



Méthodologies et outils contemporains sur l'engagement communautaire

Guide

Méthodologies et outils contemporains pour l'engagement communautaire

Guide

Citizens in Power (Anna Kyriacou)

IASIS (Elli Nikolakopoulou, Thanos Loules)

LogoPsyCom (Grytė Kuliešiūtė-Pirlot, Laura Nieto Cuervo)

ZID (Giulia Frezza, Karolina Spaić)

Sommaire

Introduction	5
1. Qu'est-ce que l'engagement communautaire	7
2. Plan d'action pour votre engagement communautaire.....	18
ÉTAPE 1 : Identifier l'objectif	18
2.1.1 Analyse du contexte - Identification des besoins	19
2.1.2 Le choix de votre cause.....	31
2.1.3 Identification des groupes cibles.....	35
2.1.4 Résultats escomptés, aspirations.....	36
ÉTAPE 2 : Distribution des rôles.....	42
2.2.1 Identifier les ressources/personnes nécessaires à la mise en œuvre de votre plan	42
2.2.2 Définir les utilisateurs et les bénéficiaires des activités	50
2.2.3 Déterminer les conseillers du projet, les contributeurs aux processus de gestion, les décideurs, ainsi que les exécutants.....	53
ÉTAPE 3 : COMMENT IDENTIFIER ET ATTEINDRE VOS PARTIES PRENANTES ?	60
2.3.1 Identification des parties prenantes actuelles et/ou potentielles	60
2.3.2 Identification des moyens de communication que ces parties prenantes/ groupes utilisent et de ce qui pourrait leur faire défaut en utilisant ces moyens.....	64
2.3.3 Détecter ce qui doit être amélioré dans les actions existantes et / ou décider de celles à promouvoir	65
2.3.4 Planifier pour assurer la réalisation des objectifs pour toutes les parties prenantes impliquées.....	68
ÉTAPE 4 : Evaluer les actions et les activités futures.....	72
2.4.1 Mettre en place un outil de suivi des actions et des impacts du projet	72
2.4.2 Évaluation des actions supplémentaires et des améliorations possibles ...	77
Exemples d'analyse	81
EUROTHON – European Hackathon: shaping youth ideas on the future of Europe (Projet ERASMUS+).....	81
YOUth workers PROmoting MEntal health (YOUPROME).....	85
STUN - Social Transitory Use Network	91
Growing Together (Programme Erasmus+).....	96

ACTinYouTH (Intercultural communication for social inclusion of young people through Theatre workshops)	100
Développement d'une PISQ (Petite Infrastructure Sociale de Quartier)	104
Youth Power (UNDP Cyprus).....	108
YOUROTRIP (KA3 – A Youth Roundtrip to support Policy Reform)	112
Youth sustainability	118
Godigital: Digital Tools To Prevent Stress Management And Burnout.....	125
Fate: Future Academy on Tour in Europe	133
Bridging the world	139
Conclusion.....	145
Bibliographie	148
Annexe.....	154

INTRODUCTION

Pour remédier au désengagement social des jeunes et à leur faible niveau de participation à la vie civique et politique, il est nécessaire que ceux-ci s'engagent davantage dans leurs communautés, qu'ils apprécient les valeurs du volontariat et de la citoyenneté active, qu'ils en reconnaissent les avantages et qu'ils se concentrent sur le développement positif des jeunes. Et le rôle clé à cet égard est joué par les organisations de jeunesse, qui assument très souvent la responsabilité de mettre en œuvre ces objectifs et de maintenir ouvert le dialogue avec les jeunes. Cela nécessite beaucoup de ressources (humaines et financières) et la capacité de ne pas perdre le fil face à une jeune génération qui change plus que jamais rapidement. Pour faciliter ces processus difficiles, le [projet UComE](#) vise à fournir aux organisations de jeunesse et aux travailleurs de jeunesse des outils modernes qui aideront à ramener les jeunes dans leurs communautés, par le biais de la "citoyenneté active" et de "l'apprentissage communautaire". Il vise également à contribuer au développement d'une culture de l'engagement communautaire, du développement positif des jeunes et de l'innovation parmi les jeunes.

Ce guide constitue une introduction aux théories et concepts de l'engagement communautaire, mais du point de vue des jeunes, ce qui vous aidera à mettre en pratique vos idées de projet et à les développer de A à Z afin de créer un plan d'action pour l'engagement communautaire des jeunes. Ce faisant, vous apprendrez tout d'abord à identifier le but, la portée, les objectifs, ainsi que le niveau/profondeur des processus d'engagement, en déterminant également les résultats attendus. Il contient également des informations sur les rôles des différents acteurs présents dans votre projet : les utilisateurs et bénéficiaires des activités, les conseillers du projet, les contributeurs aux processus de gestion, les décideurs, ainsi que les exécutants. Ce guide aborde les principales questions relatives à l'engagement des jeunes, de sorte qu'il peut être appliqué à des projets communautaires de jeunesse à petite et grande échelle.

Ce guide vous aidera à prendre en compte l'éventail des intérêts des parties prenantes, notamment les résidents locaux, les communautés d'intérêt (groupes ethniques,

raciaux, confessionnels et culturels), les groupes basés sur le web et les groupes virtuels. Il analyse également la manière dont les différents groupes sont déjà représentés au sein de la communauté, en vous permettant également de détecter les formes de communication déjà existantes et les lacunes à différents niveaux (telles que la numérisation, la communication, les lacunes et omissions en matière d'information et de connaissances). En bref, il analyse les normes de qualité pour un engagement communautaire réussi.

