

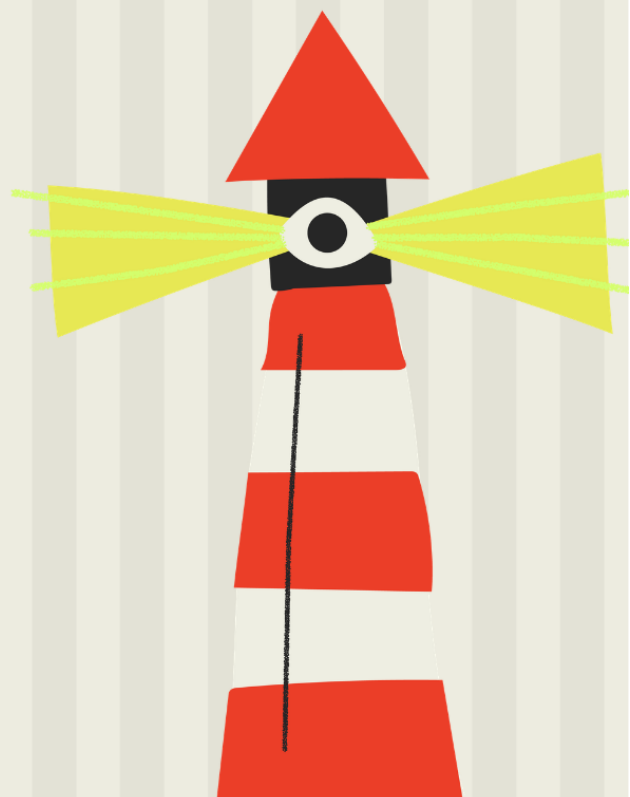
La plateforme numérique interactive

# TROUVE TA RESSOURCE

La concevoir pour  
et avec les jeunes

**Juin 2026**

Suzie Tardif, Marjolaine Tremblay,  
Hélène Brassard, Béatrice Clin et  
Raphaël Tremblay



La réalisation de ce rapport a été assurée par ÉCOBES – Recherche et transfert du Cégep de Jonquière.

## **DIRECTION**

---

### **Suzie Tardif**

Chercheuse principale  
*ÉCOBES, Cégep de Jonquière*

### **Marjolaine Tremblay**

Chercheuse  
*ÉCOBES, Cégep de Jonquière*

## **RECHERCHE ET RÉDACTION**

---

### **Suzie Tardif**

Chercheuse principale  
*ÉCOBES, Cégep de Jonquière*

### **Marjolaine Tremblay**

Chercheuse  
*ÉCOBES, Cégep de Jonquière*

### **Hélène Brassard**

Chercheuse  
*ÉCOBES, Cégep de Jonquière*

### **Béatrice Clin**

Professionnelle de recherche  
*ÉCOBES, Cégep de Jonquière*

### **Raphaël Tremblay**

Assistant de recherche  
*ÉCOBES, Cégep de Jonquière*

## **ÉDITIQUE ET RÉVISION LINGUISTIQUE**

---

### **Joanie Bergeron**

Agente de projets  
*ÉCOBES, Cégep de Jonquière*

## **ÉQUIPE DE PROJET**

---

### **Suzie Tardif**

Chercheuse principale  
*ÉCOBES, Cégep de Jonquière*

### **Marjolaine Tremblay**

Chercheuse  
*ÉCOBES, Cégep de Jonquière*

### **Audrey Fortin**

Directrice générale  
*Trouve Ta ressource*

### **Camille Lajeunesse Tougas**

Conseillère principale  
*Talsom*

### **Miles Kabaka**

Designer senior  
*Talsom*

## RÉFÉRENCE SUGGÉRÉE

Tardif, S., Tremblay, M., Brassard, H., Clin, B. et Tremblay, R. (2026). *La plateforme numérique interactive Trouve ta ressource : la concevoir pour et avec les jeunes*. ÉCOBES - Recherche et transfert, Cégep de Jonquière.

© 2026 – ÉCOBES – Recherche et transfert – Tous droits réservés

## ÉCOBES – Recherche et transfert

Cégep de Jonquière

Pavillon Manicouagan, 6<sup>e</sup> étage

2505, rue Saint-Hubert

Jonquière (Québec) G7X 7W2

Téléphone : 418 547-2191, poste 6401

Courriel : [ecobes@cegepjonquiere.ca](mailto:ecobes@cegepjonquiere.ca)

# Table des matières

|                                                                       |    |
|-----------------------------------------------------------------------|----|
| Introduction .....                                                    | 1  |
| La genèse du projet.....                                              | 2  |
| Mise en contexte .....                                                | 2  |
| Le projet : une innovation sociale potentielle .....                  | 5  |
| Objectifs du projet.....                                              | 6  |
| Déroulement du projet .....                                           | 6  |
| La description de l'application.....                                  | 7  |
| Méthodologie .....                                                    | 8  |
| Résultats .....                                                       | 11 |
| Les résultats de l'analyse documentaire .....                         | 11 |
| Les résultats de la recherche évaluative .....                        | 14 |
| Partie 1 : L'appréciation du projet par les membres de l'équipe ..... | 14 |
| 1.1 Principaux facteurs de succès du projet.....                      | 14 |
| 1.2 Défis rencontrés durant le projet.....                            | 15 |
| 1.3 Suggestions d'amélioration du projet .....                        | 16 |
| Partie 2 : L'appréciation de l'application par les jeunes .....       | 16 |
| 2.1 Appréciation générale de l'application .....                      | 16 |
| 2.2 Principaux facteurs de succès de l'application .....              | 16 |
| 2.3 Limites perçues de l'application .....                            | 18 |
| 2.4 Suggestions d'amélioration de l'application .....                 | 19 |
| Partie 3 : Recommandations pour le déploiement de l'application ..... | 20 |
| Les résultats du plan de transfert .....                              | 22 |
| Les contenus .....                                                    | 22 |

|                                                      |    |
|------------------------------------------------------|----|
| Les stratégies de diffusion et de transfert .....    | 24 |
| Les activités de transfert .....                     | 25 |
| Synthèse .....                                       | 25 |
| Activités envisagées dans le plan de transfert ..... | 27 |
| Conclusion .....                                     | 29 |
| Références.....                                      | 30 |

# INTRODUCTION

Dans un contexte où les enjeux de santé mentale prennent une place grandissante chez les jeunes, il devient nécessaire de repenser les manières de les accompagner. L'innovation sociale représente dès lors une voie à considérer pour imaginer des solutions nouvelles et adaptées à leurs besoins. Plutôt que de reproduire les approches existantes, l'innovation sociale invite à repenser les façons d'agir en misant sur la prévention, la participation des jeunes et la mobilisation des ressources de la communauté. C'est dans cette perspective que le projet [La plateforme numérique interactive Trouve ta ressource : la concevoir pour et avec les jeunes](#) a vu le jour.

Le projet s'est articulé autour de l'approche entrepreneuriale d'une innovation sociale (Chateauvert et coll., 2020) puisqu'il ne visait pas uniquement « le développement économique par la création d'innovations industrielles et technologiques, mais [cherchait] à résoudre des problèmes sociaux et avoir un impact sur la collectivité » (Chateauvert et coll., 2020).

La solution initialement imaginée pour répondre aux besoins des jeunes était une plateforme numérique interactive. Cependant, au fil du processus de conception et des ateliers menés auprès d'eux, le projet a évolué pour prendre la forme d'une application développée pour et avec les jeunes.

Le présent rapport vise à décrire le projet qui en découle. Il se divise en trois parties : 1) la mise en contexte qui présente les enjeux et le cadre du projet; 2) les choix méthodologiques et 3) les résultats, incluant le plan de transfert des connaissances issues du projet. Une conclusion propose des pistes pour la pérennisation du projet.

# MISE EN CONTEXTE

## La genèse du projet

*Trouve ta ressource* est une initiative concertée visant à améliorer le bien-être des jeunes de 11 à 25 ans en menant des actions collectives de promotion et de prévention, et en faisant connaître les ressources lavalloises. L'initiative s'incorpore officiellement en tant qu'organisme à but non lucratif (OBNL) en décembre 2025.

En 2022, *Trouve ta ressource* s'est tournée vers la firme de consultation en management *Talsom* pour mieux comprendre les défis que vivaient les jeunes de Laval durant l'adolescence et imaginer des solutions qui répondaient à leurs besoins.



### Qu'est-ce que Talsom?

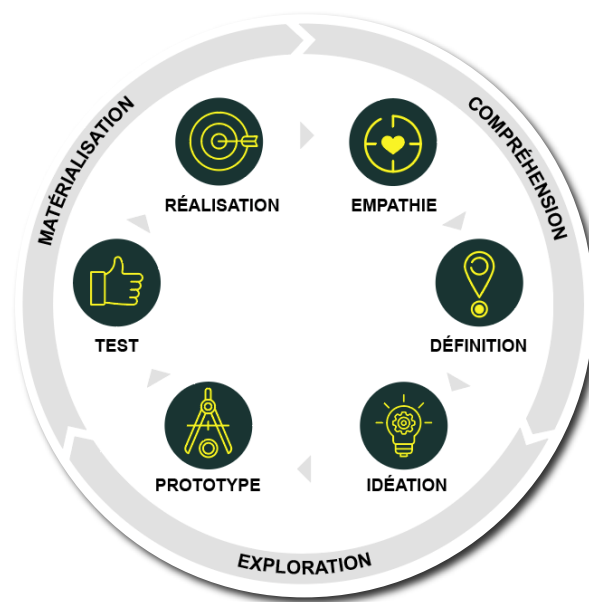
Fondée en 2010, Talsom est une entreprise québécoise de conseil en transformation qui aide les organisations à concilier performance et sens à l'aide de la technologie. Elle agit comme un partenaire stratégique pour accompagner les organisations dans leurs grands projets de transformation numérique, organisationnelle et durable. Quatre principaux volets d'activités sont proposés :

- **Stratégie et technologie** : Définir la vision et les priorités de transformation, sélectionner et implanter des systèmes et s'assurer que la technologie crée une réelle valeur d'affaires.
- **Design et innovation** : Appliquer les méthodes de *design thinking* et de design organisationnel pour repenser les services, les processus et les modèles d'affaires autour des besoins humains.
- **Changement et culture** : Accompagner les équipes pour favoriser l'adoption, la mobilisation et l'évolution des comportements nécessaires à la transformation.
- **Environnement, social et gouvernance (ESG) et impact** : Intégrer les considérations environnementales, sociales et de gouvernance au cœur des stratégies d'entreprise.

