiance lorsqu'on dit ceci : la mauvaise publicité en ligne existe.

En ce qui concerne les Canadien.ne.s âgé.e.s de 18 à 24 ans, 99 % utilisent Instagram et 84 % utilisent Facebook³⁷. Il est impératif de consacrer du temps, des efforts et un soin particulier à votre présence dans les médias sociaux si les jeunes constituent votre cible démographique.

Comment L'apathie c'est plate fait-elle participer les jeunes?

L'apathie c'est plate a pour priorité d'atteindre les jeunes là où elles et ils se trouvent. Nous n'attendons pas des jeunes qu'elles et ils viennent chez nous. Au lieu de cela, nous trouvons différents moyens de les atteindre : que ce soit sur les campus (ou les concerts!), par des moyens en ligne, ou par la mise en relation avec des organisations pour aller à la rencontre des jeunes. En outre, nos programmes offrent à nos jeunes de nombreuses possibilités de nouer des contacts avec leurs ami.e.s. Nous encourageons nos équipes de jeunes à partager toute opportunité avec leurs réseaux. En tant qu'organisation, nous avons eu beaucoup de succès en rencontrant les jeunes grâce à ces modèles.

³⁷ Social Media Lab (2020). *The State of Social Media in Canada 2020 : A new Survey Report from the Ryerson Social Media Lab*. En ligne. En anglais seulement.



VOICI QUELQUES PRATIQUES EXEMPLAIRES À NE PAS OUBLIER :

- + Faites en sorte que votre présence sur le Web soit cohérente, simple à comprendre et facile à trouver. Trois clics inutiles entre un jeune et les possibilités de bénévolat peuvent faire toute la différence. Une personne jeune pourrait laisser de côté votre organisation pour une autre.
- + Centralisez les profils des médias sociaux en une seule présence officielle pour chaque plateforme. Rassemblez les pages qui ne font que dédoubler de l'information, ainsi que les pages non officielles ainsi que celles rarement mises à jour.
- + Assurez-vous que toutes vos présences en ligne sont reliées entre elles, afin que nous n'ayons pas à vous rechercher à nouveau sur chaque plateforme.
- + Vos interactions sur les médias sociaux doivent être parlantes, pertinentes : ne faites pas qu'y afficher des communiqués de presse.
- + Vous ne savez pas quoi faire exactement? Montrez-nous les gens et la personnalité de votre organisation. Prenez des photos de vos événements, de vos initiatives et de votre équipe dans le feu de l'action et assurez-vous de les afficher au bon moment.
- + Réfléchissez aux raisons pour lesquelles les gens devraient vous connaître, parler de vous ou vous suivre. Renforcez l'essence de votre marque et expliquez clairement pourquoi les jeunes devraient se tourner vers vous. Partagez ce que vous avez à partager de façon efficiente, en temps opportun.
- + Faites preuve d'humour et de légèreté. Bien que cela semble simple, les « mêmes » génèrent l'un des taux d'engagement les plus élevés sur nos

chaînes sociales, c'est le contenu qui incite les jeunes à revenir sur nos pages encore et encore.

- + Essayez la règle du 80:20. Il existe déjà une multitude de contenus excellents et bien produits, vous n'avez pas besoin de faire tout le travail vous-même. Si vous n'avez pas les ressources nécessaires pour créer du contenu en continu, partagez (avec crédit) 80 % de votre contenu provenant d'autres sources et produisez 20 % en interne.
- + Répondez aux commentaires, même les plus difficiles, et favorisez le dialogue. Cela permet non seulement d'accroître votre visibilité dans la plupart des fils de médias sociaux, mais aussi de rendre votre organisation plus humaine et plus réceptive au public que vous servez.
- + Moins, c'est plus. Vous souhaitez maintenir une nouvelle présence en ligne? Tenez-vous-en à l'essentiel. Concentrez-vous sur l'amélioration de votre présence dans les canaux les plus populaires, notamment votre site Web.

Les médias sociaux sont devenus un élément crucial de toute stratégie de communication. La création d'un poste de coordinateur.trice de médias sociaux à temps plein ou à temps partiel est un excellent moyen d'attirer les jeunes talents, et leur travail aura beaucoup plus d'impact que le simple ajout de ces fonctions à la charge de travail de quelqu'un d'autre.



ÉTABLIR LA CONFIANCE

La plus grande erreur que font les organisations lorsqu'elles tentent d'atteindre les jeunes est qu'elles s'attendent à ce que nous nous intéressions à leur cause sur-le-champ.

On ne peut pas s'attendre à ce que les jeunes sautent la tête la première dans une situation : il faut cultiver notre intérêt et gagner notre confiance. Vos disciples d'aujourd'hui peuvent devenir les bénévoles, les stagiaires et le personnel de demain, mais il faut du temps et des efforts pour y parvenir.