1. QU'EST-CE QUE L'ENGAGEMENT COMMUNAUTAIRE

Aujourd'hui, nous vivons dans un environnement où tout va très vite et où une quantité écrasante d'informations circule autour de nous. Nous disposons de tous les moyens et outils pour y accéder facilement, 24 heures sur 24. Inévitablement, cela a un impact sur notre vie sociale, nos choix, nos préférences et même nos opportunités (surtout si nous n'avons pas accès à l'information). Le flux d'informations encourage également la création d'un dialogue qui débouche sur des solutions aux problèmes, des compromis et des actions spécifiques. Sans la connaissance et l'information, de nombreuses décisions importantes pourraient ne pas être prises, même si elles le sont au niveau individuel ou communautaire. Tout cela fait de l'information un outil extrêmement puissant qui a un impact considérable sur nos activités quotidiennes. Il est également important de comprendre que cela fonctionne dans les deux sens : le partage des informations entre les différentes sources crée un impact encore plus fort et plus grand et permet une compréhension mutuelle entre les différentes parties. Mais l'un des dilemmes les plus difficiles auxquels sont confrontés les experts en communication est de savoir comment aider les gens à s'engager dans cette information. La réponse n'est



Cette image est extraite de plateformes d'images libres de droits (canva et/ou freepik) et est libre d'utilisation sans licence.

pas si simple - il existe de nombreux facteurs importants pour l'engagement de différents groupes d'individus, mais une chose reste claire - pour être en mesure de s'engager, nous devons savoir comment communiquer (ATSDR, 2011).

L'engagement communautaire repose en principe sur la communication - un pouvoir qui a un impact sur de nombreux facteurs différents. La société a utilisé le pouvoir de la communication de diverses manières, qu'il s'agisse du pouvoir des fake news et des

théories du complot rassemblant d'immenses communautés unies dans un but précis (comme la théorie du complot QAnon aux États-Unis) ou de décisions politiques fortes prises (Brexit). La façon dont nous communiquons ainsi que les informations que nous fournissons volontairement (ou involontairement) ont certains effets et touchent des publics ou des communautés spécifiques. Cela implique une conclusion très simple : adressez un problème important pour la communauté et il est très probable que vous ne fassiez pas qu'attirer son attention, mais que vous puissiez aussi l'impliquer dans votre cause (ATSDR, 2011).

Le principe de l'engagement communautaire

En général, nous faisons référence à l'engagement communautaire comme un processus, un dialogue, une relation, un partenariat ou toute autre interaction active et un échange de vues et d'idées ou d'actions. L'objectif est d'obtenir des changements positifs dans la société ou une partie de la société : la communauté (ATSDR, 2011). Ce processus comprend généralement un acteur qui possède les ressources nécessaires pour mettre en œuvre le changement (personnel, infrastructure, ressources financières, etc.) et un acteur contenant un groupe spécifique d'individus, unis par une cause commune, des restrictions géographiques, un statut social, etc. Même si les définitions de l'engagement communautaire varient, en fonction du public cible et de l'objectif final, le principe reste le même. L'engagement communautaire comporte plusieurs niveaux ou types d'engagement différents. Vous devez vous assurer que la façon dont vous choisissez de vous engager est adaptée à la communauté avec laquelle vous travaillez et à l'objectif que vous avez en tête, car chaque approche est très différente. Comme vous pouvez le voir sur le spectre de participation publique à la page suivante (vous pouvez également lire plus en détail le spectre à l'ETAPE 3 du guide (p. 60), il existe cinq niveaux différents d'engagement communautaire, chacun d'entre eux ayant un impact plus fort sur le processus de prise de décision et sur la décision elle-même. Les niveaux permettent également de déterminer à quel stade d'engagement vous vous trouvez actuellement, en examinant votre relation avec la communauté. Chaque étape de l'engagement fournit des ressources différentes et apporte des résultats différents à

la communauté et à votre organisation également. C'est pourquoi il est très important de fixer l'objectif de participation dans le processus d'engagement communautaire..

Si vous cherchez à vous engager au maximum auprès de votre communauté, il est utile d'approcher progressivement l'objectif en passant par différents niveaux. Il serait très difficile de passer immédiatement à l'autonomisation si vous n'avez pas créé de lien avec la communauté avec laquelle vous travaillez. La confiance bilatérale, tout comme la confiance de votre communauté dans votre organisation, est dans ce cas essentielle.

IAP2 Spectre de la participation publique



Le Spectre de la participation publique de l'IAP2 a été conçu pour aider à la sélection du niveau de participation qui définit le rôle du public dans tout processus de participation. Le Spectre est utilisé au niveau international et on le retrouve dans les plans de participation du public du monde entier.

IMPACT CROISSANT SUR LA DÉCISION					
	INFORMER	CONSULTER	IMPLIQUER	COLLABORER	RESPONSABILISER
OBJETIF DE PARTICIPATION	Fournir au public des informations pondérées et objectives pour l'aider à comprendre le problème, les alternatives, les opportunités et/ou les solutions.	Obtenir le feedback du public sur l'analyse, les alternatives et/ou les décisions.	Travailler directement avec le public tout au long du processus pour s'assurer que les préoccupations et les aspirations du public sont systématiquement comprises et prises en compte.	Faire participer le public à chaque aspect de la décision, y compris l'élaboration de solutions de rechange et l'identification de la solution privilégiée.	Placer la prise de décision finale entre les mains du public.
PROMESSE AU PUBLIC	Nous vous tiendrons informés.	Nous vous tiendrons informés, nous écouterons et reconnaitrons vos préoccupations et vos aspirations, et nous vous fournirons un feedback sur la manière dont l'avis du public a influencé la décision.	Nous travaillerons avec vous pour veiller à ce que vos préoccupations et vos aspirations soient directement prises en compte dans les solutions de rechange élaborées et nous vous fournirons un feedback sur la manière dont la contribution du public a influencé la décision.	Nous nous tournerons vers vous pour obtenir des conseils et innover dans la formulation des solutions et nous intégrerons vos conseils et recommandations dans les décisions dans la mesure du possible.	Nous mettrons en œuvre ce que vous décidez

© IAP2 International Federation 2018. All rights reserved. 20181112_v1

Tableau 1. Source : Association internationale pour la participation publique ; IAP2 spectre de la participation publique : <https://www.iap2.org/page/resources>

Faites confiance à la communication avec votre communauté

Sans la confiance de votre communauté, votre organisation ou votre projet est voué à l'échec. La confiance est essentielle non seulement pour créer un engagement significatif, mais aussi pour établir une base de référence pour votre travail. On peut également dire qu'il s'agit d'une fondation sur laquelle vous construirez toutes vos actions futures.

