

MODULE 5

Les communications

Tout groupe humain prend sa richesse dans la communication, l'entraide et la solidarité visant un but commun : l'épanouissement de chacun dans le respect des différences.

– **Françoise Dolto, pédiatre et psychanalyste**

Introduction



Note : dans ce module, nous utilisons le mot « regroupement » pour désigner un conseil d'école (CE) ou un comité de participation des parents (CPP) lorsqu'on nous parlons de situations qui s'adressent aux membres de l'un ou de l'autre de façon générale.

Dans votre jeunesse, vous avez peut-être joué au jeu où l'on s'assoit en cercle et l'on chuchote un message dans l'oreille de la personne à notre gauche. Un message circule ainsi d'une personne à l'autre et, rendu au dernier, l'enfant doit dire tout haut ce qu'il ou elle a compris. Selon le nombre de fois qu'il a été transmis, les chances sont bonnes que le message final ne ressemble plus du tout au message original. C'est ce qui s'est produit lors de mon premier cours de communication. Ce que j'en retiens : on contrôle peut-être le message que l'on envoie, mais pas toujours comment ce message est compris.

La solution ? Rendre les messages accessibles pour le plus grand nombre, pour qu'on ne dépende pas seulement du bouche à oreille, mais aussi d'un message écrit au contenu bien pensé et diffusé sur une plateforme pertinente.

Le type de communication qui nous intéresse au module 5 va au-delà des communications au service des rencontres saines abordées dans le module 4.

Nos regroupements ont été créés avec le mandat clair de faciliter la participation des parents à l'éducation de leurs enfants. Dans le module 5, nous explorons davantage le concept de communication au service de la participation des parents et nous discutons des approches et des outils pratiques pour mettre en place nos communications.

Chemin faisant, nous répondrons aux questions suivantes :

- Si l'on est membre d'un conseil d'école ou d'un comité de participation des parents, quelles sont nos responsabilités en matière de communication avec la communauté scolaire ?
- Quels sont les meilleurs moyens d'atteindre les gens que l'on souhaite rejoindre ?
- Comment préparer son contenu ?

- Comment préparer des communications qui vont attirer le regard de la lectrice ou du lecteur ?

Les voies de communication entre partenaires : une compréhension commune

Pourquoi se préoccuper de communiquer quand on est membre d'un conseil d'école ?

À la base, les conseils d'école (comme les CPP) ont été créés pour que les parents participent davantage à l'éducation de leurs enfants. Pour que ce souhait devienne réalité, il allait de soi que *les conseils d'école* devaient disposer de « *voies de communication claires avec la direction de leur école, le conseil scolaire et les parents, pour que ces partenaires puissent communiquer les uns avec les autres.* »¹⁵

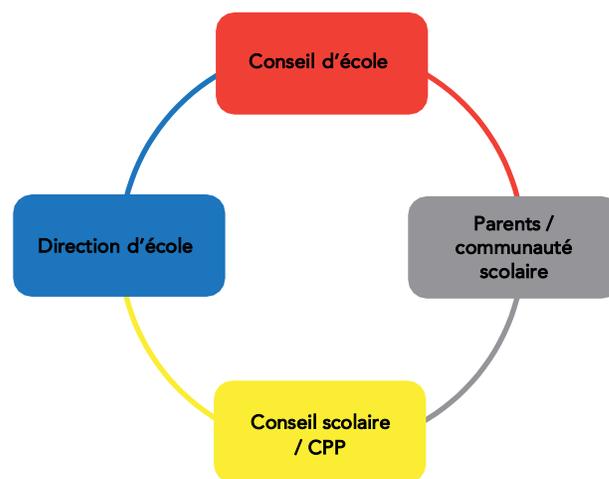
À la création des comités de participation des parents dans les conseils scolaires, on décrivait ainsi l'importance des communications :

*« Une partie importante du rôle des CPP consiste à donner des avis sur l'engagement des parents à la directrice ou au directeur de l'éducation et à la conseillère ou au conseiller scolaire au nom des parents de tout le conseil scolaire. Il est donc important d'assurer l'efficacité des communications. Un CPP communique avec de nombreux partenaires en éducation au sein du conseil scolaire et avec les autres CPP de toute la province. Les informations ainsi obtenues doivent être transmises aux audiences appropriées au moment approprié et de la façon appropriée »*¹⁶.

Le message est clair : un conseil d'école ou un CPP, ça communique !