Voici la démarche que L'apathie c'est plate utilise pour établir la confiance avec les jeunes auprès desquel.elle.s nous travaillons :

PREMIÈRE ÉTAPE

Faites un point d'entrée à faible risque. Offrez aux jeunes un moyen facile de s'impliquer et d'apprendre ce que vous faites. Certains appellent cela du « slacktivisme », mais nous appelons un bon début : les publications Facebook à partager sont des occasions super faciles à saisir présentant peu de risques. Ainsi, nous aurons une idée de ce que vous êtes.

DEUXIÈME ÉTAPE

Laissez-nous faire votre connaissance. Une fois que les jeunes verront à quel point vous êtes formidable et à quel point votre cause est importante, donnez-nous la chance de mieux vous connaître. Il peut s'agir d'une journée portes ouvertes dans votre bureau, d'une vidéo en ligne, ou d'un Instagram ou d'un Facebook en direct. Montrez-nous votre personnalité, et donnez à votre cause un visage auquel nous pouvons nous identifier.

TROISIÈME ÉTAPE

Impliquez-nous. Donnez-nous quelque chose à faire. Voilà ce qu'il faut faire ensuite. Il s'agit d'un effort clair pour permettre à un ou une jeune de se sentir engagé.e et utile. À mesure que les jeunes se sentent plus à l'aise avec votre organisation, augmentez le niveau de responsabilité que vous nous donnez et aidez-nous à aligner notre rôle sur nos intérêts.

QUATRIÈME ÉTAPE

Demandez-nous conseil. Trouvez un moyen de nous demander notre avis. Les jeunes se sentent plus concerné.e.s lorsque notre contribution est prise en compte. Qu'il s'agisse de vous aider à améliorer votre vidéo en ligne ou de vous donner une idée de la manière d'améliorer votre programme de bénévolat, assurez-vous que les jeunes voient où vont nos commentaires et qu'ils sont appréciés.

CINQUIÈME ÉTAPE

Célébrons notre engagement. Assurez-vous que les jeunes avec lesquel.elle.s vous travaillez soient célébrés pour leur engagement et leur dévouement à la cause. N'oubliez pas d'organiser une fête, de nous mentionner sur les médias sociaux ou de nous écrire une carte de remerciement personnalisée pour nous montrer votre appréciation.

SIXIÈME ÉTAPE

Demandez-nous de partager notre expérience avec nos ami.e.s. Maintenant que vous avez établi la confiance, vous pouvez demander aux jeunes de s'adresser à leurs pairs. Cette étape ne peut être franchie qu'une fois que nous sommes attachés à l'organisation et à la cause. Cela ne fonctionnera pas si nous ne le faisons pas... mais votre travail acharné pour nous engager portera ses fruits! Ensuite, il suffit de répéter ces étapes avec nos amis.es.

SEPTIÈME ÉTAPE

Aidez-nous à grandir et à poursuivre le développement de nos compétences. Nous sommes avec vous, nous avons développé une confiance et nous continuons à vous aider à établir des relations avec d'autres jeunes. La prochaine étape consiste à nous aider à poursuivre notre croissance. Offrez aux jeunes de votre équipe la possibilité de développer et d'acquérir de nouvelles compétences. Favoriser le développement des compétences ne fera que permettre à votre équipe de se renforcer et de devenir plus agile dans un monde en pleine mutation!



Étude de cas



L'APATHIE C'EST PLATE^{MD}

À ne pas oublier

Le contenu et les campagnes en ligne devraient être une voie vers un engagement dans le monde réel. Que les jeunes soient abonnés.es à un bulletin d'information ou ami.e.s de médias sociaux, les jeunes que vous atteignez en ligne doivent pouvoir s'impliquer directement et concrètement dans votre organisation, par exemple en faisant du bénévolat ou en participant à des événements en ligne ou hors ligne. Assurez-vous que votre stratégie de sensibilisation offre ces voies et propose aux jeunes quelque chose de valable. Réfléchissez au chemin qu'une ou un jeune visitant votre site pour la première fois prendrait pour devenir un.e bénévole, un.e membre du personnel, un.e donateur.trice, un cadre, un.e client.e ou un.e partisan.e.

Pensez-y de cette façon : les jeunes ne font pas des fêtes sur Facebook : nous allons sur Facebook pour savoir où les fêtes ont lieu, où sont nos vrai.e.s ami.e.s. Votre présence sur les médias sociaux et votre site Web doivent vous donner des possibilités d'engagement hors ligne, comme sur Facebook.

VOTE

L'apathie c'est plate a mis en œuvre toutes nos pratiques exemplaires en ligne et hors ligne lorsque nous avons lancé notre plus grande campagne de mobilisation à ce jour : VOTE 2019.

Notre campagne visait à éduquer, mobiliser et finalement inspirer les jeunes à voter aux élections fédérales canadiennes, tout en soutenant plus largement les jeunes à devenir des leaders d'opinion parmi leurs pairs – ce qui a conduit

à un mouvement décentralisé des jeunes en tant qu'agent.e.s de changement.