L'instauration de la confiance est fortement liée aux différents niveaux d'engagement communautaire et à la connaissance de la communauté avec laquelle vous travaillez (nous parlerons du travail spécifique avec les jeunes dans le prochain chapitre). Pour faciliter l'instauration de la confiance dans votre organisation, vous pouvez travailler sur certains aspects importants (Jeffery, 2009) :

Confiance de la communauté - droit de fonctionner. Votre organisation doit savoir que vous devez avant tout jeter les bases de ce que vous allez faire avec la communauté. Tout le monde doit être conscient de la direction que vous prenez. Vous pouvez également le déclarer publiquement aux jeunes - cela montre qu'ils comptent.



Consultez la communauté. Même si vous n'avez pas encore établi de relations, cela vous permettra non seulement de vous engager directement, mais aussi de montrer que vous êtes à l'écoute de leurs besoins.



Face à face. Organisez des réunions en personne avec les jeunes pour discuter des problèmes ou de leurs idées. C'est particulièrement important dans notre ère virtuelle.



Gardez-les au courant. L'engagement communautaire demande beaucoup d'efforts. Si vous voulez gagner la confiance de la communauté, assurez-vous que les gens comptent pour vous, non seulement maintenant mais aussi pour vos projets futurs. Les bulletins d'information, les



courriels et les médias sociaux sont parmi les outils les plus accessibles pour ce faire.

Soyez organisé et fiable. Des réunions régulières permettent d'instaurer la confiance. Veillez donc à établir un calendrier et, surtout, organisez ces réunions non pas quand cela vous convient, mais quand cela est possible pour votre communauté.



Assurez le suivi en interne. Il peut être difficile de garder un œil sur tout, alors assurez-vous d'avoir quelqu'un qui puisse suivre les progrès de votre organisation. Qui serait là pour écouter les jeunes et aborder les problèmes critiques en interne.



Soyez informel. Engagez-vous auprès de votre communauté en dehors des réunions "officielles".



Parlez leur langage. Utilisez le contenu qu'ils comprendraient et trouveraient pertinent, évitez le langage spécifique et "lourd".



Les détails comptent. Traitez non seulement les grands problèmes, mais aussi les petits. Parfois, cueillir le fruit le plus bas est une meilleure solution.



Présentez les progrès réalisés. Faites savoir à votre communauté que sa contribution a un impact sur votre travail. Mettez en évidence les résultats obtenus et fixez des objectifs futurs.



Respecter ces étapes vous aidera à instaurer progressivement un climat de confiance au sein de votre communauté, à vous engager plus efficacement et à recueillir des informations utiles sur les personnes avec lesquelles vous travaillez - à la fois en tant qu'individus et en tant que communauté. En outre, vous devrez également effectuer des recherches préalables avant de vous lancer dans le processus d'engagement.

S'engager auprès des jeunes

La jeunesse est un public avec lequel il est très délicat de travailler, ce qui rend encore plus importante la maîtrise de la communication avec les jeunes. En sensibilisant les jeunes et en les impliquant dans différentes questions sociales, nous augmentons leur participation à la démocratie, à l'économie, aux processus culturels et au façonnement de la société future. Cette implication contribue également à façonner l'image qu'ils ont d'eux-mêmes, en tant que membres actifs de la société, qui ont le droit d'être entendus.

L'un des exemples les plus frappants de l'implication des jeunes dans les questions publiques est celui de Greta Thunberg - militante suédoise pour l'environnement, qui a réussi à créer un grand mouvement autour d'elle, même si au moment où elle avait commencé ses protestations, elle n'avait que 15 ans. Elle a été entendue aux Nations unies ([Conférence des Nations unies sur le changement climatique de 2018](#)), au Forum économique mondial ([à Davos 2019](#)) et par des politiciens en Europe et aux États-Unis. Son militantisme a créé un vaste mouvement autour du changement climatique qui touche principalement les jeunes. Thunberg a réussi à s'engager avec des personnes partageant les mêmes idées pour une cause qui compte pour une grande partie de la société et à influencer les décideurs et les responsables politiques pour qu'ils se battent pour cette cause.

Cet exemple prouve également qu'en s'engageant avec les jeunes, il est extrêmement important de se concentrer sur les réalités actuelles et les priorités que les jeunes eux-mêmes ont mises en avant. En tant qu'Européens, nous devrions nous concentrer sur les réalités les plus proches de nous en déterminant les besoins réels des jeunes. Bien qu'il existe également de nombreux moyens de suivre les besoins des jeunes dans les zones locales, il est très bénéfique de jeter un coup d'œil à l'image globale en Europe. La stratégie de l'UE pour la jeunesse 2019-2027, qui est actuellement en place, offre un excellent aperçu des réalités de la jeunesse dans toute l'Europe, car elle a été élaborée en étroite collaboration avec des jeunes européens de différents pays (et pas seulement des États membres) et met l'accent sur 11 objectifs. Il s'agit des domaines

prioritaires que les jeunes Européens considèrent comme les plus importants pour réaliser le plein potentiel de la jeune génération :

