

C'est une chance de
pouvoir compter sur vous
pour animer nos étés!

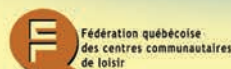
Semaine de
valorisation
de l'animation estivale

GUIDE DE PROMOTION



Une collaboration de :

Éducation,
Loisir et Sport
Québec 



La semaine de valorisation de l'animation estivale

1^{er} au 5 août 2005

POURQUOI UNE SEMAINE DE VALORISATION DE L'ANIMATION ESTIVALE ?

Le constat est partagé par tous les réseaux : **le recrutement d'animateurs et d'animatrices est de plus en plus difficile et le travail d'animation manque de valorisation**. Il y a une méconnaissance évidente des acquis transférables du travail d'animation en loisir à plusieurs emplois¹. À cela s'ajoutent des inquiétudes importantes concernant le rôle des animateurs et des animatrices versus leur **formation avec les jeunes à défis** (cas lourds, soutien déficient, limites de leur rôle, etc.).

Parmi les causes identifiées, notons :

- La concurrence de plus en plus grande en ce qui a trait au recrutement des étudiants et étudiantes pour la période estivale dans un marché près du plein emploi ;
- Les exigences s'apparentent bien souvent à des interventions sociales et non plus de l'animation ;
- La rémunération ne permet pas aux jeunes de financer leurs études ou leurs projets de vie ;
- Des préjugés importants et une méconnaissance du travail d'animation ;
- La difficulté pour les jeunes de cerner les acquis transférables pour leur vie professionnelle.

Le contexte de travail des animateurs et des animatrices, rémunérés ou non, a bien changé au cours des dernières années. Les conditions sont aujourd'hui beaucoup plus complexes, car :

- La sécurité et les procédures d'autorisation prennent une place de plus en plus grande ;
- Les participants vivent des problèmes sociaux et de santé de plus en plus nombreux.
- Les parents des enfants qui fréquentent les camps estivaux s'attendent à un important volet éducatif ;

Le manque de candidats et candidates spécialisés ou déjà formés pour les exigences du travail d'animation oblige les organismes à investir énormément de ressources dans la formation et l'encadrement. Avec, en plus, un taux de roulement qui atteint facilement 50 %, c'est un processus qui doit se répéter annuellement.

¹ Selon une étude récente de la Chambre de commerce de Montréal sur les compétences-clés recherchées par les entreprises chez les employés afin de pouvoir faire face aux défis de la nouvelle économie, on identifie neuf compétences-clés à savoir : le sens des responsabilités, la capacité d'adaptation, le souci des clients, le travail d'équipe et la coopération, le raisonnement analytique, l'initiative et la persévérance, la volonté d'apprendre, la capacité de communiquer et l'expertise technique, la maîtrise d'une langue seconde et des technologies de l'information.

Cela a aussi des répercussions sur la capacité d'accueil de la population aux activités mises en place. Le manque de personnel d'animation risque de réduire, ou à tout le moins de limiter la capacité d'accueil.

Voici un extrait de *Milieu de Vie*, (novembre 2003), où Jean Duval, alors directeur du volet communautaire au Patro de Charlesbourg, résumait bien la situation.

« ...Observons simplement la réalité à peine exagérée d'un moniteur génération 2000. En plus d'être formé aux rudiments de base pour animer un groupe, il aura suivi un cours de premiers soins, aura été initié à l'écoute active, appris certains éléments en « droits de la jeunesse » et d'autres éléments en « CSST ». Il aura à surveiller de près les deux enfants « allergiques », à savoir faire un test de diabète et à ne pas oublier de donner les médicaments. Il devra surveiller les intrus, éliminer de son langage des termes sexistes, homophobes ou racistes. Il doit être habilité à détecter les jeunes qui vivent des négligences parentales, ou ne pas se tromper vis-à-vis les « droits de visite » ou chez qui va l'enfant cette semaine. En plus de se démener pour trouver les objets perdus, il devra penser à appliquer la crème solaire, à sécuriser le parc de condoms ou de seringues en plus de mettre des gants pour soigner les petits bobos.