Notre campagne VOTE a permis aux jeunes de s'engager dans un dialogue significatif autour de l'élection fédérale, à la fois en ligne et hors ligne. En établissant une solide stratégie terrestre, dans « la vraie vie », et une solide campagne de médias sociaux transcanaux (nous pourrions voir cela comme une « stratégie aérienne »), nous offrons des occasions d'engagement visant à susciter la participation des jeunes selon tous les niveaux d'intérêt, de temps, de disponibilité et d'accès.

Le jeu de terrain

Ces activités se sont déroulées sur le terrain, en personne, et visaient les jeunes et les nouveaux électeurs dans tout le pays. Au total, nous avons organisé 141 activités uniques dans 26 villes au pays. Au total, les activités de jeu au sol ont mobilisé 5 000 jeunes dans la vraie vie. D'après les réactions que nous avons recueillies, 92 % de nos bénévoles nous ont dit que L'apathie c'est plate les comprend et comprend ce qu'elles et ils aiment.

La stratégie aérienne

Afin de soutenir la stratégie sur le terrain et de faire participer le plus grand nombre de jeunes possible, notre équipe de communication a élaboré une vaste stratégie médiatique visant à informer les jeunes sur l'élection fédérale, tout en solidifiant la marque de L'apathie c'est plate et sa crédibilité comme organisme au service des jeunes. L'intention était de maintenir l'engagement et l'intérêt de nos partisans pour notre travail après l'élection, c'est pourquoi il était important que nous nous montrions dignes du temps de notre public.

Au final, nos messages de la campagne VOTE ont eu une portée combinée de **1,4 million** sur Facebook, Twitter et Instagram.

En tant qu'organisation au service des jeunes de 18 à 30 ans, nous nous posons constamment des questions :

De quoi les jeunes ont-ils besoin en ce moment?

Comment pouvons-nous rendre nos informations/contenus plus accessibles?

Comment rester pertinent et significatif pour la culture des jeunes d'aujourd'hui?

Même si les jeunes ne sont pas votre public principal, il est utile de revenir à ces questions lorsque vous élaborez une stratégie d'engagement des jeunes, que ce soit en ligne ou hors ligne.

Les Sept principes de l'engagement des jeunes

Alors, vous êtes prêt.e à tendre la main. Vous avez fait l'espace et créé des possibilités d'engagement, et tout est prêt à être exécuté. Vous êtes prêt.e à établir la confiance et à nous ouvrir vos portes.

La question suivante à se poser est :

Comment travaillez-vous efficacement avec nous?

Si vous ne savez pas en quoi le travail avec les jeunes diffère du travail avec les adultes, vous êtes sur la bonne page. Les Sept recommandations de L'apathie c'est plate³⁸ de l'engagement des jeunes est une base solide pour développer une philosophie et une politique favorables aux jeunes. Ces recommandations répondent aux besoins des jeunes et correspondent aux réalités de votre culture organisationnelle. De plus, lorsque votre travail prendra ces recommandations à cœur et apportera réellement des changements, vous favoriserez le bien-être des communautés et une démocratie plus solide.

1. Habilitier les jeunes à prendre des décisions

: Une fois que vous avez fait de la place pour les jeunes, il est temps de vous demander comment vous pouvez faire de ces espaces des avenues significatives pour l'autonomisation des jeunes. Il est important d'habilitier les jeunes à concrétiser leurs idées en leur donnant un accès et un contrôle. Cela permet aux jeunes de développer un sentiment de pouvoir et de confiance en leurs propres capacités, ce qui permet l'émergence d'une innovation et d'un leadership innés.

2. Prioriser la formation et les outils anti-oppression

: Comme nous le soulignons tout au long de ce guide, la jeunesse n'est pas une identité monolithique. Les jeunes d'aujourd'hui sont extrêmement divers; on peut dire que c'est la population la plus diversifiée du Canada³⁹. Par conséquent, il est essentiel que les centres jeunesse s'intéressent aux diverses réalités vécues et aux obstacles auxquels les jeunes sont confronté.e.s. Cela implique de fonctionner dans un cadre qui crée des espaces sûrs, conscients et ouverts, en particulier pour les jeunes autochtones, LGBTQ2IS+, handicapé.e.s et racialisé.e.s.

3. Incorporate (culturally appropriate) mentorship opportunities for supplemental support

: Des mentor.e.s et des guides de pairs soigneusement recruté.e.s permettent aux jeunes de vivre de riches expériences. Les jeunes développent leurs réseaux, leurs compétences et leurs expériences. De plus, le mentorat par les pairs permet aux jeunes de développer leurs compétences en matière de leadership et de renforcer leurs capacités. Tout le monde y gagne!