<p>1. Connecter l'Union européenne avec la jeunesse </p> <p>Promouvoir le sentiment d'appartenance des jeunes au projet européen et construire des ponts entre l'UE et les jeunes afin de leur redonner confiance en l'UE et d'augmenter leur participation à celle-ci.</p>		<p>11 OBJECTIFS POUR LA JEUNESSE</p>
<p>2. Egalité de tous les genres</p> <p>Assurer l'égalité de tous les genres et des approches genrées dans tous les domaines de la vie d'un jeune</p>	<p>3. Sociétés inclusives </p> <p>Rendre possible et assurer l'inclusion de tous les jeunes dans la société.</p>	
<p>5. Santé mentale et bien-être </p> <p>Atteindre un meilleur niveau de bien-être mental et mettre un terme à la stigmatisation des problèmes de santé mentale, en promouvant l'inclusion sociale de tous les jeunes</p>		
<p>6. Soutenir les jeunes rurales</p> <p>Créer des conditions favorables à l'accomplissement des jeunes et de leur potentiel dans les zones rurales.</p>	<p>7. Qualité de l'emploi pour tous</p> <p>Garantir l'accessibilité au marché du travail pour tous les jeunes avec des débouchés menants à des emplois de qualité.</p>	<p>8. Apprentissages de qualité</p> <p>Inclure et améliorer les différentes formes d'apprentissage qui préparent les jeunes aux défis du 21e siècle et d'une société en mutation.</p>
<p>9. Espaces et participation pour tous</p> <p>Renforcer la participation démocratique et l'autonomie des jeunes tout en leur fournissant des espaces consacrés à la jeunesse dans toutes les sphères de la société.</p>	<p>10. Une Europe verte et durable </p> <p>Parvenir à une société dans laquelle tous les jeunes sont écologiquement actifs, sensibilisés et capables de faire la différence dans leur vie quotidienne.</p>	<p>11. Organisations de jeunesse et programmes européens</p> <p>Assurer un accès égal aux organisations de jeunesse et aux programmes européens de jeunesse pour tous les jeunes, afin de bâtir une société basée sur des valeurs européennes et une culture commune.</p>

Image adaptée de (Youth Goals, 2018) <https://youth-goals.eu/youthgoals>

Ces domaines prioritaires sont variés et vastes, mais ils permettent néanmoins d'aborder des problèmes concrets. Se concentrer sur l'un de ces objectifs (ou sur un aspect plus spécifique de celui-ci) dans le cadre du service jeunesse permettrait non seulement d'aller de l'avant avec les tendances européennes, mais aussi de trouver la manière la plus appropriée de travailler si vous venez de commencer votre engagement avec les jeunes et avez besoin de définir une orientation, en fonction des antécédents du public avec lequel vous travaillez et des différents contextes.

Importance des différents contextes - exemples de chaque pays

Même si la communauté jeune du monde entier partage des comportements similaires et traverse généralement des problèmes similaires, le contexte joue également un rôle essentiel. Travailler avec des jeunes, que ce soit dans un contexte national ou international, exige une connaissance suffisante du milieu d'origine des jeunes.

Heureusement ou, dans certains cas, malheureusement, les politiques de jeunesse des pays jouent un rôle prépondérant dans la manière dont les jeunes évoluent et s'engagent dans la communauté. Les politiques de jeunesse peuvent orienter les éducateurs vers le développement d'initiatives visant le bien-être des jeunes ou, de manière controversée, aider à identifier les domaines à améliorer. Même si les politiques donnent des orientations, elles n'encadrent pas complètement le travail de jeunesse. Elles donnent plutôt des idées et des orientations concernant les priorités du pays ou des moyens d'obtenir des fonds pour vos projets et initiatives. Examinons plusieurs exemples différents de l'UE.

Belgique

Comme la Belgique comprend trois entités différentes sur son territoire, chacune d'entre elles ayant droit à une législation différente, il n'existe pas non plus d'approche commune en matière de politique de jeunesse. Les politiques définies à différents niveaux communautaires peuvent également cibler des groupes d'âge différents (les organisations de jeunesse - moins de 30 ans, les écoles de devoirs - enfants âgés de 6 à 18 ans (15 ans pour obtenir des subventions), etc.

Même si chaque communauté est responsable individuellement des politiques de jeunesse, on peut dire que l'objectif global en Belgique est de stimuler la citoyenneté active et la démocratie. Les initiatives et les activités des jeunes sur les questions qui les intéressent le plus bénéficient d'une attention particulière.

Chypre

La stratégie pour la jeunesse de Chypre (en place jusqu'en 2022) prévoit que tous les jeunes de l'île bénéficient de l'égalité des chances en matière d'autonomisation, afin de pouvoir réaliser leur plein potentiel dans tous les aspects de leur vie et de développer leurs talents.

Elle comprend 8 domaines thématiques :

1. Éducation et formation
2. Emploi et esprit d'entreprise
3. Santé et bien-être
4. Participation
5. Activités de volontariat
6. Inclusion sociale
7. Les jeunes et le monde
8. Créativité et culture

Grèce

Le Secrétariat général pour l'enseignement professionnel, la formation, l'apprentissage tout au long de la vie et la jeunesse (GSVETLL&Y), qui fait partie du ministère hellénique de l'éducation et des affaires religieuses (MoE), est l'autorité officielle qui crée les politiques de jeunesse en Grèce.

Le GSVETLL&Y vise à planifier, coordonner, contrôler et évaluer les politiques dans les domaines respectifs. En outre, le GSVETLL&Y suit un nouveau modèle de défense des intérêts des jeunes, à savoir :

- promouvoir la citoyenneté active des jeunes au niveau local en dynamisant leur coopération avec les municipalités.
- guider les organisations de jeunesse à travers les programmes de l'UE

- encourager leur participation au Dialogue jeunesse de l'UE, au volontariat et au service jeunesse.