Talsom a alors proposé à Trouve ta ressource de mettre en place un projet de *design thinking*. Comme le résumant Goldman et ses collaborateurs (2014), une démarche de *design thinking* valorise l'émergence de l'intelligence collective avec l'objectif de concevoir des services ou des produits innovants en collaboration avec les personnes qui les utiliseront.

Une telle démarche comprend six étapes itératives illustrées dans la figure 1. Dans le cadre de cette première collaboration avec Trouve ta ressource, les trois premières étapes ont été réalisées préalablement au présent projet (empathie, définition et idéation), permettant ainsi de bien comprendre les besoins et les défis des jeunes, de définir les priorités et de générer des idées de solutions.

Figure 1 – Étapes du design thinking



Référence : Talsom, 2025

La première étape, l'empathie, a permis de circonscrire la problématique selon les personnes concernées. Pour y arriver, Talsom a réuni 10 personnes intervenantes et 16 jeunes d'une école secondaire dans le cadre de groupes de discussion afin de recueillir leurs besoins et les défis actuels auxquels ils sont confrontés. Deux constats principaux en ont émergé.

1. De nombreux besoins ont été identifiés (ex. isolement social, intimidation, difficultés scolaires, etc.), mais les jeunes ont surtout insisté sur le stress et l'anxiété qu'ils ressentent.
2. Plusieurs jeunes ont indiqué connaître les ressources pouvant les soutenir, mais les démarches pour y accéder sont souvent perçues comme intimidantes et décourageantes, en particulier pour ceux s'identifiant comme garçons, ce qui freine leur volonté à chercher de l'aide.

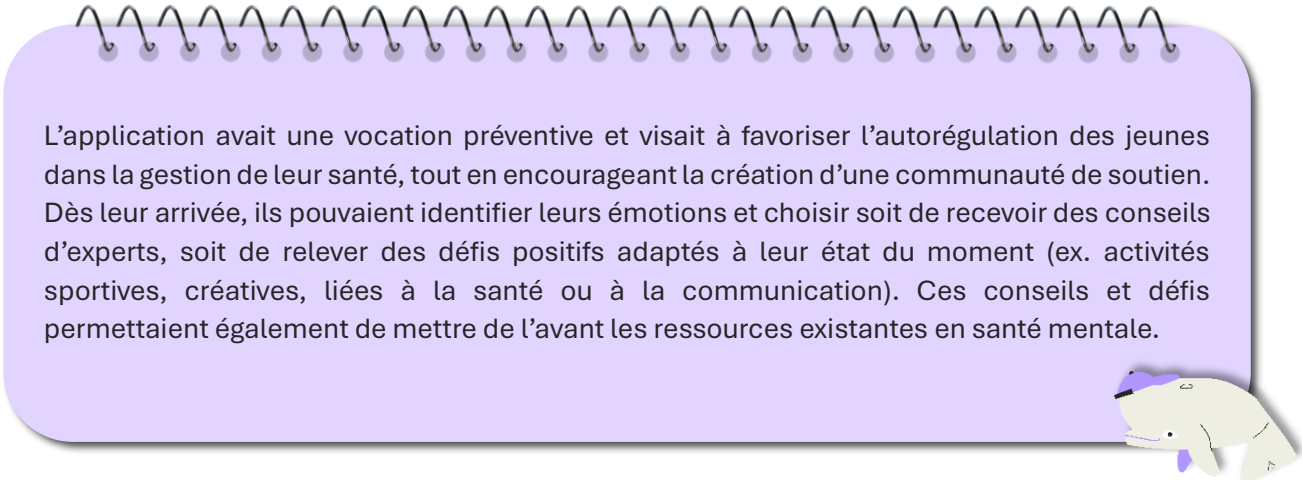
Ces deux constats ont ensuite été mobilisés lors de la deuxième étape de la démarche de *design thinking*, soit la définition, afin de cadrer précisément les besoins et les enjeux identifiés. Ils ont servi

de base pour des activités de brainstorming menées par Talsom auprès de plus de 30 jeunes afin que ceux-ci proposent des solutions ciblant ces constats.

Le premier prototype proposé consistait en une borne interactive installée dans les écoles, capable d'identifier les défis des jeunes à travers une série de questions et de leur proposer des ressources et des conseils adaptés. Un atelier impliquant 10 jeunes a ensuite été réalisé pour recueillir leur point de vue sur cette borne. Ils ont principalement exprimé leur crainte d'être jugés s'ils l'utilisaient pour demander de l'aide. Cette conclusion montrait que le prototype initial ne prenait pas en compte un enjeu important, soit la confidentialité, et devait être modifié pour mieux répondre aux besoins des jeunes. Ceux-ci aspiraient à des approches alternatives et personnalisées qui permettraient d'introduire indirectement la promotion de ressources et de services d'aide.

À la suite de cet atelier, les jeunes ont émis trois propositions pour bonifier le prototype de borne interactive :

1. Développer un format alternatif à la borne, privilégié pour sa discrétion et son accessibilité, tant physique que temporelle;
2. Simplifier l'étape de demande d'aide pour la rendre moins formelle;
3. Intégrer ces éléments dans une plateforme numérique interactive qui inclurait des jeux, défis et vidéos.



L'application avait une vocation préventive et visait à favoriser l'autorégulation des jeunes dans la gestion de leur santé, tout en encourageant la création d'une communauté de soutien. Dès leur arrivée, ils pouvaient identifier leurs émotions et choisir soit de recevoir des conseils d'experts, soit de relever des défis positifs adaptés à leur état du moment (ex. activités sportives, créatives, liées à la santé ou à la communication). Ces conseils et défis permettaient également de mettre de l'avant les ressources existantes en santé mentale.

Trouve ta ressource a ensuite élaboré une idée pour mieux répondre aux besoins identifiés : développer une application qui intègre toutes les propositions émises par les jeunes.

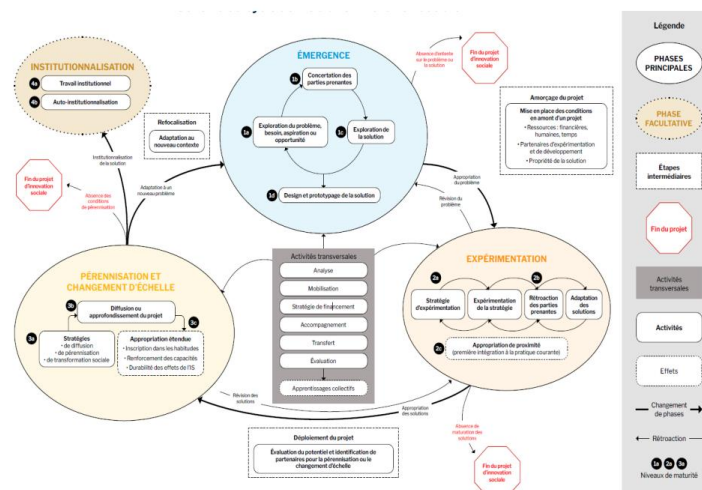
C'est ainsi que le projet *La plateforme numérique interactive Trouve ta ressource : la concevoir pour et avec les jeunes* a été mis en place, lequel visait à répondre de manière novatrice aux besoins identifiés chez les jeunes en développant, avec eux, l'application proposée.

## Le projet : une innovation sociale potentielle

L'idée de concevoir l'application avec les jeunes s'est inscrite comme une initiative d'innovation sociale, née de l'identification d'un problème collectif et de la volonté de mobiliser différents acteurs pour y répondre de manière innovante. Selon Longtin (2021), il s'agit de la première phase du cycle de vie d'une innovation sociale (figure 2), l'émergence, qui désigne le moment où un problème social est identifié, des besoins collectifs sont reconnus et une idée novatrice commence à se formuler avant la mise en œuvre concrète d'une solution.

Figure 2 –Schéma du cycle de vie d'une innovation sociale

Schéma du cycle de vie d'une innovation sociale (RQIS)<sup>9</sup>



Pour progresser vers la deuxième phase du cycle de vie d'une innovation sociale, l'expérimentation, il était nécessaire d'ajuster le prototype en fonction des propositions émises par les jeunes, de l'expérimenter auprès d'eux et d'en favoriser une « appropriation de proximité » (Longtin, 2021). Trouve ta ressource désirait également déployer ultérieurement cette application dans d'autres régions du Québec.

Dans cette optique, Trouve ta ressource s'est tournée vers ÉCOBES – Recherche et transfert (ci-après « ÉCOBES »), un Centre collégial de transfert technologique en pratiques sociales novatrices (CCTT-PSN) du Cégep de Jonquière, pour planifier efficacement cette deuxième phase.

ÉCOBES est un centre de recherche bien établi au Québec qui détient une solide expertise en recherche appliquée, en recherche évaluative et en mobilisation des connaissances dans le domaine de l'innovation socio-organisationnelle en santé et en éducation.



## Objectifs du projet

Le projet avait pour objectif principal de concevoir, expérimenter et évaluer une application visant à développer les ressources internes des jeunes, prévenir les problèmes de santé mentale et veiller à leur bien-être global.