³⁸ L'apathie c'est plate, Ensemble, nous pouvons agir (2020)

³⁹ Rapport d'Environics



- 4. Créer et communiquer les lignes directrices de l'innovation** : La définition d'attentes et de contraintes réalistes doit être comprise par toutes les parties : qu'il s'agisse des jeunes ou de votre équipe actuelle. Cela permet des relations basées sur la transparence, la confiance, la communication et le respect. La définition de ces limites autour de l'innovation permettra des discussions et une conception plus efficaces.
- 5. Renforcer la valeur des compétences, de l'expérience et du pouvoir des jeunes** : Les jeunes ont des compétences et des expériences diverses. Renforcez les capacités des jeunes en célébrant leurs points forts et leurs compétences.
- 6. Lorsqu'il est question de recrutement : faites le travail** : Il existe des barrières qui rendent difficile l'engagement de certains jeunes. C'est là que vous intervenez : faites le travail en recherchant intentionnellement ces jeunes et en les rencontrant là où nous sommes. Cela signifie qu'il faut créer des programmes et des initiatives qui soient accessibles : être flexible et fournir un soutien supplémentaire lorsque nous avons besoin de vous.
- 7. Intégrer la rétroaction et être à l'écoute des participant.e.s** : Créez des espaces pour les jeunes où ils peuvent vous donner un retour d'information continu. Valorisez et accordez de l'importance à leur retour d'information, et prenez des mesures pour concrétiser leurs recommandations.

Nous avons tous des besoins. Les jeunes ont besoin de rester impliqué.e.s dans n'importe quelle cause :

AUTONOMISATION

Pour faire quelque chose qui compte;

PUISSANCE

Pour prendre de vraies décisions, et être réellement entendu.e.s;

CONNEXITÉ

Faire partie d'une communauté.

S'adapter à la jeunesse? À quoi cela ressemble-t-il?

Une fois que vous avez intégré les Sept principes de l'engagement des jeunes, que vous adoptez une posture propice aux jeunes, que se passe-t-il? Les améliorations positives, tant attendues qu'inattendues, se répercutent sur l'ensemble de votre organisation. Voici quelques possibilités à envisager et à préparer.

La prise de décision est partagée et améliorée

Les organisations explorent de plus en plus différents modèles de prise de décision qui améliorent l'adhésion et réduisent la pression sur les dirigeants individuels²⁰. Les jeunes mènent la charge dans des modèles exigeants qui comprennent la division des rôles de direction en plusieurs postes de direction, l'aplatissement et le remaniement des chaînes de commandement et l'octroi d'un espace permettant à chacun de proposer des changements innovants. Ces modèles ont tout simplement permis de prendre des décisions plus efficaces et plus globales, surpassant leur membre le plus expérimenté à eux seuls dans 97 % des cas.²¹

Un esprit de collaboration apparaît

Permettre l'utilisation des technologies de collaboration privilégiées par cette génération, telles que les wikis, les logiciels libres et les médias sociaux, favorise un environnement d'innovation et de travail d'équipe qui suscite une réflexion latérale et des solutions créatives²². La familiarité des jeunes avec ces technologies est un ensemble de compétences et une force de notre génération. En tirant parti de ces atouts, vous aiderez votre organisation à sortir des cloisons traditionnelles et à se brancher sur les nouvelles tendances²³ à la vitesse nécessaire pour suivre le rythme du monde d'aujourd'hui.

Les lacunes en matière de connaissances se comblent

La coordination de la formation continue nécessaire pour orienter les jeunes et leur donner une image complète de l'organisation peut en fait combler les lacunes en matière de connaissances dans votre organisation dont vous ne saviez même pas qu'elles existaient, que ce soit au sein de votre conseil d'administration ou même de la direction²⁴. Il est rare que tout le monde soit sur la même longueur d'onde dans une structure organisationnelle, et rien n'aide à identifier un point aveugle comme le fait de devoir l'expliquer à quelqu'un de nouveau, et de développer une organisation où l'apprentissage est un état d'esprit constant.

La responsabilité augmente

Les jeunes attendent des résultats tangibles pour la réalisation de la mission de votre organisation. Cette perspective nouvelle et exigeante renforce l'engagement et la responsabilité là où l'habitude et les précédents ont pu soutenir des pratiques inefficaces²⁵. Le sentiment général de responsabilité partagée dans une organisation est renforcé lorsque vous permettez aux jeunes de remplir des rôles décisionnels avec de réelles responsabilités, que vous nous apportez le soutien nécessaire et que vous nous permettez d'utiliser au mieux nos compétences²⁶.

Les risques sont pris

L'engagement des jeunes implique de budgétiser davantage de ressources et de faire place à l'apprentissage ainsi qu'aux essais et aux erreurs. Voici les bienfaits : le processus décisionnel de votre organisation peut devenir plus audacieux et plus adaptable. S'adapter à la jeunesse, ultimement, ça améliore la capacité d'une organisation à mettre en œuvre de nouvelles approches et laisse de la place pour stimuler l'innovation.