En Grèce, une stratégie nationale pour la jeunesse a été publiée par le ministère de l'éducation en janvier 2022 et se trouve dans le plan stratégique pour l'enseignement et la formation professionnels, l'apprentissage tout au long de la vie et la jeunesse 2022-2024 (YouthWiki, 2022).

Pays-Bas

Selon l'étude Health Behaviour in School-Aged Children (HBSC ; <http://www.hbsc.org>), qui enquête tous les quatre ans sur le bien-être, les comportements en matière de santé et le contexte social des jeunes, les Pays-Bas avaient, en 2017/2018, l'une des auto-évaluations de la santé et du bonheur les plus élevées du monde.

[L'Institut néerlandais pour la jeunesse](#) est un centre d'information national dont la mission est d'améliorer la vie des jeunes, de leurs parents et des autres personnes qui s'occupent d'eux en rassemblant, élargissant, expliquant et diffusant les connaissances actuelles. La structure du système néerlandais comporte cinq points principaux

1. Décentralisation de l'aide à la jeunesse
2. Responsabilités au niveau local
3. Réglementation
4. Ministères compétents
5. Inclusion sociale

La jeunesse elle-même joue un rôle essentiel à cet égard. Pour stimuler l'inclusion sociale et la participation des jeunes, on attend désormais d'eux qu'ils prennent eux-mêmes l'initiative. Les éducateurs doivent encourager les jeunes à prendre en charge leur propre vie. Les municipalités ont reçu 58,5 millions d'euros en décembre 2020 pour des projets destinés aux jeunes, en particulier aux jeunes vulnérables, y compris les jeunes en situation de risque, dans les zones défavorisées.

Au-delà des politiques, il est également essentiel de prendre en considération les environnements respectifs, comme le contexte social et les différences culturelles.

Par exemple, travailler avec des jeunes migrants d'Afrique peut s'avérer difficile dans un contexte européen. Des défis similaires peuvent se poser si vous travaillez avec différents groupes de jeunes de différents pays européens. Vous pourriez, par exemple, rencontrer des difficultés dans des pays comme la Belgique, où trois langues officielles sont parlées dans différentes régions.

Savoir "quoi est quoi" devient une priorité avant de commencer tout travail concret. Cela vous évitera non seulement de faire des erreurs dans votre travail, mais vous préparera également aux défis futurs.

2. PLAN D'ACTION POUR VOTRE ENGAGEMENT COMMUNAUTAIRE

ÉTAPE 1 : Identifier l'objectif

Il s'agit de la première étape du plan d'action pour votre engagement communautaire. Dans les sections suivantes, vous découvrirez l'importance de l'identification des besoins des jeunes et la manière d'entrer en contact avec eux. La section 2.1.1. se concentre sur l'analyse du contexte des jeunes, notamment les processus de développement, les caractéristiques générationnelles et les différences sociodémographiques qui caractérisent les jeunes. À la fin, nous illustrerons quatre méthodes pour travailler à l'engagement des jeunes et les motiver : brainstorming, débat, questionnaire et événement. La section 2.1.2 est consacrée au choix de votre cause. La section 2.1.3 vous aide à identifier votre groupe cible. La section 2.1.4, qui conclut l'étape 1 du plan d'action, traite des résultats souhaités et se termine par six conseils pour démarrer le travail avec les jeunes.

La participation est devenue un point de plus en plus important dans l'agenda des gouvernements et des organisations. Et c'est une bonne chose lorsque le groupe cible (en l'occurrence les jeunes) est également autorisé à s'exprimer sur les questions qui le concernent. En ce qui concerne les jeunes, nous constatons des progrès à cet égard. Les conseils de la jeunesse se multiplient, de plus en plus de municipalités souhaitent que les jeunes participent à la vie municipale et aux autres institutions et organisations

gouvernementales dans lesquelles les jeunes sont appelés à réfléchir et à agir. Les jeunes peuvent prendre part à ces processus d'information, de communication et de prise de décision par différents moyens, dont le brainstorming, les questionnaires et d'autres activités. En outre, il existe également des méthodes plus créatives permettant aux jeunes d'exprimer leurs idées de manière mémorable et d'explorer simultanément les moyens de les partager, de les étudier et de les développer.

2.1.1 Analyse du contexte - Identification des besoins

Pour identifier les besoins d'un groupe cible tel que les jeunes, vous pouvez observer celui-ci sous trois aspects (ZID, project 'Choose & Dare', 2018-2019) :

1. Les processus de développement
2. Les caractéristiques générationnelles, et
3. Les différences sociodémographiques.

L'étude de ces aspects vous aidera à mieux comprendre le groupe cible et ses besoins. Vous pouvez vous renseigner sur ces aspects de différentes manières. Examiner l'ensemble de la littérature sur le sujet est un excellent point de départ. Vous pouvez lire un guide simple sur le sujet rédigé par [l'université Purdue](#). Il se peut toutefois que vous ayez besoin d'informations supplémentaires qui n'ont pas encore été publiées. Vous pouvez donc commencer votre propre enquête. Par exemple, via des recherches qualitatives telles que des enquêtes, des groupes de discussion et d'autres activités (Silverman, 2016). Dans la recherche par groupes de discussion (Miller & Glasser, 2016), vous réunissez un petit groupe de personnes sélectionnées pour répondre à des questions dans un cadre contrôlé. Vous choisirez votre groupe en fonction de leurs traits démographiques pertinents. Toutes les questions sont destinées à faire la lumière sur le sujet que vous étudiez.

Afin de vous familiariser avec le sujet, nous décrivons brièvement dans les paragraphes suivants 1. les processus de développement, 2. les caractéristiques générationnelles et 3. les différences sociodémographiques.