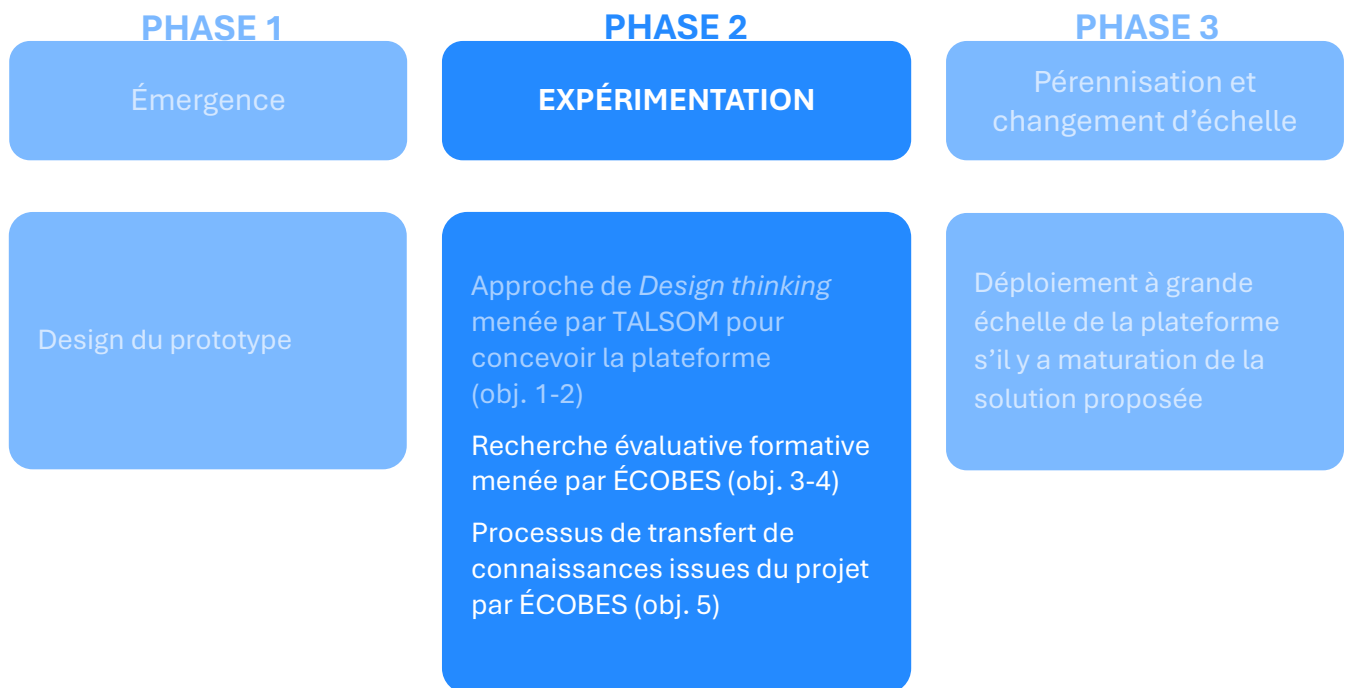
Cet objectif principal se déclinait en cinq objectifs spécifiques :

1. Concevoir une première version de l'application en fonction des besoins et suggestions des jeunes;
2. Expérimenter l'application dans une école lavalloise;
3. Documenter l'appréciation et l'utilisation de l'application par les jeunes (appropriation de proximité);
4. Adapter l'application en fonction des résultats de l'expérimentation;
5. Mettre en place un processus de transfert de connaissances issues du projet, en vue d'un déploiement à plus grande échelle.

## Déroulement du projet

La figure 3 résume les trois principales étapes du projet, lequel s'est déroulé sur une période de deux ans.

Figure 3 – Les principales étapes du projet



Talsom a assuré la coordination de la phase de développement et d'expérimentation du prototype de l'application en s'appuyant sur l'approche du *design thinking* (Goldman et coll., 2014). L'équipe a piloté les cinq étapes de l'approche et a produit un rapport synthétisant les activités réalisées à chaque étape. Il se retrouve à l'annexe 1 du présent rapport.



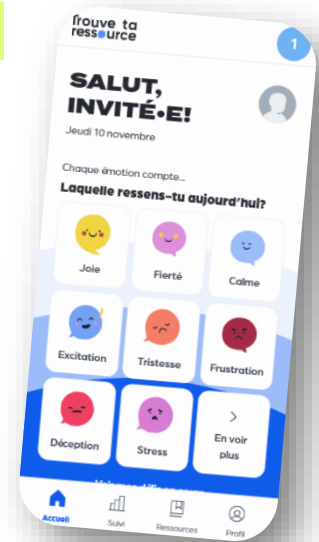
En plus de participer à la conception du prototype, l'équipe d'ÉCOBES avait pour mandat de répondre aux objectifs spécifiques 3, 4 et 5 du projet. [Le présent rapport rend compte des résultats obtenus pour ces objectifs.](#)

## La description de l'application

Préalablement à la présentation des choix méthodologiques déployés, il semble tout indiqué de faire un survol de l'application en question.

Il s'agit d'une application conçue pour favoriser le développement des compétences émotionnelles et la promotion du bien-être chez les jeunes de 12 à 25 ans. L'objectif est de permettre aux jeunes de développer l'autorégulation de leurs émotions et de les préparer aux défis ultérieurs qu'ils pourraient rencontrer. Les jeunes peuvent :

- Se donner des objectifs de bien-être;
- Nommer et graduer une émotion ressentie;
- Recevoir des conseils ou des défis adaptés;
- Suivre leur progression à travers un tableau de bord personnalisé;
- Explorer des ressources utiles et sécurisées.



L'équipe de Talsom a conçu un guide d'utilisation de l'application. Ce dernier se retrouve à l'annexe X. Il comprend une vue d'ensemble de l'application, une description des fonctionnalités principales et les modalités d'utilisation proposées dans un cadre d'intervention.

# MÉTHODOLOGIE

Pour atteindre les objectifs 3, 4 et 5 (documenter l'appréciation de l'utilisation de l'application, l'adapter selon les résultats obtenus et établir un processus de transfert des connaissances), l'équipe d'ÉCOBES a mobilisé trois méthodes de recherche complémentaires présentées ci-dessous.

## 1. La recherche évaluative participative

Une recherche évaluative dite formative du projet (Gamble, 2008) a été mise en place. Ce type de recherche a été priorisé puisqu'il vise à décrire le processus de mise en œuvre de l'innovation proposée de même que ses retombées perçues auprès des jeunes pour « préparer son transfert vers d'autres milieux preneurs » (Longtin, 2021). Cette recherche évaluative est également dite participative puisqu'elle a été coconstruite avec Trouve ta ressource et Talsom (Jacob et Ouvrard, 2009).

Plus précisément, un devis de recherche qualitatif a été mis en place auprès de deux groupes de personnes.

1. **Membres de l'équipe du projet :** Tous les membres de l'équipe interdisciplinaire (n = 5) ont été invités à remplir un questionnaire anonyme et à participer à un groupe de discussion à deux reprises durant le projet (à mi-parcours et à la fin du projet). Les groupes de discussion ont été réalisés virtuellement et ont duré, en moyenne, 60 minutes. Ces outils de collecte visaient à documenter leur point de vue sur le processus de développement, la collaboration entre les membres de l'équipe et les autres partenaires impliqués, de même que sur la pertinence perçue de l'application.
2. **Jeunes personnes utilisatrices :** De mai à juin 2025, trois entrevues semi-dirigées individuelles et deux groupes de discussion (six personnes au total) ont été menés avec des jeunes du collégial. Les entrevues ont eu lieu en ligne ou en présence (Entrevues 1, 2 et 3; durée moyenne de 26 minutes) et les groupes de discussion ont eu lieu en présence dans un cégep (Groupes 1 et 2; durée moyenne de 52 minutes). Un groupe de discussion en présence a aussi été mené avec des jeunes (n = 3) et une animatrice d'une maison des jeunes (Groupe 3; durée de 37 minutes). Ces activités avaient pour but de recueillir leur appréciation du prototype de l'application, leurs perceptions sur les fonctionnalités proposées et l'expérience générale d'utilisation. Ces données ont permis d'identifier les éléments appréciés et ceux à améliorer.

Toutes les données recueillies ont été analysées selon des thématiques (Paillé et Mucchielli, 2016) sur le logiciel NVivo (version 1.7.1). Plus précisément, les entrevues et les groupes de discussion ont été transcrits et codés afin d'identifier les thèmes émergents relatifs à l'expérience d'utilisation de l'application, à l'appréciation du prototype, aux fonctionnalités jugées utiles et aux pistes d'amélioration. Les réponses au questionnaire anonyme complété par les membres de l'équipe ont

été intégrées à l'analyse pour enrichir la compréhension des perceptions sur le processus de développement, la collaboration interdisciplinaire et la pertinence de l'application.

## 2. L'analyse documentaire

Une analyse documentaire a été réalisée tout au long du projet. Elle avait comme objectif de répondre à des questionnements émergents lors du développement de l'application afin d'ajouter à la scientificité du projet et d'orienter la prise de décision. Deux formes d'analyse documentaire ont été réalisées :

1. **Une recension des écrits portant sur l'expérience des jeunes avec les applications numériques.** Au total, près d'une vingtaine d'articles scientifiques publiés entre 2017 et 2025 ont été recensés et analysés. Cette recension a permis, entre autres, de documenter les défis et les facteurs favorisant l'engagement et la motivation envers l'utilisation d'une application.
2. **Une analyse comparative d'applications similaires.** Cette analyse a permis d'identifier des pratiques et contenus pertinents, mais aussi de mettre en lumière les spécificités et la valeur ajoutée de l'application. Une grille d'analyse des applications a été conçue et comprenait divers critères (ex. le public cible, les thèmes abordés, le[s] type[s] d'intervention, la gestion des données personnelles, etc.) Au total, ce sont 13 applications qui ont été analysées.

## 3. Le processus de transfert des connaissances issues du projet

Dès le début du projet, un processus de transfert des connaissances a été piloté, lequel s'est inspiré des travaux de l'Institut national de santé publique du Québec [INSPQ] (Lemire et coll., 2009). Plus précisément, trois principales étapes ont été réalisées :

1. **Une analyse des résultats de la recherche évaluative et de l'analyse documentaire.** Les constats de la recherche évaluative et de l'analyse documentaire ont été interprétés afin d'identifier les apprentissages clés, les leviers d'action et les retombées potentielles du projet. Cette analyse a permis d'alimenter la réflexion sur les messages prioritaires à diffuser et sur les publics à cibler.
2. **Des entrevues individuelles avec trois spécialistes de contenus.** Des entrevues avec des spécialistes de contenu (une chercheuse collégiale spécialisée en évaluation d'application; une personne étudiante en marketing et une enseignante du collégial en publicité) ont permis de connaître leurs recommandations sur les stratégies et le contenu à privilégier dans le plan de transfert.
3. **Un atelier de cocréation.** Réunissant près de 100 partenaires lavallois issus de divers milieux (communautaire, scolaire, santé, municipal), cet atelier a permis de recueillir des suggestions pour la diffusion et le transfert des connaissances issues du projet.