Un engagement accru pour toutes et tous

Les mêmes efforts que vous entreprenez pour accroître l'engagement des jeunes conduiront en fait à un engagement global accru entre les générations dans votre travail, votre base de bénévoles et au-delà. Vous verrez l'engagement des jeunes dans les communautés et au sein de la démocratie canadienne. Vous verrez des jeunes recruter leurs ami.e.s, adhérer à vos activités et à la démocratie dans son ensemble.

C'est parce que vous avez activé les jeunes pour qu'ils soient les faiseurs, les contestataires et les relayeurs.euses que nous sommes censé.e.s être dans votre travail. Cette activation se répandra dans le monde qui les entoure.

Comme nous le disions, s'adapter à la jeunesse, ça fait du bien pour tout le monde. Par exemple, des études montrent que le fait de donner aux travailleur.euse.s le soutien, les ressources et les outils dont ils ont besoin et de créer des environnements de travail stimulants augmentera l'engagement général, avec des effets nets évidents.²⁷

Étude de cas



CityHive

CITYHIVE

Vancouver, Colombie-Britannique

Fondée en 2017 par Veronika Bylicki et Tesicca Truong, deux jeunes de Vancouver, CityHive imagine des villes où les jeunes sont impliqué.e.s dans la planification, le façonnage et la prise de décisions civiques. Elles voulaient trouver une solution, car il était clair que les jeunes veulent s’engager de manière significative, mais qu’elles et ils ne trouvent pas les occasions de consacrer leur énergie, leurs connaissances et leurs idées à la résolution de problèmes.

Pour résoudre ce problème, elles proposent un certain nombre de programmes axés sur les jeunes afin de transformer la façon dont les jeunes façonnent leurs villes et les processus civiques qui les engagent. Parmi leurs programmes, citons Envirolab, City Shapers et de nombreux programmes d’éducation civique en collaboration avec les municipalités de tout le Lower Mainland en Colombie-Britannique. Elles sont également de ferventes collaboratrices d’autres organisations.

Au cœur de ces programmes se trouvent la voix des jeunes et l’engagement des jeunes, les participant.e.s aux programmes ayant moins de 30 ans. En outre, un grand nombre des membres de leur personnel et de leur conseil d’administration sont âgé.e.s de moins de 30 ans. Ces personnes ont fourni l’espace, les outils et les connaissances nécessaires à un engagement significatif des jeunes dans leur organisation.

Étude de cas



SANTROPOL ROULANT

Montréal, Québec

Santropol Roulant, fondé en 1995, est un centre alimentaire de l’arrondissement du Plateau-Mont-Royal qui livre des repas sains et peu coûteux à vélo aux personnes âgées et aux personnes à autonomie limitée.

Grâce à un effectif qui réunit des jeunes et des aîné.e.s lors de leurs assemblées générales, à des brunchs réguliers et à son conseil d’administration fondamentalement intergénérationnel, le Santropol Roulant est devenu une pierre angulaire dynamique et durable de la communauté montréalaise.

Depuis 1995, cette organisation s’est développée pour offrir plus qu’un simple programme de repas à domicile. L’équipe du Santropol Roulant a développé et mis en place un jardin urbain sur toit, une programmation d’ateliers de cuisine et de vélo, et des initiatives intégrées de durabilité, le tout en plus des services de base du Roulant. Leurs domaines de bienfaisance comprennent la sécurité alimentaire, l’inclusion sociale et l’engagement communautaire.

L’équipe de bénévoles du Santropol Roulant est dynamique et autosuffisante. L’engagement profond des jeunes et la création de nouvelles idées grâce aux partenariats intergénérationnels de l’organisation ont été au cœur de cet accomplissement.

Tout cela a été fait avec un peu plus de 20 membres du personnel. La différence au Santropol Roulant est un engagement sérieux en faveur du dialogue intergénérationnel et des partenariats complets pour les jeunes dans la prise de décision, des fournisseurs de services de première ligne à son conseil d’administration.²⁸



Conclusion

S'adapter à la jeunesse? Voilà ce qui prend beaucoup de travail. Cela nécessitera le soutien de tous les membres de votre équipe, à tous les paliers : du personnel de première ligne, aux superviseurs et aux membres de la direction. Vous devrez vous attaquer à la discrimination et remanier vos pratiques organisationnelles. Vous devrez procéder à une évaluation complète de votre culture organisationnelle afin de développer une vision spécifique de la manière dont les jeunes s'intégreront.

Il faudra du temps, de la patience et un engagement constant pour mener à bien cette mutation. L'engagement auprès des jeunes est un processus continu, et non un projet à court terme. Avec un soutien, une préparation et une planification appropriés, les jeunes peuvent révolutionner votre façon de travailler. Nous contribuons à affiner la prestation de services d'une organisation et à la préparer au nouveau paysage démographique qui se dessine à l'horizon.

Un programme d'engagement doté de ressources adéquates peut faciliter les transitions difficiles et promouvoir une culture d'apprentissage continu et d'adaptation au sein de votre travail. Vous nous offrez des espaces dans lesquels nous voulons nous impliquer et vous nous aidez à faire la différence.