1. Processus de développement - Sur le plan physiologique, être jeune aujourd'hui - comme il y a vingt ans - signifie passer par une série d'étapes de développement psychologique, physique et neurobiologique. Par conséquent, la compréhension du fonctionnement de ces processus est intemporelle et précieuse pour comprendre certains besoins généraux des jeunes. Pour avoir une perspective éclairée, il est utile de prêter attention à ce niveau des besoins des jeunes (Eccles & Gootman, 2002). Ou, en d'autres termes, lorsque vous n'avez pas de connaissance directe, vous devez être capable de vous mettre à leur place.

Lorsque vous traitez des caractéristiques de développement des jeunes, vous abordez la question suivante :

❖ Qu'est-ce que ça fait d'être jeune ?

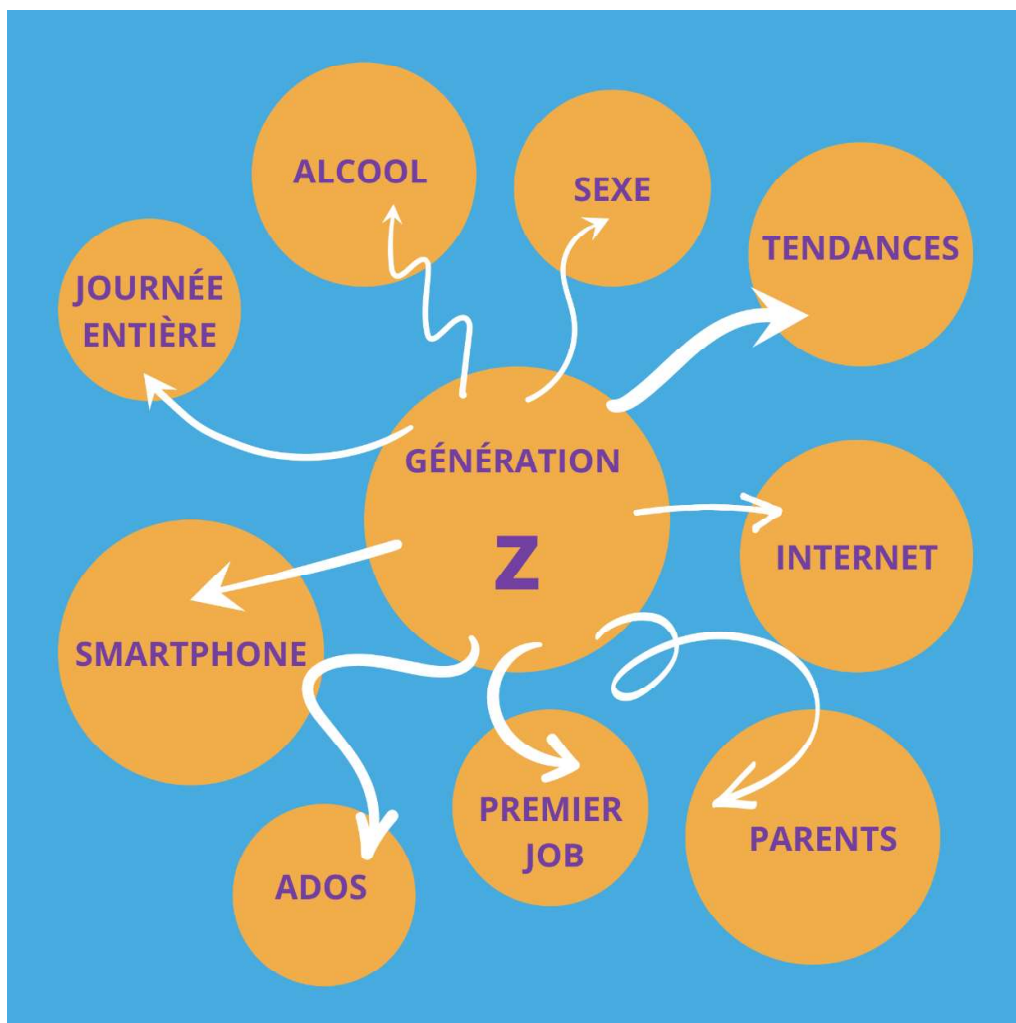
L'homogénéité des besoins entre les générations au niveau physiologique ne s'applique cependant pas au niveau socioculturel. Les besoins spécifiques des jeunes qui étaient jeunes il y a vingt ans ne sont pas les mêmes que ceux des jeunes d'aujourd'hui. Par conséquent, vous devez tenir compte des "caractéristiques générationnelles" auxquelles s'appliquent les besoins spécifiques des générations. Notez que l'on parle généralement d'une génération pour désigner tous ceux qui sont nés au cours d'une période spécifique (souvent plus de dix ans). Par exemple, la génération X est celle née entre 1965 et 1980, la génération Y, ou Millennials, est celle née entre 1981 et 1996, la génération Self, ou Gen Z, est celle née entre 1997 et 2012 et la génération Alpha est celle née entre le début des années 2010 et le milieu des années 2020 (Dimock, 2019).

2. Caractéristiques générationnelles - les jeunes générations d'aujourd'hui - que l'on parle de la génération Self (Gen Z) ou de la génération Alpha (les jeunes d'aujourd'hui) - ont grandi à des époques différentes. Étant donné qu'au cours de leur enfance, ces jeunes ont été influencés par différentes tendances sociales, culturelles et historiques, ils diffèrent des générations précédentes et futures (voir Être jeune en Europe aujourd'hui - tendances démographiques, Eurostat, 2020). Cela les rend uniques et parfois difficiles à comprendre pour ceux qui n'ont pas de connaissances

de première main. Par exemple, une étude menée aux États-Unis a comparé les habitudes des adolescents, des années 1976 aux années 2016. L'étude a montré que ces dernières années, les adolescents s'engagent moins que les années précédentes dans des activités "adultes", telles que trouver un emploi rémunéré, sortir avec des amis, avoir des relations sexuelles, boire de l'alcool et sortir sans les parents (Twenge & Park, 2019).