TABLEAU 11

Pour que les voies de communication soient ouvertes et productives et que les rôles de chaque partie soient respectés, il faut une stratégie de communication et quelques règles de base sur lesquelles tout le monde s'entend. Il est important d'en discuter avec la direction d'école (conseil d'école) ou avec la surintendance responsable du CPP dans votre conseil scolaire.



¹⁵Ministère de l'Éducation de l'Ontario. *Un guide à l'intention des membres des conseils d'école*; 2002, p. 9.1.

¹⁶Ministère de l'Éducation de l'Ontario. *Pour faire une différence; Guide pratique à l'intention des membres des comités de participation des parents*; 2012, p. 27.

Nous espérons que ce module servira à ouvrir le dialogue entre les parents bénévoles de chaque école, les directions et les responsables au conseil scolaire afin de s'assurer que toutes les parties ont une compréhension commune des responsabilités de chaque partie de communiquer avec les autres.

Par exemple :

Il est probable que votre école ait adopté un code de déontologie pour les membres du conseil d'école. Vérifiez s'il contient des éléments pertinents en matière de communication. Vous pourriez également y trouver des politiques pouvant être utiles pour clarifier vos rôles et vos responsabilités à l'échelle de l'école ou du conseil scolaire.

Exemples des règles à respecter pour les communications :

Chaque membre doit reconnaître et respecter l'intégrité personnelle de tous les membres de la communauté scolaire.

Chaque membre doit utiliser les réseaux de communication établis lorsque des questions ou des préoccupations surviennent¹⁷.

À votre arrivée dans un conseil d'école ou dans un CPP, demandez quelles sont les politiques et les protocoles pour les communications de votre regroupement avec la communauté scolaire, les autres conseils d'école ou le CPP. Apprenez comment ces documents encadrent vos communications pour soutenir votre rôle en tant que regroupement. Si ces politiques ou protocoles semblent incomplets ou ne sont pas à jour, votre regroupement pourrait proposer des modifications.

Au-delà des règles à respecter, il y a certainement un espace de liberté (revoir le tableau 2 du module 1) qui vous permet de communiquer efficacement avec la communauté scolaire et de faciliter la participation des parents tout en ayant du plaisir ! Oui, c'est possible !

Se donner les moyens de communiquer efficacement

Voici trois principes d'une communication efficace :

Les messages devraient être :

consistants :

Les personnes à qui vous parlez devraient savoir quelle est votre stratégie de communication. Vous avez décidé de lancer un « bulletin mensuel », en principe, on devrait en recevoir un à chaque mois.

¹⁷Op. cit. 2002, p. 5.6

Il serait utile aussi que vos messages aient une personnalité propre (une signature, un logo, une façon de présenter les informations qui vous est propre).

fréquents :

Si vous ajoutez du nouveau contenu sur la page Facebook du « *Conseil d'école - École des moulins à vent* », ou sur le site de l'école, vous voudrez peut-être établir un rythme dans la fréquence de vos messages pour que les gens qui vous suivent vous retrouvent régulièrement et aient facilement accès à du contenu récent lorsqu'ils en cherchent.

spécifiques :

Vos mots et le caractère formel ou informel de votre message devraient correspondre à la raison d'être du message. On ne communique pas de la même façon pour intéresser la communauté scolaire à une nouvelle politique du conseil scolaire que pour demander « qui fait quoi » avant une vente de desserts pour une levée de fonds. Les deux sont super importants, mais pour des raisons différentes et il faut adapter son message.

LES BASES D'UN PLAN DE COMMUNICATION

Vous allez transmettre quoi, à qui, dans quel but et à l'aide de quels moyens de communication ? Ce sont les questions à la base d'un plan de communication.

Le **premier élément** à prendre en considération, c'est votre auditoire.

Une question à vous poser : « Quels sont les meilleurs moyens d'atteindre les personnes à qui le message est destiné ? »

Vous voudrez orienter vos communications en fonction de votre auditoire ainsi que des plateformes utilisées tels que les réseaux sociaux.

Le **deuxième élément**, c'est le contenu.

Parmi les questions à vous poser pour bâtir votre contenu, il y a :

- À quoi sert le message ? À transmettre une information, une invitation à participer à un évènement, à répondre par écrit en donnant son opinion, etc. ?
- Quelle est l'action ou le geste que les destinataires devraient poser après avoir lu le message ? Est-ce que la façon de donner suite est clairement énoncée (par ex. : répondre à un sondage, envoyer un courriel, confirmer sa participation, etc.) ?
- Quelle suite donner à la réponse des personnes dans notre auditoire ?
- Quelle signature ou personnalité voulons-nous donner à notre message ? Enjouée, sérieuse, formelle ou informelle ?