Avec des pratiques d'engagement de la jeunesse approfondies, vous faites plus que soutenir vos activités. Vous donnez aux jeunes les moyens d'être des décideur.euse.s, des agent.e.s de changement et des contestataires dans leurs communautés. Vous aidez à construire l'avenir de notre démocratie, en créant des citoyens engagés et responsabilisés.

À NE PAS OUBLIER

Vous n'avez pas à faire tout tout.e seul.e. L'apathie c'est plate s'engage à voir les jeunes devenir des décideur.euse.s et des citoyen.enne.s actif.ve.s au sein de leurs propres communautés. C'est pourquoi nous sommes fiers de proposer les services de notre programme Génération. Nous avons beaucoup d'expérience et nous offrons des services et des ressources éprouvés pour faciliter le processus, alors n'hésitez pas à nous contacter.



À propos de L'apathie c'est plate

Notre vision

Un Canada où chaque jeune Canadien.ne est un.e citoyen.ne actif.ive et où les jeunes participent de façon significative à tous les aspects du processus démocratique. C'est plus que la participation aux élections : Il s'agit de mettre les jeunes en situation de prendre en charge les conditions dans lesquelles elles et ils vivent.

Nos programmes

Nous offrons une variété de programmes destinés aux jeunes et faits par les jeunes. Pour en savoir plus sur nos programmes, veuillez consulter notre site Web : www.lapathiecestplate.com

Nos valeurs

Les jeunes en tant que décideur.euse.s : Nous créons un espace pour les jeunes dans les rôles de prise de décision. Nous soutenons et encourageons les gouvernements et les institutions à faire de même.

Rejoindre les non engagé.e.s : Nous croyons à faire le travail difficile pour atteindre et activer les jeunes non engagé.e.s. Nous reconnaissons que les systèmes d'oppression affectent la capacité des jeunes à s'engager dans la démocratie de différentes manières et ne présument pas d'expériences universelles. Une participation plus inclusive dans notre démocratie est une façon de bâtir une société plus équitable.

Fournir des informations : Nous fournissons de l'information d'une manière accessible pour éduquer et informer les jeunes. Nous ne croyons pas à la prédication et nous valorisons l'impartialité.

Être responsables : Nous sommes responsables devant les jeunes Canadien.ne.s. Nous restons authentiques, ouvert.e.s au débat et à la discussion. Nous sommes transparent.e.s sur nos succès et nos échecs.

Être accessible : Nous fournissons des points d'entrée à faible risque. Nous allons là où se trouvent les jeunes et n'attendons pas des jeunes qu'elles et ils viennent à nous. Dans la mesure du possible, nous brisons les barrières physiques, linguistiques et visuelles.

Créer des liens intergénérationnels : Nous valorisons les relations intergénérationnelles et recherchons le soutien des Anciens et des chefs de communauté.

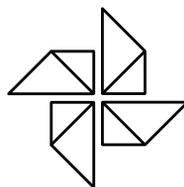
Notre méthodologie

Tous nos programmes passent par un cycle d'innovation en trois parties :

Recueillir des connaissances : Chaque activité entreprise par L'apathie c'est plate commence par une exploration sur les recherches que nous devons effectuer.

Expérimenter et innover : Avant de nous engager dans une nouvelle activité, nous testons différentes façons de réaliser notre mission. Nous recueillons les données utilisées pour évaluer les performances de chaque activité et programme, et pour nous permettre également de repérer des solutions à fort impact pour les problèmes auxquels nous nous attaquons.

Maximiser l'impact : L'apathie c'est plate est un innovateur social dans le domaine de l'engagement des jeunes. Lorsque nous avons la capacité de le faire, nous élargissons la portée de nos propres programmes. Sinon, nous offrons nos idées en cadeau. Ce faisant, L'apathie c'est plate peut toucher bien plus de jeunes qu'une organisation ne pourrait jamais le faire par elle-même.

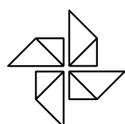


**L'APATHIE
C'EST PLATE.™**

**Connectez, éduquez
et activez.**



L'apathie c'est plate et l'histoire de Génération



**L'APATHIE
C'EST PLATE.™**
Connectez, éduquez
et activez.

L'apathie c'est plate a développé le Guide de Génération pour aider à l'origine les organismes professionnels à but non lucratif à faire participer de manière significative les jeunes à l'édification et à la direction de leurs organisations. Cette édition du guide va au-delà des organismes à but non lucratif. Nous sommes convaincu.e.s que notre approche profitera à tous les secteurs, y compris les entreprises, les organismes à but non lucratif, les autorités publiques, la sécurité, la technologie et bien d'autres encore.

GÉNÉRATION
L'APATHIE C'EST PLATE™

Le programme de **Génération** s'est développé pour devenir un ensemble complet de ressources et de services, allant d'articles d'action et d'ateliers à des consultations sur les médias sociaux, des audits Génération et, bien sûr, cette cinquième édition révisée et élargie du Guide de Génération.