Fondamentalement, lorsque l'on considère les caractéristiques générationnelles, on aborde la question suivante :

- ❖ Quelles sont les tendances pertinentes pour votre groupe cible ?



Nuage de mots sur la génération Z. Certaines idées caractérisantes liées à la génération Z par rapport aux générations de jeunes précédentes, telles que mentionnées dans l'article de Twenge et Park (2019).

3. Différences sociodémographiques - Cet aspect est très important pour la façon dont les jeunes grandissent et les valeurs et opportunités qu'ils reçoivent de leur éducation à la maison et dans leur environnement. Vous pouvez réfléchir à la façon dont les différentes générations peuvent utiliser Internet à des fins différentes (comme l'envoi d'e-mails, les services bancaires en ligne et les réseaux sociaux, voir la figure 2). Vous pouvez également réfléchir à la manière dont la pandémie de Covid-19 a affecté les jeunes. Par exemple, les jeunes générations touchées par la pandémie de Covid-19 n'ont pas pu aller à l'école, au collège ou dans les centres de loisirs pour rencontrer d'autres jeunes en face à face. Au lieu de cela, ils ont passé de longues périodes à suivre des cours en ligne et à utiliser les médias sociaux, ce qui a affecté leur bien-être. (Gagné et al., 2022).

Lorsque vous traitez des caractéristiques sociodémographiques de votre groupe cible, vous pouvez vous poser la question suivante :

- ❖ De qui parlez-vous exactement ?

Pour vous guider à travers certaines des principales questions relatives au secteur de la jeunesse, nous avons choisi, dans les sections suivantes, quatre thèmes clés que nous avons appelés REMC :

1. Rôle des jeunes
2. Éducation
3. Médias et culture
4. Changement climatique

En suivant les thèmes clés du REMC, vous serez en mesure de développer le vocabulaire des jeunes générations. Vous pouvez utiliser le REMC comme une ressource utile pour vous aider à identifier les besoins des jeunes et à développer des stratégies de communication pour entrer en contact avec eux.

Le rôle des jeunes

Vous pouvez commencer par identifier les besoins et les motivations des jeunes. En fonction de ce que vous savez déjà, cela peut se faire par le biais de recherches

documentaires ciblées et de recherches qualitatives (y compris l'analyse des informateurs et les groupes de discussion ; Silverman, 2016). Vous pouvez en outre étayer vos données de manière quantitative. Par exemple, si vous travaillez avec des jeunes, vous pouvez les segmenter en différents groupes, par exemple en fonction de leurs loisirs ou de leur mode de vie, de leur âge, etc.

Les jeunes ne trouvent pas toujours eux-mêmes la solution au problème. En tant que professionnels du travail de jeunesse, c'est votre travail. Les jeunes, quant à eux, peuvent améliorer ces solutions et les rendre plus pratiques. N'oubliez pas qu'en matière de réussite, le diable se cache souvent dans les détails ! Les jeunes jouent donc un rôle essentiel dans l'ensemble du processus d'identification des besoins et des solutions potentielles des jeunes.

Les jeunes peuvent réfléchir aux problèmes et aux solutions potentielles en apportant leurs propres exigences et leur pensée créative. En tant qu'animateurs, vous pouvez atteindre cet objectif en utilisant une variété de formes de travail créatif et de techniques de conversation. Ainsi, avec les jeunes, vous pouvez trouver des idées réalisables qui sont pertinentes pour eux, et qui ont un impact et sont réalisables.

En travaillant dans le domaine du travail jeunesse chez ZID, une organisation culturelle basée aux Pays-Bas, nous avons réalisé que si les problèmes que vous abordez sont toujours centrés sur les jeunes, la population cible de votre approche de recherche doit être plus large (ZID, projet "Choose & Dare", 2018-2019). Par exemple, vous pouvez mener des recherches approfondies auprès des parents et des enseignants. Après tout, vous devez comprendre et atteindre ceux qui influencent les jeunes pour trouver les meilleures réponses, comme un comportement plus sain et une meilleure éducation.

Le rôle de l'éducation

La plupart des jeunes passent une grande partie de leur temps à l'école. Pendant la pandémie de Covid-19, avec le confinement, la nécessité de l'éducation en présentiel est devenue évidente. Les jeunes enfants manquaient d'interactions avec leurs pairs et

leurs enseignants. Beaucoup se sont battus avec l'enseignement à domicile sur Internet.

L'éducation est une composante essentielle de la croissance des jeunes. Une bonne éducation peut augmenter les chances d'un avenir réussi (voir Hughes et al., 2016 ; OCDE, 2019 ; OCDE 2020). Lorsque vous cherchez à mieux comprendre les besoins des jeunes en matière d'éducation, vous pouvez garder à l'esprit les questions suivantes :

- ❖ Comment pouvez-vous aider les élèves à faire leurs choix en matière d'éducation ?
- ❖ Comment pouvez-vous adapter l'information aux besoins des jeunes et de leurs parents ?
- ❖ Quelles stratégies pouvez-vous utiliser pour garder vos élèves motivés en classe?

Grâce aux nombreuses initiatives sur lesquelles nous avons travaillé à ZID, dont les résultats sont présentés dans ce guide, nous avons abordé ces questions et d'autres liées à l'éducation, à la formation et aux institutions éducatives (ZID, projet " Choose & Dare ", 2018-2019). Les solutions trouvées avec les jeunes ont donné lieu à une série de réflexions et de conseils que nous souhaitons partager avec vous. Voici un récapitulatif de tout cela :

Nous pensons qu'il est essentiel que les jeunes puissent prendre des décisions éclairées tout au long de leur parcours éducatif. Qu'ils aient accès à des informations facilement compréhensibles, que leur éducation réponde à leurs besoins, que la communication soit parfaitement claire et qu'ils puissent agir et prendre les bonnes décisions pour eux-mêmes. C'est pourquoi l'éducation est l'un des principaux domaines d'expertise du travail de jeunesse.