Le **troisième élément**, c'est la fréquence des communications.

Selon votre auditoire, le mode de communication choisi et le contenu à partager, vous choisirez la fréquence des communications. Avez-vous besoin d'envoyer des rappels d'une action à entreprendre (par ex. : répondre à un sondage) ? Si vous envoyez un bulletin d'information, quelle fréquence est la mieux adaptée à votre auditoire et aux messages contenus dans le bulletin ?

ATTEINDRE LES PERSONNES QUE VOUS VOULEZ REJOINDRE

Qui a une liste des parents de l'école ? Le service administratif de l'école, bien entendu. Pour toutes sortes de raisons, cette liste doit être utilisée avec le plus grand respect pour la vie privée des personnes et conformément aux politiques de l'école et du conseil scolaire.

Comme le conseil d'école a la responsabilité de communiquer avec la communauté scolaire, dans quel contexte est-ce approprié que vos communications soient transmises à tous les parents de la liste ? Assurez-vous d'avoir la réponse à cette question.

Pour communiquer efficacement, il y a d'autres moyens de dresser une liste des personnes qui s'intéressent à vos activités, qui veulent recevoir des informations et qui veulent participer à vos activités dans la mesure du possible.

Voici quelques approches utiles pour établir votre liste de contacts :

- **En priorité : entendez-vous avec la direction sur les façons de communiquer avec les parents de l'école et la communauté scolaire dans son ensemble.**
- **Identifiez des parents-contacts pour chaque classe et créez une chaîne de communication avec les parents de la classe.**

Cette méthode fonctionne si on veut seulement de l'information dans un sens et que l'on n'attend pas de réponse écrite ou d'action spécifique avec un échéancier donné.

Exemple : vous avez préparé un sondage à être rempli par les parents. Vous avez transmis un message dans le sac d'école des élèves ou sur la page Facebook de l'école dans lequel on retrouve le lien vers le sondage et une explication sur l'importance de remplir le sondage et, cette fois, vous envoyez un rappel en passant par les parents-contacts.

TABLEAU 12



Le parent-contact de la classe peut également agir dans l'autre sens et vous faire part d'inquiétudes ou de questions exprimées par les parents d'une classe ou d'un niveau.

Créer un groupe Facebook du conseil d'école

Avantages et caractéristiques :

- Les personnes intéressées s'inscrivent elles-mêmes.
- C'est facile à mettre en place.
- Cela exige qu'une personne gère le site au quotidien et interagisse avec les personnes qui affichent un message.

Désavantages :

- Vous n'aurez pas accès aux personnes qui ne sont pas sur Facebook.
- Les personnes qui ne sont pas souvent sur Facebook pourraient rater votre message.

Afficher sur la page Facebook de l'école

Avantages et caractéristiques :

- Vous avez accès aux membres de la communauté scolaire qui « suivent » l'école sur Facebook.
- Vous êtes partenaires dans l'animation de la page de l'école et contribuez ainsi à rendre le site plus vivant et pertinent pour les parents.

Désavantages :

- À moins d'avoir une signature visuelle précise, vos publications et vos affichages pourraient passer inaperçus.

TOUR D'HORIZON DES PLATEFORMES UTILES ET FACILES D'ACCÈS

Les outils en ligne et les applications :

Planifiez :

Dans plusieurs écoles, les activités et les communications des conseils d'école sont diffusées sur le site Facebook de l'école. Si vous voulez demander une présence sur ce site, assurez-vous de discuter de votre plan de communication avec la direction.

Est-ce qu'il y a moyen de nommer la personne responsable des communications du conseil d'école dans l'équipe qui administre le site Web ? Sinon, qui va « afficher » vos messages sur Facebook ? Discutez de la fréquence et du type de contenu que vous voulez diffuser et pourquoi.

Groupe Facebook de l'école :

Pour les plus grands groupes (par exemple, les parents de votre école) ou les personnes peuvent s'inscrire elles-mêmes.

Groupe Facebook de votre regroupement :

En créant votre groupe, vous établirez les conditions permettant à une personne d'être acceptée dans le groupe (par exemple, répondre à quelques questions).

Formel ou informel : plutôt formel – vous avez un potentiel de lectorat de plus de 15 personnes. Vous voulez que vos messages soient lus, commentés, fasse l'objet d'un 👍.

Fichiers partagés (Google Drive, Drop Box, etc.)