Il restera calme avec les enfants « en trouble de comportement » et apprivoisera d'autres cultures. Enfin, il rendra compte de ses faits et gestes à son responsable, aux parents, à l'intervenant social ou même à un enquêteur. Et vous ai-je dit que l'infirmière du CLSC le rencontrera pour l'habiliter à dépister la pédiculose ? »

DES PISTES D'ACTION

Les partenaires du projet, soit le Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport, la Fédération québécoise des centres communautaires de loisir, le Mouvement québécois des camps familiaux, l'Association des camps du Québec et l'Association québécoise du loisir municipal, ont donc décidé d'agir **ensemble**. Les pistes d'action suivantes ont été retenues :

- Renforcer l'image positive de l'animation en loisir ;
- Faire reconnaître l'expérience acquise par les animateurs et les animatrices.

Sur un horizon de deux ans, les organismes se sont donnés des pistes de travail pour réaliser les objectifs principaux identifiés.

C'EST QUOI LA VALORISATION DE L'ANIMATION ESTIVALE ?

Comme premier élément pour redorer le blason de l'animation en loisir, les regroupements associés vous invitent à mettre en lumière les milliers de jeunes qui s'engagent dans l'animation estivale. Vous trouverez ci-joint quelques exemples de ce que vous pouvez faire, à la lumière des expériences déjà réalisées dans certains milieux.

Soyez créatifs... mais surtout, soulignez auprès des parents et des jeunes, l'importance d'apprécier le travail des animateurs et des animatrices.

UN LOGO ÉVOCATEUR

Ce logo évoque d'abord et avant tout le dynamisme qui anime les jeunes animateurs et les jeunes animatrices. De plus, sa forme de trèfle rappelle la nature, élément qui accompagne souvent le travail en camp d'été.



Comme il s'agit d'un trèfle à quatre feuilles, il va s'en dire que ce logo rappelle la chance : la chance d'avoir un emploi que l'on aime, la chance de s'amuser tout en travaillant, la chance d'acquérir de nouvelles connaissances par le biais d'une expérience enrichissante. De plus, il est important de souligner la chance que la population a de pouvoir compter sur des jeunes qui s'impliquent et qui donnent de leur temps afin de faire des camps estivaux un moment inoubliable.

Chaque pétale du trèfle symbolise une personne : c'est donc dire ô combien le facteur humain est important pour le travail d'animation estivale. Bien entendu, lorsque l'on pense au camp estival, il va de soi que nous pensons à l'esprit d'équipe qui y règne.

Finalement, les quatre pétales peuvent symboliser chacun des quatre organismes, soutenus par le Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport, qui se regroupent pour promouvoir l'animation estivale : la Fédération québécoise des centres communautaires de loisir, le Mouvement québécois dans camps familiaux, l'Association des camps du Québec et l'Association québécoise du loisir municipal.

UN GUIDE DE PROMOTION

Comme vous le savez sûrement, différentes activités peuvent être organisées durant cette semaine. L'objectif est de reconnaître le travail de l'équipe d'animation estivale, mais également de médiatiser² cette reconnaissance. Voici quelques exemples pour vous inspirer.

² Les suggestions suivies d'un astérisque indiquent qu'elles peuvent créer un intérêt pour les médias.

Les suggestions qui suivent sont interchangeables, transposables, modifiables, adaptables, remplaçables

1. Organiser une parade dans les rues autour du centre, communautaire de loisir ou du camp dans le quartier ou au centre-ville.*
 - Les jeunes peuvent se costumer, faire des pancartes de remerciement, décorer leurs vélos.
 - Des chars allégoriques peuvent être bâtis pour l'événement.
 - Les participants aux ateliers de danse et de chant ou les entreprises privées d'art de la scène peuvent être mis à contribution.
2. Créer une mini pièce de théâtre ou un spectacle de chant ou de variétés avec les jeunes.
3. Afficher une immense bannière de remerciement devant le centre communautaire de loisir ou le camp.*
 - La bannière peut être signée par les enfants et les parents.
 - Des gens peuvent assister au déroulement de la bannière.
4. Faire un gala pour couronner l'animateur ou l'animatrice de l'année, la plus drôle, le plus patient, la plus ...
 - Pour plus d'originalité, vous pouvez organiser ce gala sur le bord d'une piscine ou dans un autre lieu inhabituel.*
5. Préparer un immense feu de camp ouvert à toute la population.*
 - Des joueurs de guitare sèche peuvent animer la soirée.
6. Organiser une journée de défis : les animateurs et les animatrices contre les parents et les enfants.
 - Courses à obstacles, rallyes, épreuves aquatiques, volley-ball, improvisations, jeux de fer, etc.
 - Ce peut aussi être l'occasion d'amasser des fonds pour un organisme de charité régional ou national (ex. Rêve d'Enfant) en demandant aux gens de parier sur les vainqueurs.*
7. Faire un pique-nique suivi d'activités familiales.