Toutes les données recueillies ont été synthétisées afin d'identifier des stratégies pertinentes et des contenus adaptés pour le transfert des connaissances. Cette synthèse a mis en évidence les bonnes pratiques et les recommandations intégrées dans le plan de transfert, qui comprend également des activités concrètes de diffusion.

# RÉSULTATS

La présente section expose les résultats issus des travaux d'ÉCOBES qui ont permis d'évaluer et de proposer des améliorations à l'application envisagée. Ils offrent ainsi un aperçu concret des retombées du projet et constituent une base pour guider les prochaines étapes de déploiement de l'application.

## Les résultats de l'analyse documentaire

### Les résultats de la recension des écrits

Tout au long du processus de cocréation de l'application, les membres d'ÉCOBES ont réalisé une recension d'écrits scientifiques qui a permis d'appuyer les choix à l'égard des modalités de l'application. Les prochaines lignes visent à les décrire.

### Mettre en place des défis collaboratifs plutôt que compétitifs pour favoriser l'entraide plutôt que la comparaison

Au début des réflexions, les jeunes rencontrés avaient suggéré pouvoir être en compétition avec leurs pairs par rapport aux défis à réaliser. Les écrits scientifiques montrent que le partage des défis réalisés via une application peut renforcer la motivation grâce au soutien social, à l'influence des pairs et au sentiment d'appartenance à un groupe. La compétition amicale peut également être un facteur stimulant pour certains jeunes (Surprenant, 2018). Toutefois, la comparaison entre pairs peut aussi générer de la pression et des émotions négatives, en particulier lorsque les objectifs fixés ne sont pas atteints ou sont perçus comme irréalistes (Goodyear et coll., 2019).

Dans le même ordre d'idées, l'équipe a choisi d'éviter de permettre aux jeunes de partager à leurs pairs les défis réalisés. Cette décision a été prise en s'appuyant sur les travaux de Vanneron (2015) et de Primack et son équipe (2017). Selon ces chercheurs, le partage de réussites et de succès sur une application peut alimenter une quête de reconnaissance, incitant les jeunes à se comparer constamment aux autres. Cette dynamique peut aussi engendrer une compétition accrue, ce qui amplifie leur propre sentiment de solitude et leur anxiété sociale, particulièrement lorsque ces réussites sont perçues comme inaccessibles ou idéalisées.

### Proposer des rétroactions positives plutôt que des récompenses lors de l'atteinte des objectifs

Plusieurs jeunes rencontrés avaient initialement partagé l'idée d'avoir des récompenses lors de l'atteinte des objectifs. Or, les travaux de Deci et Ryan (2008) rappellent que la motivation autonome (intrinsèque ou extrinsèque bien intégrée) est essentielle pour maintenir l'engagement et la persévérance dans des activités. Les récompenses externes peuvent nuire à la motivation intrinsèque si elles ne sont pas bien intégrées dans un contexte qui favorise la réponse aux besoins fondamentaux d'autonomie, de compétence et d'appartenance sociale. Les récompenses peuvent

ainsi améliorer l'engagement à court terme, mais doivent être utilisées avec précaution pour éviter de détourner l'attention de la motivation intrinsèque et de créer une dépendance aux récompenses (Soulé et coll., 2022; Karsenti, 2003). L'équipe a donc choisi d'offrir des rétroactions écrites positives lors de l'atteinte des objectifs, dans l'optique de favoriser une motivation plus intrinsèque à la régulation de leurs émotions.

### Avoir la possibilité de personnaliser l'application

Lors d'une consultation, certains jeunes ont exprimé le souhait de pouvoir personnaliser l'application en modifiant par exemple les couleurs ou en choisissant un avatar. La littérature souligne que la personnalisation des environnements numériques peut répondre à des besoins importants tels que l'autonomie, le contrôle et la pertinence du contenu, tout en renforçant le bien-être et l'engagement des personnes utilisatrices (Hutmacher et Appel, 2023).

Dans le cas des applications mobiles, l'adaptation des interfaces et des recommandations de contenu, combinée à une optimisation technique, améliore également la satisfaction, l'engagement et la fidélisation, en assurant une expérience fluide et rapide (Deon et Jackson, 2024).

Cependant, la personnalisation comporte des limites : si le système tente de modéliser et d'influencer les préférences de la personne utilisatrice, il peut restreindre ses choix et biaiser ses comportements. Il est donc nécessaire de trouver un équilibre entre adaptation intelligente et liberté décisionnelle (Ontanon et Zhu, 2021).

Dans cette logique, intégrer des options simples de personnalisation, comme modifier les couleurs ou choisir un avatar, permet de renforcer l'engagement et la motivation des jeunes, tout en respectant l'accessibilité et la diversité des profils (Liu et coll., 2024). Ces éléments suggèrent que la personnalisation peut constituer un levier pertinent pour améliorer l'expérience utilisateur et l'appropriation d'une application. L'équipe a donc choisi de permettre aux jeunes de personnaliser quelques éléments de l'application.

### Prioriser le tableau de bord au *journaling*

Durant les activités de cocréation, quelques jeunes ont exprimé le besoin de pouvoir réaliser du *journaling*, c'est-à-dire d'écrire librement leurs pensées, leurs émotions ou leurs expériences afin de favoriser la réflexion personnelle et l'expression de soi, directement sur l'application (Smyth et coll., 2018). Cette pratique, souvent appelée *positive affect journaling*, a montré qu'elle pouvait réduire la détresse psychologique, notamment l'anxiété et le stress perçu, tout en renforçant la résilience et le sentiment d'intégration sociale (Smyth et coll., 2018). Même dans des formats très brefs, comme des séances d'écriture de seulement deux minutes sur deux jours, des effets bénéfiques sur la santé physique et mentale ont été observés, suggérant que la simple mise en mots des émotions, même de manière succincte, peut déclencher un processus de régulation émotionnelle et cognitive durable (Burton et King, 2008). Une revue systématique récente met également en lumière l'efficacité du *journaling* comme approche complémentaire de soutien en santé mentale, particulièrement pour la réduction de l'anxiété et du stress post-traumatique (Sohal et coll., 2022). Les effets semblent

toutefois modulés par la durée, la structure et le degré de liberté de l'écriture, cette dernière favorisant une expression plus authentique et bénéfique.

Du côté des pratiques numériques, le *journaling* en ligne offre un accès facilité et des possibilités enrichies (ex. intégration de photos, musique ou enregistrements) favorisant la mémoire et la réflexion personnelle. Toutefois, l'usage excessif ou la recherche de perfection formelle peuvent freiner l'expression spontanée, alors que les approches centrées sur le positif ou la créativité soutiennent davantage le bien-être et la construction identitaire (Lin et coll., 2025).

Enfin, les recherches sur l'écriture expressive et positive en ligne confirment que ces approches, bien que simples et peu coûteuses, contribuent à réduire le stress, l'anxiété et les symptômes dépressifs, tout en présentant des effets positifs sur la santé physique (Baikie et coll., 2012).

L'ensemble de ces résultats suggère que l'intégration d'un espace de *journaling* numérique dans une application pourrait constituer un levier pertinent pour soutenir le bien-être émotionnel et psychologique des jeunes. Malgré les bienfaits associés au *journaling*, cette idée a soulevé certaines préoccupations au sein de l'équipe, notamment quant à la gestion d'éventuelles situations de détresse (ex. si un jeune exprimait un mal-être ou des signes de souffrance dans ses écrits, aucun mécanisme d'intervention immédiate ne permettrait d'assurer son soutien). Pour répondre à leurs besoins tout en assurant la sécurité des jeunes, l'équipe a plutôt choisi de permettre aux jeunes de suivre leur progression à travers un tableau de bord personnalisé. Cette option conserve l'esprit du *journaling* en favorisant la réflexion sur soi et la prise de conscience de son évolution, sans comporter les risques associés à la consignation de contenus personnels sensibles.

### Favoriser l'engagement et la fidélisation grâce à différentes stratégies

La littérature scientifique montre que les stratégies de fidélisation d'une application combinent plusieurs leviers : offrir une valeur tangible immédiate, créer un engagement émotionnel par des contenus variés et pertinents et maintenir une interaction bidirectionnelle structurée et réactive avec la communauté (Bodier et Guerout, 2017; Sévigny Trudel, 2023).

Par ailleurs, le design de l'expérience utilisateur constitue un facteur clé de rétention : une interface intuitive, esthétiquement cohérente, performante et personnalisée contribue directement à l'engagement et à la satisfaction des personnes utilisatrices (Majumder, 2025). Dans le contexte d'une application, ces éléments suggèrent qu'il est essentiel de sélectionner et de structurer soigneusement les contenus afin qu'ils soient pertinents pour les personnes utilisatrices, tout en renforçant leur fidélisation et leur participation active.

Pour favoriser cet engagement, l'équipe a proposé une structuration des contenus de manière claire et pertinente, intégré des fonctionnalités interactives et proposé des options de personnalisation afin d'augmenter l'appropriation et la participation active des jeunes.

# LES RÉSULTATS DE LA RECHERCHE ÉVALUATIVE

Cette section présente les résultats de la recherche évaluative en s'appuyant sur plusieurs sources de données. Les résultats de la première partie s'appuient sur les données recueillies dans les groupes de discussion et les questionnaires complétés par les membres de l'équipe du projet, lesquels ont permis de décrire leur appréciation du projet. La deuxième partie présente les résultats issus des entrevues individuelles et des groupes de discussion avec les jeunes et permet de résumer leur appréciation du prototype de l'application. Cette section se termine par la troisième partie, laquelle propose des recommandations pour le déploiement de l'application, celles-ci ayant été recueillies auprès de toutes les parties prenantes du projet (membres de l'équipe et jeunes).