Permet de rendre les documents accessibles aux personnes dont nous avons déjà l'adresse courriel. Plateforme gratuite accessible. Utile pour travailler en collaboration sur un même document ou rendre accessibles des documents terminés, mais à déconseiller pour communiquer avec un grand nombre de personnes. Dropbox, par exemple, est particulièrement efficace si on synchronise les fichiers sur son ordinateur personnel, mais plusieurs personnes hésitent à le faire.

Formel ou informel : plutôt formel

Application WhatsApp :

Vous créez un groupe à partir de votre liste de contacts sur votre téléphone. Plus facile d'accès que le courriel, l'appli permet d'envoyer des photos, des liens et des vidéos, d'identifier les membres du groupe à qui on parle, de savoir qui a vu ou pas chaque message, etc. Il suffit de télécharger l'appli et d'avoir un numéro de téléphone. Il n'est pas nécessaire d'avoir un compte Facebook ou Instagram et on peut retrouver l'appli sur tous les systèmes d'exploitation (ce qui n'est pas le cas pour iMessage, par exemple). WhatsApp est très utilisé par des personnes de tous les âges et de toutes les cultures (en Europe et en Afrique, par exemple).

Formel ou informel : informel

PRÉPARER SON CONTENU

Qui prépare le contenu ?

Dans le module 3, nous avons parlé des responsabilités au sein de votre conseil d'école. Dans ce module, je vous recommande de créer un poste de responsable des communications.

La personne responsable des communications pourrait, par exemple, s'occuper de connaître les politiques de communication qui touchent le conseil d'école ou le CPP et de les interpréter pour le groupe. Il ou elle pourrait aussi planifier et rédiger les communications (courriels, annonces, publicités).

Question : quelles compétences devrait-on rechercher pour le rôle de responsable des communications ?

Réponse possible : la créativité, une « belle plume » en français, la connaissance des plateformes de diffusion et enfin, l'aptitude à collaborer pour aller chercher les contributions d'autres personnes.

Si vous ne trouvez pas la perle rare, pensez plutôt à créer une équipe de personnes complémentaires ou un projet « communication » au sein de votre regroupement. Cela vous permettra de répartir les tâches.

Vous pourriez, par exemple, former un trio : une personne qui génère des idées, une autre qui rédige et une troisième qui s'occupe de la mise en page et de la diffusion du contenu.

Planifier son contenu

Imaginons que vous ayez décidé de produire cinq bulletins ou infolettres dans le courant de l'année scolaire.

Le calendrier de livraison (tableau 13) en page 60 montre les étapes allant de la génération d'idées (semaine 1) à la publication (semaine 3). Après avoir préparé votre contenu (semaine 2) vous voudrez ensuite obtenir la rétroaction de votre groupe ou, au besoin, « l'approbation » d'une personne responsable de la plateforme à l'école, puis une date ferme de publication. Suivra ensuite, dans la semaine 4, une activité de partage et de promotion du bulletin et l'analyse (combien de lectrices et lecteurs, de pouces en l'air, de commentaires ou de réponses à une demande).

N'oubliez pas que le contenu peut inclure du texte ou des photos et que chaque étape repose sur un effort particulier, surtout si vous travaillez en équipe et que vous devez communiquer entre vous.

Quand vous aurez préparé un premier bulletin, notez l'effort requis, repérez ce qui pourrait aller plus vite avec un peu d'ajustement et, si nécessaire, modifiez votre calendrier de livraison.

Mai 2021

Dimanche	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi
						1
2	3	4	5	6	7	8
	Générer des idées →					
9	10	11	12	13	14	15
	Créer le contenu →					
16	17	18	19	20	21	22
	Approbation				Publication	
23	24	25	26	27	28	29
Partage et promotion →						
30	31					
	Analyse					

Le contenu par rapport à la plateforme

Une fois le thème de votre message en tête, vous pouvez décider que vous publierez sur une plateforme principale (la page Facebook de l'école, par exemple), mais que vous aurez également une version papier et un envoi par courriel avec des liens vers d'autres plateformes.

Il est bon de préparer votre contenu avec les plateformes de diffusion en tête.

Consultez les sites et les publications d'autres conseils d'école. Prenez note des publications (posts) que vous aimez sur les médias sociaux. Qu'est-ce qui vous plaît ? Pourquoi ? Quelles sont les caractéristiques des plateformes que vous aimez ?