8. Organiser une remise de cartes de la part des enfants à leurs animateurs ou animatrices.

- Les cartes peuvent être en forme de ballon, de cœur, de main.
- Il peut y avoir une seule carte par groupe, une carte immense.

9. Préparer un souper spaghetti avec chansonnier et animation.

10. Publier une photo des animateurs et animatrices dans l'hebdo local.

- La photo peut aussi être laminée et remise à chaque animateur et animatrice.

11. Demander aux jeunes d'organiser une activité pour leur animateur ou leur animatrice.

- Privilégier les enfants de plus de 11 ans.

12. Remettre une plaque-souvenir à tous les animateurs et animatrices.

13. Organiser une sortie particulière exclusivement pour les animateurs et animatrices.

- Ce peut être une sortie au cinéma, une randonnée à cheval, une balade en bateau, etc.

14. Faire tirer des cadeaux ou des coupons-rabais des restaurants ou des boutiques de la région.

15. Remettre un t-shirt à tous les animateurs et animatrices.

- Les photos de l'équipe d'animation du camp de jour peuvent être imprimées au dos du t-shirt.

16. Préparer un immense gâteau décoré pour l'occasion.

17. Inviter les élus, les personnalités de la région ou du quartier à devenir aide-animateur ou aide-animatrice d'un jour. *

Nous vous invitons à collaborer avec les autres organismes de loisir de votre milieu pour la préparation des événements.

Promotion de l'activité

La meilleure façon de créer un rassemblement est d'utiliser vos moyens habituels de promotion, le bouche-à-oreille, la remise de dépliants ou de simples feuilles explicatives. Il suffit de bien cerner les gens à inviter et vos meilleurs porte-parole.

Vous recevrez bientôt une affiche. Vous pouvez l'utiliser comme telle, mais aussi l'imprimer sur le support que vous désirez : t-shirt, carte postale, macaron, etc. Un espace orange a été laissé au milieu pour vous permettre d'inscrire les renseignements sur votre activité ou un immense MERCI.



L'explication de l'affiche

On remarque dès le premier coup d'œil le logo de l'animation estivale. Stylisé, ce dernier permet de donner du mouvement à l'ensemble et rend l'affiche très dynamique.

La couleur dominante, l'orange, rappelle l'été. En effet, cette couleur chaude, en plus d'attirer l'œil permet à ceux qui regardent l'affiche de se remémorer les chauds rayons du soleil de juillet. À noter également le léger dégradé de bleu sur le coin inférieur droit de l'affiche qui permet de donner une très belle finition visuelle à l'ensemble, en plus de rappeler la rivière ou le ciel d'été.

Les photos permettent de visualiser le travail de l'animateur et de l'animatrice. Les logos du Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport, de la Fédération québécoise des centres communautaires de loisir, de l'Association des camps du Québec, du Mouvement québécois des camps familiaux, de l'Association québécoise du loisir municipal et de l'Animation estivale sont également présentés au bas de l'affiche.

La phrase « C'est une chance de pouvoir compter sur vous pour animer nos étés » s'adresse directement aux animateurs et animatrices.

Bref, l'affiche remplit l'objectif principal qui est de remercier les animateurs et animatrices de leur engagement. De plus, elle attire le regard et elle est à leur image : dynamique, intéressante et unique.

Communiqué de presse

La presse peut servir à annoncer l'événement ou à promouvoir la Semaine de valorisation de l'animation estivale. Il est conseillé de produire trois communiqués de presse et de les diffuser au plus grand nombre de médias possible (journaux de quartier, hebdomadaires régionaux, radios, télévisions).