## Partie 1 - L'appréciation du projet par l'équipe

### 1.1 Principaux facteurs de succès du projet

Les principaux facteurs de succès du projet résident dans le partenariat entre Trouve ta ressource, Talsom et ÉCOBES, la vision commune et la communication efficace entre les membres de l'équipe, ainsi que l'implication active des jeunes tout au long du processus. L'utilisation de la méthodologie du *design thinking*, centrée sur les besoins des jeunes, et l'adhésion des personnes intervenantes au prototype envisagé renforcent également la pertinence et l'appropriation de l'application.

Le premier facteur de succès documenté est l'excellent partenariat entre l'organisme Trouve ta ressource, la firme Talsom et ÉCOBES. Cette collaboration a permis de combiner plusieurs expertises et d'adopter une perspective globale du projet, renforçant ainsi la capacité à anticiper et résoudre les défis rencontrés tout au long du processus de coconstruction de l'application. La cohésion et la motivation de l'équipe ont également facilité le travail et ont rendu la collaboration agréable, comme le mentionne une personne répondante : « Talsom et [Trouve ta ressource] travaillent ensemble depuis plusieurs années maintenant et les liens professionnels sont très solides. L'ajout d'ÉCOBES s'est fait très facilement ».

Un autre facteur de succès est la vision commune partagée par tous les acteurs, favorisée par des communications efficaces entre les membres de l'équipe, comme l'explique une personne répondante au questionnaire : « Nous partageons une vision commune et sommes tous alignés sur des objectifs clairs et collectifs ».

Les membres de l'équipe consultés mentionnent un autre facteur de succès du projet : l'application est conçue pour et avec les jeunes. Les jeunes ont été consultés tout au long de la démarche, et leurs préférences ont été prises en compte, comme le précise ce membre de l'équipe :

« Puis je reviens sur les facteurs de succès, [les jeunes] impliqués tout au long de la démarche. Puis dire "Cette application, c'est vous qui l'avez créé". C'est vraiment une grosse différence à la fois pour les jeunes impliqués qui sont notre public, mais aussi pour les partenaires avec qui on fait ce genre de démarche là ».

De plus, selon les personnes consultées, le format mobile de l'application répond aux habitudes des jeunes. Comme le note un membre de l'équipe du projet : « Clairement, c'est le besoin que les jeunes nous ont exprimé ».

Enfin, tous les membres de l'équipe remarquent une forte adhésion à l'application de la part des personnes intervenantes qui œuvrent auprès des jeunes, ainsi qu'à l'utilisation de l'approche du *design thinking*. Cette approche a permis, selon eux, de placer les jeunes et leurs besoins au centre du processus. Un membre de l'équipe résume ce facteur de succès :

« L'application qui sera créée est vraiment "par et pour les jeunes". Grâce à la méthodologie du *design thinking* et, particulièrement, la phase d'empathie, nous avons pu bien comprendre leurs besoins et attentes. Les idées générées durant l'atelier d'idéation sont donc adaptées à ce que les jeunes et intervenants nous ont raconté ».

## 1.2 Défis rencontrés durant le projet

Quelques défis ont été soulevés durant le projet, notamment les échéanciers, la coordination entre plusieurs organisations, l'incertitude quant à l'usage de l'application par les jeunes et les contraintes liées à l'accès aux documents et au financement de la communication.

Le principal obstacle mentionné est les délais serrés pour la réalisation du projet, nécessitant un rythme de travail rapide. La coordination des agendas a également posé des défis, comme a souligné un membre de l'équipe : « Il y a parfois eu des délais dans le projet à essayer de concilier les agendas de trois organisations différentes ».

Un membre de l'équipe souligne un défi potentiel lié à l'adoption de l'application par les jeunes, défi qui est toujours présent dans ce type de projet : « Je crois qu'il y a toujours un risque/défi qu'ils ne l'utilisent pas. Ça aurait été la même chose, peu importe le contenu de l'application ».

D'autres défis portent sur le partage des documents de travail entre les différentes organisations ainsi que sur la mobilisation de ressources pour financer les stratégies de communication et de promotion de l'application auprès des jeunes.

### 1.3 Suggestions d'amélioration du projet

Des suggestions ont été formulées pour améliorer le projet. La première suggestion est de maintenir le concept de l'application dans un périmètre clair et réaliste, afin de simplifier sa gestion une fois qu'elle sera lancée. Une personne explique dans le questionnaire : « Cette approche permettrait non seulement de garantir une mise en œuvre efficace, mais aussi de simplifier la gestion et l'exploitation de l'application une fois en service. ».

Les membres de l'équipe proposent également deux stratégies pour bonifier la gestion d'un tel projet intersectoriel, soit de planifier des rencontres de suivi régulières et d'organiser plus de rencontres présentiellees comme le mentionne une personne dans le questionnaire : « Se voir en personne plus souvent. ».

## Partie 2 - L'appréciation de l'application par les jeunes

### 2.1 Appréciation générale de l'application

Les résultats montrent que les jeunes ont généralement une impression positive de l'application. Certains d'entre eux manifestent un vif intérêt à la tester et à l'utiliser lors de son lancement, comme l'exprime cette personne participante : « C'est sûr que moi, quand elle va être sortie, je vais la tester » (Entrevue 1).

D'autres ont souligné que l'application pourrait être particulièrement utile dans certaines situations, par exemple pour gérer des émotions plus difficiles, reflétant une perception de l'outil comme étant un soutien ciblé plutôt qu'une ressource à utiliser en permanence. Une personne participante précise : « Ça peut être bien pour aider à gérer les émotions. Pour les gens qui sont plus joyeux et tout, je trouve ça moins utile » (Entrevue 3).

Enfin, certains jeunes souhaitent expérimenter l'application lors de son lancement pour évaluer son utilité personnelle avant de l'adopter régulièrement, comme le témoigne cette personne : « Je la téléchargerais et si j'accroche, je resterais, mais il faut m'accrocher » (Groupe de discussion 1). Ces résultats indiquent l'importance de proposer une expérience engageante et motivante dès les premières minutes d'utilisation.

### 2.2 Principaux facteurs de succès de l'application

Selon les personnes consultées, les principaux facteurs de succès de l'application sont son caractère personnalisable et ludique, la diversité des activités proposées, la possibilité de suivre son bilan hebdomadaire et l'autonomie laissée aux jeunes dans son utilisation.

Le facteur de succès le plus souvent mentionné pour l'application est l'expérience personnalisable et renouvelable qu'elle offre, notamment à travers les défis proposés. Les jeunes consultés apprécient de recevoir des défis personnalisés, qu'ils peuvent choisir d'accepter ou non, comme l'explique cette personne participante :

« Je trouve que c'est une bonne idée d'avoir une application [...] sans te forcer à te mettre au défi. Il n'y a personne qui regarde ton défi, il n'y a personne qui dit "elle n'a pas fait tel défi, ce n'est pas bon". C'est un défi que je peux me mettre à moi-même puis c'est mon choix de le faire, c'est mon choix lequel je veux faire. »

Cette même personne apprécie l'idée de recevoir des rétroactions positives sous forme de badge une fois le défi relevé :

« Puis les badges, ça fait juste refléter que j'ai réussi un accomplissement. Ouais c'est juste le fun de savoir que j'ai réussi à accomplir ça avec des petites affaires colorées que je peux voir quand je clique, "j'ai tout réussi ça". Je trouve ça vraiment cool. »  
(Groupe de discussion 3)

L'application est également décrite comme offrant une expérience ludique et positive. Une personne participante la décrit ainsi : « Ben c'est vraiment facile d'utilisation, c'est facile à installer, c'est facile à programmer, c'est facile à expliquer, c'est intuitif » (Groupe de discussion 3). Le design de l'application est également jugé attrayant, avec des formes arrondies, simples et des émotions bien mises en valeur, comme le note cette personne participante : « Le design, je l'aime vraiment, j'aime les couleurs, c'est comme simple, ça [ne] fait pas trop enfantin non plus » (Entrevue 2).

Un autre facteur de succès de l'application réside dans sa capacité à valider les émotions vécues par les jeunes en permettant de les reconnaître. L'application contribue également, selon les personnes rencontrées, à prévenir l'isolement et à sensibiliser les jeunes sur les enjeux de santé mentale ainsi que sur les bonnes habitudes de vie. À ce sujet, une personne participante explique :

« Ça peut briser l'isolement parce que c'est ça, il y a beaucoup de jeunes qui [ne] vont pas chercher l'aide, il y a beaucoup de jeunes qui ont de la difficulté dans leurs relations. Ça peut donner des petits trucs, je pense qu'il peut avoir différents objectifs là justement [pour] avoir des relations saines. »  
(Entrevue 1)

De plus, les jeunes rencontrés apprécient avoir accès à leur bilan hebdomadaire qui met en lumière les moments positifs vécus, comme le souligne cette personne participante : « Le fait de voir son

bilan hebdomadaire; ça peut permettre de faire une rétrospection pour mieux comprendre ses émotions, se remettre en question » (Groupe de discussion 2).

Enfin, les jeunes mentionnent aussi apprécier le fait que l'application offre un espace sécuritaire, qu'elle soit accessible à différents groupes d'âge et qu'elle soit définie dans le temps, avec un début et une fin clairs.

## 2.3 Limites perçues de l'application

Les jeunes rencontrés ont identifié quelques limites de l'application, notamment l'impossibilité de remplacer le contact humain en situation de détresse, la diversité des besoins selon l'âge, l'influence de l'application sur le temps passé sur les écrans et certaines contraintes liées à la réalisation des défis et à la pérennité de l'outil.

D'abord, l'application ne peut pas, selon eux, « remplacer le contact humain » ni certains services (ex. ligne d'écoute), indispensables en situation de détresse. En ce sens, certains jeunes n'imaginent pas utiliser cette application lorsqu'ils ne vont pas bien, comme l'explique cette personne participante : « Je ne sais pas par contre si ça compense autant que d'aller voir ma famille et mes ami(e)s » (Entrevue 3).