Vous remarquerez qu'il y a généralement des choses qui fonctionnent bien et d'autres moins, par exemple :

- la longueur et le format du texte,
- l'harmonie des couleurs,
- le ratio entre le texte et les images,
- l'intégration de l'audio ou de la vidéo.

Une fois votre plan de communication bien engagé, vous verrez qu'il y a plein de choses qui peuvent être une occasion de communiquer. Après l'école, un petit comité de parents et d'élèves aide à préparer les plates-bandes du jardin de l'école, demandez à quelqu'un de prendre une photo ou d'envoyer un commentaire sur l'expérience. L'avantage des réseaux sociaux, c'est que la personne pourra vous envoyer l'information que vous publierez ensuite sur votre plateforme principale. Elle pourra aussi la conserver pour sa propre page ou vice-versa.

CONSEIL D'AMIE



Une des règles du bénévolat est de participer dans le plaisir et l'apprentissage. Si vous avez l'impression que votre projet de communication est une suite infernale d'obligations et de stress parce que vous trouvez que ce n'est pas assez bon... c'est le temps de voir comment simplifier les choses.

Astuces pour soigner son contenu

La règle de trois

Dans une autre vie professionnelle, j'ai eu un collègue comptable qui ne jurait que par la règle de trois en communication. « Pas plus de trois points d'information ou d'idées sur ta diapo Powerpoint ! C'est tout ce que les lecteurs peuvent retenir ». Si j'ai souvent contrevenu à la règle de trois, je m'en suis toujours souvenue.

C'est certain que si on ne communique pas souvent, on va avoir plus de trois choses à dire et c'est ce qui fait que le message risque d'être noyé dans trop d'informations.

Les six questions du journalisme

Oui, je sais, je viens de parler de la règle de trois. Alors, pourquoi six questions ? Parce que les six questions du journalisme peuvent nous guider pour préparer et réviser nos communications.

Dit simplement, il s'agit de répondre aux questions suivantes dans notre texte :

Qui, quoi, pourquoi, quand, où, comment ?

Cela vous sera particulièrement utile lorsque vous annoncerez une activité, par exemple :

Qui : Le conseil d'école de *l'École des Moulins à vent* invite les parents de l'école

Quoi : Une soirée causerie sur le thème du bénévolat à l'école

Pourquoi : Nous souhaitons explorer ensemble les moyens et les besoins de bénévolat de l'école

Quand : Le mardi 18 mai à 18 h 30 **Où**

: Sur la plateforme Zoom Comment :

Lien pour l'inscription

Et voilà : le tour est joué !

Outils pour mettre de la couleur et personnaliser vos communications

Des sites comme Canva, Pexels et autres permettent de préparer des infolettres avec du *punch*. Selon vos besoins, le service de secrétariat de l'école pourrait vous aider dans ce domaine et vous aurez peut-être des membres dans votre regroupement qui ne demanderont pas mieux que de créer un design attrayant pour vos communications.

Canva :

Le site Canva est utile pour créer gratuitement des concepts graphiques et on peut s'y retrouver facilement. On s'en sert pour créer des infolettres, des affichages sur les médias sociaux, des cartes postales, etc. Il est possible de partager son concept et de recevoir des rétroactions. Vous pouvez également télécharger un logo ou une image pour votre gabarit. [Canva.com](https://www.canva.com)

Pexels :

Un site qui permet de trouver et d'utiliser des photos gratuitement en échange d'une mention ou d'un remerciement sur les médias sociaux. Il est toujours possible que les photos soient utilisées ailleurs par d'autres personnes. On prend alors le risque d'être moins original. www.pexels.com

Gabarits sur votre logiciel de traitement de texte :

La couleur et le design, c'est très bien, mais on oublie parfois qu'il existe des gabarits (templates) très corrects sur nos logiciels de traitement de texte. Que votre loyauté aille à mac ou à pc, il n'est pas nécessaire de viser la perfection à tout coup pour communiquer efficacement.

PROMOUVOIR SES ACTIVITÉS ET INSCRIRE DES PARTICIPANTES ET PARTICIPANTS

Dans votre contexte, l'une des principales raisons de communiquer, ce sera d'inviter d'autres personnes à se joindre à vous pour un événement que vous organisez. Voici deux outils qui peuvent vous faciliter la vie :

Eventbrite

Eventbrite est une plateforme qui permet d'organiser des événements en émettant des billets gratuits ou payants. Un pourcentage des activités payantes est retenu par la plateforme alors qu'il n'y a pas de frais pour l'organisation d'événements gratuits.