Tous nos remerciements à...

Les membres du conseil d'administration de L'apathie c'est plate

Nos rédacteurs et éditeurs de Génération et les membres de l'équipe de L'apathie c'est plate : Kimberly Coulombe, Erika De Torres, Melina Duckett, Taharima Habib, Sam Reusch-Desautels, Daniele-Jocelyne Otou

Les membres de l'équipe de L'apathie c'est plate, d'aujourd'hui et d'hier.

Les auteur.e.s initiaux.ales du Guide de Génération : Kate Alexander, Amelia Clarke, Ilona Dougherty, Brad Duplisea, Michel, Marie-Claire Segger, et les membres du Caucus des jeunes du Réseau canadien de l'environnement. Quatrième édition développée par Patrick DeDauw, Devon LeClair, Bernard Rudny, Ilona Dougherty, Lauren Dodds, Jared Friedman, David Prodan, Caro Loufi et Mackenzie Duncan avec le soutien et le partenariat de Bénévoles Canada

Production en partenariat avec :



Canada

Financé en partie par le gouvernement du Canada dans le cadre du programme Service jeunesse Canada et le Programme de préparation à l'investissement.



Objectif avenir RBC

Financement accordé en partie par une subvention de la Fondation RBC en vue de soutenir Objectif avenir RBC

Autres lectures

Nous avons trouvé ces guides extrêmement utiles pour celles et ceux qui veulent en savoir plus sur l'engagement des jeunes. La plupart de ces ressources sont disponibles gratuitement en ligne.

21 Things You May Not Know about the Indian Act

(Bob Joseph, 2018, en anglais seulement)

Un guide essentiel servant à éclairer les Canadiens sur la Loi sur les Indiens, et ses répercussions sur les peuples autochtones.

La discrimination fondée sur l'âge

(Commission ontarienne des droits de la personne, 2012)

Une brochure de la Commission des droits de l'homme de l'Ontario qui démystifie la discrimination fondée sur l'âge.

Barriers to Building Effective Youth-Adult Partnerships

(Kent Klindera et al., Transitions Journal, 2001, en anglais seulement)

Analyse des obstacles auxquels les jeunes sont confrontés dans le travail d'organisation, ainsi que des moyens pratiques de les contourner.

Comblent les lacunes : Enrichir l'expérience bénévole afin de créer un avenir meilleur pour nos collectivités

(Melanie Hientz et al., Bénévole Canada, 2010)

Étude approfondie de différents segments de la population bénévole canadienne, mettant un accent particulier sur ce qui incite les jeunes bénévoles à faire du bénévolat.

Building Effective Youth-Adult Partnerships

(Jane Norman, Transitions Journal, 2001, en anglais seulement)

Aperçu du concept de partenariat entre jeunes et adultes, essentiel à un engagement significatif des jeunes.

Cap sur les jeunes bénévoles : tracez votre chemin.

(Marine Sériès, Réseau de l'Action Bénévole du Québec, 2011)

Analyse étape par étape, avec des outils de réflexion et des repères de suivi pour adapter votre initiative d'engagement des jeunes aux réalités de votre organisation.

Changing citizenship in the digital age

(W. Lance Bennett, Civic life Online : Learning how digital media can engage youth, 2008, en anglais seulement)

Un examen de la relation entre l'activisme en ligne et la politique dans le monde réel en discutant de la manière dont les réseaux en ligne peuvent inspirer la participation politique conventionnelle et en explorant également la manière dont les utilisations créatives de la technologie numérique étendent les frontières de la politique.

Faire participer les jeunes au changement social : Définir un nouvel horizon

(Natasha Blanchet-Cohen et al., L'institut international pour les droits des enfants et le développement, 2010)

Conseils et réflexions issus d'expériences sur le terrain dans le cadre de diverses initiatives nationales d'engagement des jeunes, grandes et petites, dans le cadre du programme YouthScape de la fondation J.W. McConnell.

Divers, engagés et précarité d'emploi : un regard en profondeur sur les jeunes travailleuses et travailleurs au Canada

(Congrès du travail du Canada, 2016)

Un document de recherche qui offre un large panorama des réalités sociales et économiques des jeunes travailleurs au Canada.

Elements of Effective Practice for Mentoring

(MENTOR, 2009)

Plus de ressources pour adapter vos programmes de mentorat aux besoins de votre organisation.

À l'épreuve du futur : prépare les jeunes Canadiens à l'avenir du travail

(Sarah Doyle et Creig Lamb, Brookfield Institute for Innovation & Entrepreneurship, 2017)

Un rapport pour aider à comprendre les exigences complexes du marché du travail auxquelles les milléniaux sont confrontés et identifier les compétences les plus utiles pour l'avenir du travail au Canada.