Pour les jeunes, l'utilisation de l'application peut aussi alimenter la dépendance des jeunes aux écrans et augmenter le temps passé sur le téléphone, comme le souligne cette personne participante : « L'application est bien, mais les jeunes n'ont pas besoin d'être encore plus sur leur téléphone » (Entrevue 3).

Les jeunes rencontrés ont également souligné la diversité du public ciblé par l'application, qui s'adresse aux 12 à 25 ans, et ont insisté sur la nécessité de proposer des contenus adaptés à différents profils et besoins. Un jeune se questionne à cet égard par rapport aux stratégies déployées pour adapter le contenu en fonction de l'âge des personnes utilisatrices : « Et est-ce que la date de naissance, ça permet d'adapter les réponses que l'application t'offrirait par exemple? Tu sais, comparativement à une personne de 12 ans à 25 ans » (Entrevue 2).

De plus, l'application se présente sous la forme d'un cycle avec un début et une fin, ce qui soulève des questionnements des jeunes quant à sa pérennité. Par exemple, de quelle manière l'application peut-elle demeurer attractive pour les personnes utilisatrices à long terme? Un jeune exprime ainsi cette préoccupation :

« On [dit] que c'est une application qui a une durée dans le temps. Est-ce qu'après un certain temps, lorsque la personne a fait le tour, on s'attendrait à ce qu'elle ait acquis certaines ressources/outils? À une certaine limite, on pourrait dire qu'elle n'a pas gradué de l'application, mais comme si elle en [avait] moins besoin (de l'application)? »  
(Groupe de discussion 1)

Les jeunes rencontrés ont finalement soulevé des questions concernant la réalisation des défis proposés par l'application. Par exemple, lorsqu'un défi consiste à créer une liste de lecture musicale apaisante, il doit être réalisé sur une autre application, comme Apple Music ou Spotify, plutôt que directement dans l'application, ce qui a amené certains jeunes à réfléchir sur la praticité et l'intégration des fonctionnalités.

## 2.4 Suggestions d'amélioration de l'application

Les personnes ayant expérimenté le prototype de l'application ont formulé plusieurs suggestions visant à améliorer l'expérience utilisatrice et à renforcer son appropriation. Celles-ci portent notamment sur la précision dans l'expression des émotions, la personnalisation des notifications et des défis, ainsi que l'adaptation de l'application au contexte et aux besoins de chaque personne utilisatrice, y compris en termes de langue et de localisation des ressources. Ces recommandations reflètent l'importance, pour les jeunes, de pouvoir ajuster l'application à leur situation, leurs préférences et leur environnement.

Ces personnes suggèrent également de pouvoir préciser davantage les émotions qu'elles ressentent, notamment en ayant accès à leur définition et en pouvant en sélectionner plusieurs simultanément. À ce propos, un jeune mentionne : « Pour être sûr que la personne puisse bien choisir celle [l'émotion] qui correspond à sa situation du moment, je mettrais même une petite définition ou même un exemple, ça je trouve que ça serait une bonne idée » (Entrevue 2).

Les personnes participantes souhaitent également pouvoir personnaliser la fréquence des notifications en les recevant pour se motiver ou, au contraire, en les désactivant afin de ne pas ressentir de pression à l'utiliser. D'autres demandent aussi de pouvoir choisir le moment de la journée où les notifications sont envoyées. Une jeune personne participante explique : « J'ai une autre application qui ressemble à ça, puis tu sais, elle envoie des notifications pis toute pour te motiver à y aller à la place de dire "Tu vas perdre ta série" » (Groupe de discussion 3).

Les personnes participantes suggèrent aussi de personnaliser davantage l'application pour créer un sentiment d'appartenance et de proposer des défis adaptés à chacun. À ce propos, un jeune s'interroge : « Est-ce que l'application peut reconnaître les préférences de l'utilisatrice et lui proposer de défis qui la rejoignent plus? » (Groupe de discussion 1). La personnalisation pourrait prendre plusieurs autres formes : un questionnaire pour adapter les défis aux goûts, la création d'un avatar, le choix des couleurs de l'application ou encore la personnalisation des notifications avec le prénom de la personne utilisatrice.

Enfin, les dernières améliorations proposées concernent l'adaptation de l'application au contexte de la personne utilisatrice, notamment en indiquant les ressources disponibles dans sa ville ou à proximité de son domicile. Il est aussi suggéré de prévoir une traduction de l'application en plusieurs langues pour les personnes nouvellement arrivantes ou immigrantes qui ne maîtrisent pas encore le français.

## Partie 3 - Recommandations pour le déploiement de l'application

Parmi les stratégies de déploiement de l'application suggérées par les jeunes et les membres de l'équipe, la plus fréquemment mentionnée consiste à promouvoir son utilisation en personne. Cela implique de faire connaître l'application par des adultes de confiance, tels que le personnel psychosocial ou les parents, afin d'encourager les jeunes à l'adopter, comme le résume une participante :

« Ce serait bien que ça soit peut-être présenté dans les classes, puis que les enseignants ou les travailleurs sociaux, peu importe, puissent faire le point là-dessus, puis expliquer comment ça fonctionne... avant que ça soit *pitché* partout, de manière claire et bien expliquée. »  
(Entrevue 1)

Une autre stratégie vise à renforcer la communication et le marketing de l'application. Les jeunes consultés recommandent de combiner des méthodes traditionnelles et numériques, en mettant l'accent sur le partage via les réseaux sociaux, idéalement avec le soutien de personnes ambassadrices. Une personne participante souligne : « *Il faudrait quelques porte-parole, par exemple sur les réseaux, puis sinon en parler partout aux organismes, dans les écoles, et faire des affiches. Là, ça serait probablement de bonnes solutions* » (Entrevue 2). Il est également important, selon les jeunes consultés, d'adapter le message au public cible, de recourir à des balados pour faire découvrir l'application, de développer du contenu de qualité et de produire des tutoriels pour en faciliter l'usage. À ce propos, un membre de l'équipe précise :

« Je le vois vraiment dans une approche de réduction des méfaits... on ne peut pas empêcher les jeunes d'utiliser leurs écrans ou applications, mais on peut les diriger vers une utilisation qui leur apporte du bien et un objectif positif. »

Enfin, les membres de l'équipe recommandent de lancer l'application sur le territoire de Laval avant de l'étendre à l'ensemble du Québec. Un autre membre de l'équipe propose d'adapter ultérieurement l'outil aux contextes locaux en proposant, par exemple, des ressources pertinentes aux utilisateurs : « *En fait, le concept lui-même est assez transférable. Je pense que le seul élément qui est à adapter, c'est la notion des ressources disponibles [...].* » (Équipe mi-parcours).

Plusieurs enjeux liés au transfert des connaissances ont été soulevés par les membres de l'équipe et les jeunes consultés. Tout d'abord, les besoins des jeunes peuvent varier selon qu'ils vivent en milieu urbain ou rural. Il existe également un risque que l'application devienne rapidement obsolète dans un contexte en constante évolution. Un autre enjeu concerne la disponibilité de l'application en

plusieurs langues afin de ne pas restreindre son accessibilité. Enfin, l'utilisation des données recueillies soulève des préoccupations, notamment en matière de protection de la vie privée : « *Ce serait bien de préciser comment les données seront utilisées* » (Groupe de discussion 2).

# LES RÉSULTATS DU PLAN DE TRANSFERT

L'objectif principal du plan de transfert était de maximiser les retombées du projet en favorisant l'appropriation des connaissances, le partage des enseignements tirés de l'expérimentation et la promotion de l'application auprès des jeunes et des personnes intervenantes.

Pour rappel, le plan de transfert s'appuie sur une analyse approfondie des données recueillies lors de trois étapes principales : la synthèse des résultats de la recherche évaluative et de l'analyse documentaire, l'analyse des entrevues individuelles avec trois spécialistes de contenu et de la synthèse des recommandations issues d'un atelier de cocréation.

Les prochaines lignes présentent les contenus, stratégies et pratiques à privilégier pour assurer un transfert efficace des connaissances issues du projet. En guise de synthèse, les principaux objectifs du plan de transfert sont d'abord explicités et sont ensuite déclinés dans un tableau qui décrit sept activités de transfert possibles, directement inspirées des constats et apprentissages tirés du projet.

## Les contenus

La section suivante décrit les principaux contenus à prioriser dans le plan de transfert pour l'application et pour les résultats du projet de recherche.

### Les contenus relatifs à l'application

La littérature scientifique portant sur les applications mobiles souligne que la valeur et la pertinence des contenus sont centrales pour attirer, engager et fidéliser les personnes utilisatrices (Delabre, 2021). Pour maintenir leur intérêt, il est important de proposer un contenu utile, exclusif et adapté aux besoins spécifiques des différentes populations, qu'il s'agisse d'informations pratiques, de supports pédagogiques ou de ressources interactives (Bodier et Guerout, 2017; Sévigny Trudel, 2023).

- **Décrire les forces et spécificités de l'application**

Dans le cadre du projet, une analyse comparative de différentes applications et outils numériques en ligne a été complétée afin de valider et comparer la pertinence des contenus souhaités pour l'application. Au total, 13 applications ont été répertoriées. Cette analyse a permis d'identifier les forces et spécificités de l'application, qui devront être mises en lumière dans sa promotion. En somme, l'application :

- ✓ est intelligible et accessible dans son utilisation;
  - ✓ propose des ressources de manière personnalisée, en fonction de leurs émotions;
  - ✓ offre des rétroactions positives et des badges qui encouragent son utilisation;
  - ✓ ne donne pas seulement des conseils d'experts, mais propose également des défis;
  - ✓ est en français;
  - ✓ est gratuite;
  - ✓ est interactive et dynamique;
  - ✓ est centrée sur une clientèle plus ciblée.
- **Utiliser des témoignages authentiques**  
Il est essentiel que les personnes utilisatrices puissent témoigner de l'apport de l'application, afin de renforcer le message et encourager la demande de soutien.
  - **Mettre l'accent sur les trois messages clés de l'application**  
Trois messages clés doivent être utilisés dans les activités de transfert du projet :
    1. L'application est confidentielle et respectueuse de la vie privée.
    2. Elle répond à des besoins réels exprimés par les jeunes.
    3. Elle offre des solutions concrètes et personnalisées aux défis des jeunes.
  - **Concevoir du contenu émotionnel et inspirant**  
Il est considéré comme stratégique de recourir à des récits et des visuels qui résonnent chez les jeunes, axés sur l'espoir, l'entraide et la normalisation des émotions.
  - **Créer du contenu spécifique aux personnes intervenantes**  
Il est essentiel de fournir aux personnes intervenantes du contenu spécifique qui leur permette de comprendre l'application, d'en parler et de soutenir son utilisation par les jeunes.