Un premier communiqué doit être remis à tous les médias quelques jours avant l'événement. Vérifiez la date de tombée des hebdomadaires, certains terminent leurs journaux plusieurs jours avant la parution. Il serait dommage que l'activité soit annoncée une semaine trop tard.

Le deuxième doit être transmis la journée même aux quotidiens, aux radios et aux télévisions. Il n'est pas pertinent pour les hebdomadaires. Il donne une deuxième chance de faire parler de l'événement. Il permet aussi d'apporter des précisions sur l'activité par rapport aux derniers événements, par exemple si la journée s'annonce pluvieuse et que l'activité prévue devait se tenir à l'extérieur.

Le troisième communiqué doit être envoyé après l'événement. Il relate l'activité et ses retombées. C'est la dernière chance de faire parler de la journée. Les journaux sont souvent plus réceptifs si vous envoyez des photographies. Dans ce cas, n'oubliez pas de donner toutes les informations, le nom des personnes sur la photographie, le moment où elle a été prise (ex. allocution du maire ou de la mairesse, finale du tournoi opposant les parents à l'équipe d'animation), etc. Vérifiez également que les personnes photographiées acceptent que la photo soit publiée.

Derniers petits trucs

- Utilisez toujours un papier où sont identifiés le centre communautaire ou le camp et le logo de la Semaine de la valorisation de l'animation estivale. Il peut s'agir de votre papier en-tête habituel.
- Il peut être à propos de faire un communiqué de presse pour les médias écrits et un autre pour les médias électroniques. Ce dernier est plus succinct et les phrases sont plus faciles à prononcer.
- Envoyez vos communiqués au chef de pupitre ou directement au journaliste qui couvre le communautaire.
- Chaque paragraphe du communiqué doit être indépendant des autres. Ainsi, si le journal doit supprimer un paragraphe par manque d'espace, il n'a pas à retoucher l'ensemble du texte.

Trois exemples vous sont proposés. Ils peuvent vous aider à structurer vos propres communiqués.

Semaine de valorisation de l'animation estivale

Un titre explicatif, accrocheur.

**Invitation à une fête familiale
au parc du Grand-chêne**

Donner l'information essentielle : date, lieu, heure du début (heure de la fin rarement essentielle), nom de l'activité principale, son objectif, public visé, nom du centre communautaire ou du camp. Souligner qu'il s'agit de la Semaine de valorisation de l'animation estivale.

(Nom de la ville), le 29 juillet 2005 - Le 1er août, dans le cadre la Semaine de valorisation de l'animation estivale, le centre XYZ invite la population au parc du Grand-chêne pour le déploiement d'une bannière géante de remerciement destinée aux animatrices et animateurs. Les gens sont invités à venir pique-niquer et à participer aux activités gratuites pour toute la famille.

Paragraphe qui donne plus d'explications sur l'activité, les heures, les coûts, les personnes invitées, etc.

Le public aura la possibilité de signer la bannière qui sera déployée à 13 h 30. En cas de pluie, l'activité aura lieu au centre XYZ, au 90, rue Principale.

Informations à transmettre

La Semaine de valorisation de l'animation estivale, chapeautée par la Fédération québécoise des centres communautaires de loisir, l'Association des camps du Québec, le Mouvement québécois des camps familiaux, l'Association québécoise du loisir municipal et le Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport est célébrée entre le 1^{er} et le 5 août partout en province. L'objectif est de reconnaître le travail des jeunes animateurs et animatrices qui créent des expériences enrichissantes et inoubliables pour des milliers de jeunes chaque été.

Donner des explications sur le camp de l'organisme, des statistiques ou des exemples d'activités.

Le centre XYZ offre des camps de jour depuis 1950. Cet été, 35 animateurs et animatrices ont permis à 467 jeunes, de 5 à 12 ans, de vivre un été enrichissant en explorant l'histoire et les dinosaures, le thème de cet été.

Donner quelques explications sur le centre ou le camp.

Le centre XYZ offre des activités de loisir pour toute la famille tout au long de l'année. La nouvelle programmation sera disponible dès le 15 août. Le centre offre également des services de popote roulante, d'aide à l'insertion sociale et de soutien aux familles.

Informations à transmettre.

