

PRIORITÉS		TRANSFORMATIONS SOUHAITÉES	ACTIONS	DESCRIPTIONS
E	ENFANT			
	FACTEUR DE PROTECTION	OBJECTIF		
	Habilités de communication orale et écrite	Augmenter la qualité des communications et des interactions chez l'enfant.	<p>E Il communique de façon claire et respectueuse.</p> <p>Amibulle</p> <p>Partir Gagnant</p>	<p>Série de sept ateliers sur les habiletés sociales offerte aux enfants de 3 à 5 ans dans les milieux de gardes privés et subventionnés. Banque d'outils disponibles pour les éducatrices.</p> <p>Des ateliers estivaux s'adressant aux enfants dont l'entrée imminente à la maternelle est compromise due au développement global.</p>
F	FAMILLE			
	FACTEUR DE PROTECTION	OBJECTIF		
	Attitudes parentales	Augmenter le sentiment de compétence chez le parent.	<p>F Le parent se sent plus confiant dans ses interventions.</p> <p>La caravane interactive 2 – Le petit guide du parent presque parfait</p> <p>La caravane interactive 3 – Les soirées conférences</p> <p>Un temps pour les parents</p>	<p>Un petit guide à l'intention du parent, qui vise de façon simple et ludique à le rassurer sur son rôle de parent.</p> <p>Une série de quatre conférences réparties sur le territoire traitant de sujets intéressant les parents.</p> <p>Des journées d'activités où le parent pourra apprendre avec son enfant, échanger avec d'autres parents et par la suite prendre un peu de temps pour lui pendant que les petits sont en sécurité.</p>
			<p>C Reconnaît et valorise les compétences et l'expérience du parent.</p> <p>La caravane interactive 4 – La VDP de Saint-Michel-des-Saints</p>	<p>Implantation du projet VDP afin de définir les besoins des parents de la Haute-Matawinie.</p>
C	COMMUNAUTÉ			
	FACTEUR DE PROTECTION	OBJECTIF		
	Accessibilité et qualité des services	Augmenter l'accessibilité des services.	<p>E L'enfant participe à une diversité d'activités et de services.</p> <p>La caravane interactive 1 – La grande contagion</p>	<p>La caravane se veut un véhicule virtuel contenant des projets bien tangibles dans le but de rejoindre les familles là où elles sont.</p>
			<p>C La communauté est réseautée et cohérente dans son offre de service.</p> <p>Plan de communication</p>	<p>Un plan de différentes stratégies ayant pour objectif :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mieux faire connaître le GEM, ses partenaires et ses actions. • Entretien la cohésion entre les partenaires.