## Les contenus relatifs au projet de recherche

Il importe de diffuser des contenus sur le projet de recherche afin de mettre en lumière ses résultats ou retombées, les défis rencontrés et les méthodes privilégiées.

- **Mettre en valeur les retombées de la démarche de recherche**  
Il est recommandé de mettre en valeur les retombées concrètes de la *recherche participative* et de la *collaboration intersectorielle* développées dans le cadre du projet, par exemple à travers les témoignages des partenaires, les effets observés et les améliorations rendues possibles.
- **Décrire les défis rencontrés**  
Il est important de présenter les défis rencontrés et les solutions proposés afin de fournir des outils aux personnes souhaitant s'engager dans une telle démarche. Ces informations permettent aux milieux de déterminer quelles sont les méthodes qui peuvent être reproduites.
- **Vulgariser la méthode de *Design thinking***  
Il est conseillé de vulgariser cette méthode considérant sa transférabilité à d'autres organisations et ses retombées documentées dans le cadre du projet.

## Les stratégies de diffusion et de transfert

Les données recueillies pour le plan de transfert permettent de décrire des stratégies de diffusion et de transfert pour l'application et pour les résultats du projet de recherche.

### Pour l'application

- **Miser sur les réseaux sociaux**  
Utiliser des plateformes comme *Instagram*, *TikTok* et *YouTube* pour des contenus courts (moins d'une minute) qui attirent l'attention rapidement. Les formats *réels* ou *capsules dynamiques* ont été proposés (ex. animation graphique).
- **Collaborer avec des influenceuses et des influenceurs**  
Travailler avec des personnalités québécoises qui parlent ouvertement de santé mentale (ex. Claudie Mercier, Alice Morel-Michaud, Danick Martineau).
- **Collaborer avec des personnes intervenantes qui gravitent autour des jeunes**  
Collaborer avec les milieux scolaires et les organismes communautaires pour rejoindre directement les jeunes et privilégier un ton informel, bienveillant et non moralisateur.
- **Outils les personnes intervenantes sur les fonctionnalités de l'application**  
Montrer des exemples concrets d'intégration de l'application dans la routine d'une personne intervenante.
- **Avoir des supports visuels intégrés à leur environnement**  
Utiliser des codes QR discrets (ex. sur les tables, casiers ou bouteilles réutilisables) avec une phrase accrocheuse. Éviter les affiches traditionnelles trop visibles.

### Pour les résultats du projet de recherche

- **Proposer des formats visuels et concis**  
Privilégier des infographies imprimables et partageables (ex. *One pager*), des capsules vidéo animées (*motion design*) et des fiches synthèses vulgarisées.
- **Avoir des approches personnalisées**  
Adapter les messages et outils selon les publics (personnes intervenantes, écoles, organismes, décideurs) (ex. une infographie différente pour les milieux scolaires et pour les partenaires communautaires).
- **Cibler des personnes ambassadrices**  
Travailler en collaboration avec des personnes ambassadrices qui pourront partager et diffuser les résultats, les outils et les connaissances issus du projet de recherche.
- **S'intégrer à des événements rassembleurs**  
S'intégrer à des événements rassembleurs afin de faire connaître les résultats du projet et de rejoindre divers publics. Selon le contexte, les activités pourront prendre la forme de kiosques, de présentations ou s'inscrire dans des offres de formation existantes. Des événements dédiés, tels qu'une exposition ou des journées de promotion, permettront également de valoriser les projets, les outils et les méthodes développés ainsi que les connaissances issues du projet.

## Les activités de transfert

Les données recueillies pour le plan de transfert ont permis d'identifier des suggestions d'activités de transfert potentielles pour promouvoir l'application et les connaissances issues du projet.

### Pour l'application

- **Organiser des événements en collaboration avec les milieux fréquentés par les jeunes**  
Lancer l'application dans les milieux éducatifs ou communautaires avec des activités thématiques existantes (ex. « Prends soin de toi », semaines de la santé mentale, courses étudiantes, soirées d'études). Les écoles et organismes jeunesse sont des relais à privilégier pour la diffusion.
- **Réaliser un concours pour stimuler les téléchargements**  
Organiser un concours régional lié à l'utilisation de l'application, en utilisant des phrases qui inciteront la participation (ex. « Teste-la, donne ton avis et cours la chance de gagner un prix »). Proposer des récompenses attrayantes pour les jeunes (ex. cartes-cadeaux, abonnements, produits populaires).
- **Faire la promotion de l'application en collaboration avec les médias**  
Présenter l'application de manière médiatique pour permettre à celles et ceux qui accompagnent les jeunes de comprendre ses spécificités et de la recommander efficacement.

### Pour les résultats du projet de recherche

- **Créer un lieu de partage virtuel**  
Mettre en place une banque de données partagée (SharePoint, dossier collaboratif) pour permettre aux organismes d'accéder au projet et poser des questions au besoin.
- **Organiser des activités immersives**  
Organiser des activités immersives pour permettre aux personnes participantes de vivre concrètement les approches et outils proposés. Ces expériences pourront se tenir dans des lieux originaux (ex. dans une station de métro ou à l'Espace Momo). Les personnes participantes pourront s'impliquer activement dans des démarches de *design thinking*, favorisant ainsi leur adhésion et leur appropriation de la méthode.
- **Animer un balado**  
Réaliser un balado pour présenter les résultats de la recherche et la méthode utilisée.

## Synthèse

À la lumière de toutes les données recueillies, le plan de transfert comprend deux objectifs principaux.

1. **Promouvoir l'utilisation et l'appropriation de l'application développée**  
Faire connaître les spécificités, la pertinence et les avantages de l'application auprès des jeunes et des personnes intervenantes afin d'en encourager une utilisation durable. Il s'agit notamment

de renforcer la confiance envers l'application, de normaliser la demande de soutien et de montrer sa capacité à répondre à des besoins réels.

## 2. Valoriser les retombées du projet de recherche et de la démarche participative

Mettre en lumière les connaissances issues de la recherche, la valeur ajoutée de la collaboration intersectorielle et les retombées concrètes observées dans les milieux. Cette valorisation vise à inspirer d'autres organisations à adopter des approches similaires et à favoriser la reconnaissance de la recherche participative en éducation et en santé.

Ces objectifs seront atteints grâce à deux principales stratégies de transfert :

### 1. Favoriser la mobilisation et l'engagement des différents publics cibles

Offrir des expériences interactives et immersives qui permettent aux partenaires, aux personnes intervenantes et aux jeunes de s'impliquer activement dans le processus de transfert. Ces activités visent à susciter l'adhésion, à encourager la coconstruction et à renforcer les liens entre les milieux éducatifs, communautaires, de la santé et de la recherche.

### 2. Assurer une diffusion large, adaptée et durable des connaissances produites

Déployer des stratégies de communication variées pour rejoindre efficacement les différents publics (jeunes, personnes intervenantes, partenaires institutionnels, décideurs). L'objectif est de rendre les contenus accessibles, utiles et transférables, tout en maintenant l'intérêt et l'engagement à long terme.

Le tableau suivant permet de décrire sept activités de transfert qui tiennent compte de ces objectifs et stratégies.

## Activités envisagées dans le plan de transfert

| Activités                                                                            | Description                                                                                                                                                                                                                    | Public(s) cible(s)                                 | Responsable(s)                | Modalités                                                                                                                       | Stratégies de transfert |
|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| Objectif 1 : Promouvoir l'utilisation et l'appropriation de l'application développée |                                                                                                                                                                                                                                |                                                    |                               |                                                                                                                                 |                         |
| Lancement de l'application                                                           | Lancement de l'application auprès des organismes partenaires de Trouve ta ressource                                                                                                                                            | Personnes intervenantes                            | Trouve ta ressource et ÉCOBES | Ces activités seront pilotées par Trouve ta ressource qui a obtenu un financement supplémentaire pour développer l'application. | 1 et 2                  |
| Capsules vidéo                                                                       | Courtes vidéos (≤1 min) diffusées sur TikTok, Instagram et YouTube mettant en scène des jeunes utilisateurs et présentant les messages clés (confidentialité, pertinence, solutions concrètes).                                | Personnes utilisatrices et personnes intervenantes |                               |                                                                                                                                 | 2                       |
| Tournée dans les milieux jeunesse                                                    | Série d'ateliers participatifs intégrés à des événements existants (semaine de la santé mentale, journée « Prends soin de toi ») où les jeunes testent l'application et participent à des mini-laboratoires de coconstruction. |                                                    |                               |                                                                                                                                 | 1                       |

| Activités                                                                                   | Description                                                                                                                                                                                                                                                                       | Public(s) cible(s)                                    | Responsable                           | Modalités                                                                                                                                       | Stratégies de transfert |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| Objectif 2 : Valoriser les retombées du projet de recherche et de la démarche participative |                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                       |                                       |                                                                                                                                                 |                         |
| Atelier « Vivre la recherche »                                                              | Atelier permettant aux personnes participantes d'expérimenter la méthode de <i>Design thinking</i> et de prendre connaissance des résultats du projet de recherche. Cet atelier pourrait être adapté en fonction du public cible (ex. adaptation des contenus, de la durée, etc.) | Public professionnel, communautaire et institutionnel | ÉCOBES, Trouve ta ressource et TALSOM | Ces activités nécessiteront la recherche de financement externe pour couvrir les coûts relatifs au matériel, à la production et à la diffusion. | 1                       |
| Balado « En coulisses des projets »                                                         | Série d'épisodes animés par des personnes chercheuses et partenaires décrivant les retombées, défis et apprentissages du projet, ponctués d'entrevues avec les membres de l'équipe. L'un des épisodes porterait spécifiquement sur le projet.                                     |                                                       | ÉCOBES                                |                                                                                                                                                 | 2                       |
| Espace numérique collaborative                                                              | Création d'un espace numérique de partage (SharePoint ou plateforme collaborative) regroupant les rapports et ressources téléchargeables du projet.                                                                                                                               |                                                       | ÉCOBES                                | Cet espace sera créé à la fin du projet et le lien sera diffusé par Trouve ta ressource.                                                        | 1 et 2                  |
| Infographie résumant le projet                                                              | Synthèse du projet présentée de manière vulgarisée.                                                                                                                                                                                                                               |                                                       | ÉCOBES                                | Cette infographie sera partagée sur les réseaux sociaux des partenaires du projet.                                                              | 2                       |

## CONCLUSION

Le projet décrit dans le présent rapport avait pour ambition de concevoir, expérimenter et évaluer une application visant à développer les ressources internes des jeunes, prévenir les problèmes de santé mentale et veiller à leur bien-être global.