#GenerationFlux : Understanding the seismic shifts that are shaking Canada's youth

(Dominique O'Rourke, Accolade Communications for Community Foundations of Canada, 2012, en anglais seulement)

Il s'agit d'une collection et d'une synthèse de recherches disparates menées dans tout le Canada afin de dresser un portrait plus complet des jeunes au pays. Cet ouvrage fournit un riche contexte pour comprendre les paysages économiques, démographiques et sociaux changeants de la jeunesse d'aujourd'hui.

GroundFloors : Building Youth Organizing Platforms

(Chris Kang et al., Laidlaw Foundation, 2011, en anglais seulement)

Introduction à la pratique des organismes à but non lucratif établis qui soutiennent les initiatives des jeunes en fournissant des plateformes d'organisation et d'autres formes de soutien.



Mentorship Pilot Project Report

(Réseau canadien de l'environnement, Caucus des jeunes, RCEN, 2010, en anglais seulement)

Exemple d'auto-évaluation d'un programme de mentorat par le Réseau canadien de l'environnement.

Millennial Engagement: Bringing the Next Generation into Your Organization

(Trina Isakson, Charity Village, 2011, en anglais seulement)

Un aperçu de l'état d'esprit des professionnels milléniaux, notamment en ce qui concerne les nouveaux styles de travail collaboratif.

The Millennial Impact Report 2012

(Derrick Fieldmann et al., Achieve and Johnson, Grossnickle and Associates, 2012, en anglais seulement)

Rapport de recherche créé pour obtenir une compréhension des stratégies et programmes réussis pour engager les milléniaux du point de vue des organismes professionnels sans but lucratif.

Online Politics 101: The Tools and Tactics of Online Political Advocacy

(Colin Delaney, 2011, en anglais seulement)

Guide provenant des États-Unis pour l'utilisation des médias sociaux afin de développer une base d'action politique et sociale.

Pertinent pour atteindre les jeunes et pour toute organisation.

Perceived age discrimination across age in Europe: From an ageing society to a society for all ages

(Christopher Bratt et coll., Developmental Psychology, 2020, en anglais seulement)

Un document de recherche sur la discrimination fondée sur l'âge en Europe qui souligne que davantage de recherches sont nécessaires pour aborder l'âgisme chez les jeunes et tout au long de la vie et pas seulement chez les adultes.

Strategic Frame Analysis: Reframing America's Youth

(Susan Bales and Franklin D. Jr. Gilliam, Social policy report/Society for Research in Child Development, 2001, en anglais seulement)

Cet article applique les principes de base de l'analyse du cadre stratégique pour discerner ce que les Américains pensent de la jeunesse, pourquoi ils font ce qu'ils font, tout en explorant les conséquences que cela a pour la politique de la jeunesse et ses défenseurs.

Supporting the old but neglecting the young? The two faces of ageism

(Christopher Bratt et coll., Developmental Psychology, 2020, en anglais seulement)

Document de recherche sur la discrimination fondée sur l'âge qui souligne que les stratégies visant à réduire les préjugés liés à l'âge doivent aborder l'âgisme comme un défi multigénérationnel.

Étude sur les valeurs sociales des millénariaux au Canada

(Environics Institute for Survey Research et L'apathie c'est plate, 2017).

Cette étude examine les milléniaux, révèle la diversité de ce groupe de jeunes au Canada.

The Road to Retention: Youth Perspectives on Transforming Organizations into Choice Employers

(Vinod Rajasekaran, Public Policy Forum, 2010, en anglais seulement)

Un rapport contenant des recommandations issues de groupes de discussion de jeunes professionnels sur ce qui leur donne envie de rester longtemps dans un certain lieu de travail.

The Skin We're In

(Desmond Cole, 2020)

Une exploration d'une année – 2017 – et du racisme qui s'y manifeste, mois par mois; dissipant le mythe selon lequel il n'y a pas de racisme au Canada.

Ensemble, nous pouvons agir

(L'apathie c'est plate, 2020)

Un rapport soulignant l'évolution des modes de participation civique et politique au Canada. Ce rapport introduit également un nouveau cadre appelé Innovation démocratique menée par les jeunes.

Until We Are Free: Reflections on Black Lives Matter in Canada

(Rodney Diverlus, Sandy Hudson and Syrus Marcus Ware, 2020, en anglais seulement)

Exploration du militantisme et de l'organisation des Noirs au Canada, ainsi que de la dissipation du mythe selon lequel le Canada est « gentil ».

Perspectives bénévoles : Nouvelles stratégies pour favoriser la participation des jeunes

(Bénévoles Canada, 2001)

Guide de Bénévoles Canada sur la façon d'atteindre, d'engager et de retenir les jeunes bénévoles.

Young People in Governance

(Rebecca Molyneux et al., nfp Synergy, 2010)

Analyse et conseils en provenance du Royaume-Uni visant à impliquer directement les jeunes dans la gouvernance des organisations.



GÉNÉRATION
L'APATHIE C'EST PLATE.™