Aspects intéressants :

- La plateforme génère une liste des personnes inscrites et une adresse courriel.
- La plateforme permet de préprogrammer des messages aux personnes inscrites.
- Des liens peuvent être programmés vers une autre plateforme comme Facebook.

Évènements Facebook

Un événement Facebook est à la base un calendrier dont on peut se servir pour avertir des utilisatrices et utilisateurs des prochaines activités. N'importe qui peut créer un événement et celui-ci peut être public ou privé. La personne qui organise peut inviter des amies ou amis ou les membres d'un groupe. L'évènement peut se faire sur une plateforme autre que Facebook ou encore en utilisant la fonction « salon Messenger », une alternative à une plateforme comme Zoom. Comme Zoom, les salons Messenger permettent à de multiples personnes de discuter en vidéo.

Aspect intéressant :

La plateforme gratuite de Zoom permet des rencontres allant jusqu'à 40 minutes alors que les salons Messenger n'ont pas de limite de temps.



ÇA VOUS EST ARRIVÉ ?

Parler pour que l'on vous entende, écouter pour communiquer

Dans la vie pré-COVID 19, j'animais régulièrement des activités de groupe en personne. Mon défi, c'est que je n'ai pas une voix qui porte loin. Je dois me préparer mentalement à projeter ma voix pour être entendue.

On pourrait croire que le problème est réglé sur Zoom ou d'autres plateformes de vidéo discussion. Mais non, vous aurez constaté qu'il arrive souvent qu'on perde une partie de

ce que dit la personne qui parle. Les experts de ces plateformes nous suggèrent de parler clairement, un peu plus lentement et fort, comme si vous étiez sur une scène sans micro.

Je sais que ça fait très 2010, mais je conserve mon casque d'écoute avec micro. Certains trouvent ça moins joli à l'écran, mais je confirme, on m'entend mieux. Si votre but aussi est aussi de communiquer clairement, ça en vaut la peine.

Il paraît que l'on peut dire en moyenne 125 mots à la minute, mais que l'on entend 400 mots à la minute. L'écart s'expliquerait par le fait que notre cerveau cherche à faire des liens et se raconte des histoires lorsqu'il est à l'écoute. Résultat : les mots de notre interlocutrice ou interlocuteur + les mots de notre dialogue intérieur = beaucoup de mots et pas toujours une bonne compréhension.

Notre cerveau a une autre façon de nous jouer des tours, nous écoutons, mais en même temps nous préparons notre réponse à la personne qui parle plutôt que d'entendre vraiment ce qu'elle a à dire. Si la communication c'est l'action de se mettre en relation avec autrui, la meilleure façon de communiquer c'est parfois de ne rien dire.



METTRE SON LEADERSHIP AU SERVICE DES COMMUNICATIONS EFFICACES

En sachant que la communication est au centre de vos responsabilités comme conseil d'école ou CPP, vous voudrez peut-être développer la capacité de votre regroupement à ce niveau.

Pourquoi ne pas recruter de nouveaux membres avec un intérêt pour les communications ?

Apprenez à connaître les parents « influenceurs » : voyez qui participe à vos activités, pose des questions sur Facebook. Si cette personne n'est pas déjà dans votre regroupement, est ce qu'elle aurait le goût de se joindre à vous comme « responsable des communications » ?



LES COMMUNICATIONS EFFICACES À L'ÈRE VIRTUELLE

La période de pandémie a donné lieu à une explosion de l'utilisation de modes de communication pour le télétravail et les rencontres à distance. La plupart d'entre nous ont appris à maîtriser de nouveaux mécanismes de communication, ne serait-ce que pour suivre l'apprentissage des enfants à la maison.

Nous avons appris à aimer les balados (*podcasts*) de nos autrices et auteurs préférés et à regarder la dernière contribution de notre neveu sur TikTok.

Bref, la communication, c'est varié, c'est coloré et c'est de plus en plus accessible à tous.

Si vous vous sentez à l'aise, n'hésitez pas à enregistrer un message vidéo pour votre communauté. Commencez par quelque chose de simple, par exemple, remercier les bénévoles lors d'une activité que vous avez organisée.

Vous lancez un sondage ou une activité de levée de fonds ? Accompagnez votre message écrit d'un lien vers une vidéo Youtube où l'on sentira tout votre enthousiasme et où vous pourrez dire en vos mots pourquoi c'est important de participer. Rien n'est plus convaincant que de voir d'autres parents en action qui s'impliquent et qui nous invitent à participer à quelque chose de plus grand que nous.