Guidé par l'approche du design thinking, le projet a reposé sur une collaboration étroite réunissant des jeunes, des personnes intervenantes, des partenaires communautaires et institutionnels, Talsom et une équipe d'ÉCOBES. Cette approche participative a permis d'identifier les besoins réels du public cible, de tester un prototype, puis d'apporter des améliorations fondées sur les résultats d'une recherche évaluative participative menée par ÉCOBES.

L'équipe d'ÉCOBES a plus spécifiquement documenté l'appréciation de l'application, proposé des ajustements à partir des données recueillies et élaboré un plan de transfert des connaissances issues du projet. Celui-ci repose sur une analyse approfondie des résultats, des consultations auprès de trois spécialistes et d'un atelier de cocréation rassemblant près d'une centaine de partenaires lavallois. Les résultats de la recherche montrent un intérêt marqué pour l'application, tout en soulignant l'importance de la personnalisation, de l'accessibilité linguistique, de la clarté des contenus et de stratégies de diffusion adaptées aux réalités des jeunes.

Au terme de ce projet, plusieurs pistes d'action se dégagent pour soutenir le déploiement de l'application. Parmi celles-ci figurent la promotion de l'application par des adultes de confiance et la diversification des stratégies de transfert des connaissances. Grâce à un nouveau financement obtenu par Trouve ta ressource, l'application a été bonifiée en fonction des apprentissages issus de ce projet (nom de l'application, facture visuelle, etc.) et sera lancée en juin 2026.

À plus long terme, Trouve ta ressource aspire à déployer l'application dans des écoles lavalloises et dans d'autres régions du Québec, mais aussi à évaluer ses retombées auprès des jeunes qui l'utilisent. Cette intention s'inscrit dans les recommandations formulées dans la littérature scientifique, qui soulignent l'importance d'évaluer toute nouvelle application en santé mentale pour en garantir les retombées auprès des populations ciblées (Gallais et Desjardins, 2022; Gamble, 2020; Palmer et Burrows, 2021). En ce sens, une nouvelle recherche évaluative apparaît essentielle pour assurer que l'application réponde durablement aux besoins des jeunes et s'intègre réellement à leurs habitudes de vie.

En somme, ce projet témoigne non seulement du potentiel d'innovation sociale de l'initiative, mais également de la force d'une démarche collaborative centrée sur les jeunes, où chacun des partenaires contribue à la création d'un outil accessible, pertinent et significatif pour leur bien-être quotidien.

## RÉFÉRENCES

- Baikie, K. A., Geerligs, L., & Wilhelm, K. (2012). Expressive writing and positive writing for participants with mood disorders: An online randomized controlled trial. *Journal of affective disorders*, 136(3), 310-319.
- Bodier, S., & Guerout, T. (2017). *Le web marketing*. QUE SAIS-JE.
- Burton, C. M., & King, L. A. (2008). Effects of (very) brief writing on health: The two-minute miracle. *British Journal of Health Psychology*, 13(1), 9-14.
- Chateauvert, J., Dufort, P., Durand Folco, J., Morales Hudon, A., Stambouli, J., & Tremblay-Pepin, S. (2020). *Manuel pour changer le monde*. Lux Éditeur.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2008). Favoriser la motivation optimale et la santé mentale dans les divers milieux de vie. *Canadian Psychology*, 49(1), 24-34. <https://doi.org/10.1037/0708-5591.49.1.24>
- Deon, L., & Jackson, D. (2024). Enhanced User Experience through Network Optimization and Personalized Recommendations for Mobile Applications.
- Gamble, A. (2008). *Abc de l'évaluation évolutive*. The JW McConnell Family Foundation, Montreal.
- Goldman, S., Kabayadondo, Z., Royalty, A., Carroll, M. P., & Roth, B. (2013). Student teams in search of design thinking. In *Design Thinking research: building innovation eco-systems* (pp. 11-34). Springer.
- Goodyear, V., Kerner, C., & Quennerstedt, M. (2019). Young people's uses of wearable healthy lifestyle technologies: surveillance, self-surveillance and resistance. *Sport, Education & Society*, 24(3), 212-225.
- Hutmacher, F., & Appel, M. (2023). The psychology of personalization in digital environments: From motivation to well-being—a theoretical integration. *Review of General Psychology*, 27(1), 26-40.
- Jacob, S., & Ouvrard, L. (2009). Comprendre et entreprendre une évaluation participative: guide de synthèse. PerfEval [Université Laval].
- Karsenti, T. (2015). Favoriser la motivation et la réussite en contexte scolaire les TIC feront-elles mouche? *Vie pédagogique*, 127, April-May 2003, p. 27-31.
- Lemire, N., Souffez, K., & Laurendeau, M.-C. (2009). Animer un processus de transfert des connaissances. Bilan des connaissances et outils d'animation.

- Lin, K., Kawai-Yue, J., Sklar, A., Hecht, L., Sterman, S., & Tseng, T. (2025). Crafting a Personal Journaling Practice: Negotiating Ecosystems of Materials, Personal Context, and Community in Analog Journaling. *Proceedings of the 2025 Conference on Creativity and Cognition*,
- Liu, Y., Tan, H., Cao, G., & Xu, Y. (2024). Enhancing user engagement through adaptive UI/UX design: A study on personalized mobile app interfaces. *Computer Science & IT Research Journal*, 5(8), 1942-1962.
- Longtin, D. (2021). Outils d'évaluation en innovation sociale. Résumé de la revue de la littérature et des pratiques sur l'évaluation des innovations sociales. Réseau québécois en innovation sociale. Québec. In: Réseau québécois en innovation sociale. Québec. [https://www. rqis. org/wp ....](https://www.rqis.org/wp ....)
- Majumder, A. S. (2025). The influence of UX design on user retention and conversion rates in mobile apps. *arXiv preprint arXiv:2501.13407*.
- Ontanon, S., & Zhu, J. (2021). The personalization paradox: The conflict between accurate user models and personalized adaptive systems. *Companion Proceedings of the 26th International Conference on Intelligent User Interfaces*,
- Paillé, P., & Mucchielli, A. (2016). Chapitre 11. L'analyse thématique. *Collection U*, 4, 235-312.
- Primack, B. A., Shensa, A., Sidani, J. E., Whaite, E. O., Yi Lin, L., Rosen, D., Colditz, J. B., Radovic, A., & Miller, E. (2017). Social media use and perceived social isolation among young adults in the US. *American journal of preventive medicine*, 53(1), 1-8.
- Sévigny Trudel, C. B. (2023). Quand le site statique ne suffit plus: le passage au site transactionnel en tant qu'occasion de développement et de fidélisation de ses publics pour la biennale internationale de l'estampe contemporaine de Trois-Rivières Université du Québec à Trois-Rivières].
- Smyth, J. M., Johnson, J. A., Auer, B. J., Lehman, E., Talamo, G., & Sciamanna, C. N. (2018). Online positive affect journaling in the improvement of mental distress and well-being in general medical patients with elevated anxiety symptoms: A preliminary randomized controlled trial. *JMIR mental health*, 5(4), e11290.
- Sohal, M., Singh, P., Dhillon, B. S., & Gill, H. S. (2022). Efficacy of journaling in the management of mental illness: a systematic review and meta-analysis. *Family medicine and community health*, 10(1), e001154.

- Soulé, B., Marchant, G., & Verchère, R. (2022). Chapitre 14. Les effets des applications mobiles de sport et d'activité physique sur l'engagement dans la pratique. Une lecture interdisciplinaire entre motivation, agentivité et gestion de soi. In C. Perrin, C. Perrier, & D. Issanchou (Eds.), *Bouger pour la santé ! Analyses sociologiques d'une injonction contemporaine. Analyses sociologiques d'une injonction contemporaine* (pp. 190-201). Presses universitaires de Grenoble.
- Surprenant, R. (2018). L'authentification de la pratique déclarée par les élèves de l'activité physique faite à l'extérieur du cours d'éducation physique au collégial au moyen d'une application mobile [essai de maîtrise, Université de Sherbrooke]. SavoirS.  
[https://savoirs.usherbrooke.ca/bitstream/handle/11143/17757/Surprenant\\_Rachel\\_MEd\\_2018.pdf?sequence=3](https://savoirs.usherbrooke.ca/bitstream/handle/11143/17757/Surprenant_Rachel_MEd_2018.pdf?sequence=3)
- Vanneron, M. (2014). *Les adolescents et les réseaux sociaux : entre quête de notoriété et épreuve* [Université de la Sorbonne]. Sorbonne Université Presses.  
[https://mathildevanneron.wordpress.com/wp-content/uploads/2015/01/mc3a9moire\\_recherche\\_mathilde\\_vanneron\\_anonymat.pdf](https://mathildevanneron.wordpress.com/wp-content/uploads/2015/01/mc3a9moire_recherche_mathilde_vanneron_anonymat.pdf)