La Fédération québécoise des centres communautaires de loisir (ou le MQCF, l'ACQ ou l'AQLM, selon), fondée en 1976, voit à la reconnaissance des centres, de leur personnel et leurs bénévoles ainsi qu'à la promotion de leurs intérêts. Soixante et un centres communautaires de loisir en sont membres un peu partout au Québec, dont le centre XYZ.

Indiquer une personne qui connaît bien le dossier et le centre communautaire ou le camp. Elle doit être TRÈS disponible de la date de publication au 4 août. Les journalistes appellent rarement deux fois.

- 30 -

Source pour le centre XYZ

Rachel Beaudoin - (123) 456-7890
directrice générale

Source pour la Fédération

Jocelyne Nadeau - (418) 686-0012
responsable nationale

Communiqué

(exemple pour la radio ou la télévision)

Pour diffusion immédiate

Journée de reconnaissance de l'animation estivale

Un titre explicatif.

Déploiement d'une banderole en reconnaissance de l'engagement des animateurs et animatrices

Donner l'information essentielle - date, lieu, heure du début, nom de l'activité principale, son objectif, public visé, nom du centre ou du camp. Souligner que c'est pour la Semaine de valorisation de l'animation estivale. Lire le texte à haute voix ne doit pas prendre plus de 30 secondes.

Informations à transmettre. Le paragraphe peut être précédé par un paragraphe qui donne plus d'explications sur l'activité, les heures, les coûts, etc.

Donner des explications sur le camp de l'organisme, des statistiques ou des exemples d'activités. Si vous annoncez le spectacle de clôture, soyez bref.

Donner quelques explications sur le centre ou le camp. Évitez les chiffres puisque les auditeurs s'y perdent.

Informations à transmettre.

Indiquer une personne qui connaît bien le dossier et le centre ou le camp. Elle doit être TRÈS disponible de la date de publication au 4 août. Les journalistes appellent rarement deux fois.

(Nom de la ville), le 29 juillet 2005 - Le 1er août dans le cadre la Semaine de valorisation de l'animation estivale, le centre XYZ déploiera une bannière pour remercier son équipe d'animation. Les gens sont invités à pique-niquer au parc du Grand-chêne sur l'heure du midi et à signer la bannière. Des activités gratuites pour toute la famille sont également prévues en après-midi. En cas de pluie, l'activité aura lieu au centre.

La Semaine de valorisation de l'animation estivale est chapeauté par la Fédération québécoise des centres communautaires de loisir, l'Association des camps du Québec, le Mouvement québécois des camps familiaux, l'Association québécoise du loisir municipal et le Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport. Elle est célébrée entre le 1^{er} et le 5 août partout en province. L'objectif est de reconnaître le travail des jeunes animateurs et animatrices, un travail souvent sous-estimé.

Trente-cinq animateurs et animatrices ont permis à près de 500 jeunes d'âge scolaire de vivre un été enrichissant au centre XYZ.

Le centre XYZ offre des activités de loisir pour toute la famille tout au long de l'année. Sa nouvelle programmation sera disponible dès le 15 août.

La Fédération québécoise des centres communautaires de loisir voit à la reconnaissance des centres, de leur personnel et leurs bénévoles ainsi qu'à la promotion de leurs intérêts. Soixante et un centres communautaires de loisir en sont membres un peu partout au Québec, dont le centre XYZ.

- 30 -

Source pour le centre XYZ

Rachel Beaudoin - (123) 456-7890
directrice générale

Source pour la Fédération

Jocelyne Nadeau - (418) 686-0012
responsable nationale

PORTRAIT DE L'ACTIVITÉ
DANS LE CADRE DE LA SEMAINE
DE L'ANIMATION ESTIVALE
ÉDITION 2005



Nom de l'organisme :

Nom du répondant :

Coordonnées :

Nom de l'activité :	
Date de l'activité :	
Lieu de l'activité :	
Nombre de jeunes touchés par l'activité :	
Nombre d'animateurs touchés par l'activité :	
Deux points forts de l'activité :	<ul style="list-style-type: none"> • •
Deux améliorations à apporter à l'activité :	<ul style="list-style-type: none"> • •

Merci de retourner à l'un des organismes participants suivants :



fqcccl@fqcccl.org



fqcccl@fqcccl.org



maboucher@loisirmunicipal.qc.ca



info@camps.qc.ca



mqcf@campsfamiliaux.qc.ca