Le rôle des médias et de la culture

Les médias et la culture sont comme de l'oxygène pour les jeunes. En d'autres termes, ils ne peuvent pas s'en passer. En particulier, les médias sociaux permettent aux

jeunes de rester en contact permanent avec leurs pairs. De ce fait, la formation et le développement de l'identité des jeunes dépendent fortement des médias et de la culture (Osgerby, 2020).

Individuellement, nationalement et mondialement, les manifestations culturelles, créées et diffusées par les médias, ont un impact sur la vie quotidienne des jeunes. Grâce aux outils des médias et de la culture, les jeunes découvrent de nouvelles idées, des façons d'apparaître et des possibilités permanentes de changement et de développement. Ces outils offrent aux jeunes une perspective plus large du monde par rapport à leurs expériences personnelles. Cette différence peut être inspirante, mais elle peut aussi être décourageante pour leur propre estime de soi (Tiggemann et al., 2018). Par conséquent, l'exposition des jeunes aux médias et à la culture présente également des inconvénients que nous devons sérieusement prendre en compte dans le travail de jeunesse.

Lorsque vous voulez examiner la façon dont les identités des jeunes se développent, vous devez tenir compte du type de questions que les jeunes se posent, telles que :

- ❖ Qui suis-je ?
- ❖ Quelles sont mes relations avec les autres ?
- ❖ Qui est-ce que je veux être ?

Le rôle du changement climatique

Les effets du changement climatique et du déclin écologique sont de plus en plus visibles et affectent le présent et l'avenir de la population mondiale. Lorsque vous traitez de ce sujet crucial, en tant qu'animateurs de jeunesse, vous pouvez commencer par vous demander :

- ❖ Quel est l'impact du changement climatique sur les jeunes ?

C'est l'un des principaux enjeux pour les jeunes d'aujourd'hui.

À cet égard, nous assistons presque à un paradoxe. Un nombre croissant de jeunes se sentent de plus en plus concernés par le changement climatique, cherchent des

perspectives d'action et s'expriment en tant que clients consciencieux, militants ou employés engagés. En revanche, parmi les adultes, il y a un nombre considérable de personnes qui, par manque d'information ou d'intérêt, ne ressentent pas ce sentiment d'urgence.

Des organisations de tous types, des entreprises aux gouvernements, en passant par les ONG et les établissements d'enseignement, cherchent des moyens de promouvoir la transition durable par nécessité et par motivation idéaliste. Elles ont un besoin urgent de la créativité, de la vitalité et des idées des jeunes générations pour atteindre cet objectif. Parce que les jeunes ne sont pas encore responsables, le travail de jeunesse vise à leur offrir un espace et à les impliquer activement dans le processus de changement.

En conclusion, il est utile de garder à l'esprit les considérations suivantes lorsqu'on aborde le travail de jeunesse :

- ❖ Quels sont les jeunes les plus aptes à atteindre l'objectif que vous souhaitez atteindre ?
- ❖ Comment pouvez-vous vous engager avec eux de manière à ce qu'ils se sentent pris au sérieux ?

Nous présenterons quatre méthodes que nous avons utilisées dans nos projets au ZID pour travailler sur l'engagement des jeunes et les motiver (ZID, project 'Choose & Dare', 2018-2019) :

1. Brainstorming
2. Débats
3. Questionnaire
4. Événement.

1. Brainstorming

Un moyen dynamique de faire émerger les idées des jeunes est le brainstorming. L'objectif du brainstorming est la quantité et non (nécessairement) la qualité, vous

cherchez donc à recueillir le plus d'idées possible. Pour cette raison, il est crucial d'avertir les participants à l'avance de ne pas porter de jugement de valeur sur l'idée d'un autre. Toutes les idées sont bonnes, aucune idée n'est mauvaise ou insensée. L'objectif est d'abord de générer des idées, puis d'en discuter et de les évaluer.



*Figure. Brainstorming. Un exemple de discussion de groupe. Source: Clipart. License: public.
<https://openclipart.org/detail/227550/students-group-work>*

Pourquoi cette méthode ?

- ❖ Grâce à cette méthode, des idées créatives et originales peuvent émerger. C'est un moyen libre d'échanger des idées les uns avec les autres.
- ❖ Lorsque vous réfléchissez à un sujet de manière impulsive, une grande quantité d'énergie ou d'enthousiasme peut être libérée, ce qui peut faire surgir des idées originales.

Résultat

- ❖ Idées (originales) sur un certain sujet.
- ❖ Un aperçu de l'opinion dominante sur un sujet.
- ❖ Une stratégie d'action.

2. Débats

Un débat est un dialogue formel sur une question donnée qui inclut (souvent) un modérateur et un public. L'idée des débats remonte aux discussions sur la philosophie et la politique dans la Grèce antique. Bien que les débats soient à l'origine issus de la politique, ils sont aujourd'hui largement utilisés à des fins éducatives et récréatives. Dans un débat, les participants avancent des arguments pour défendre leurs idées divergentes ou opposées. Les thèmes principaux sont brièvement introduits par un membre du groupe de projet et une proposition est avancée. Les jeunes et les adultes doivent se lever pour répondre ; un animateur leur donne la parole. Si vous le souhaitez, vous pouvez choisir de mettre les jeunes et les adultes en compétition les uns contre les autres. Vous devez vous mettre d'accord sur une durée, par exemple dix minutes par argument, puis programmer une alarme afin d'avoir un signal final. Cela permet de s'assurer que tous les sujets sont abordés. Vous pouvez inclure un élément de compétition ; par exemple, la proposition gagnante du plan de travail reçoit un financement et peut être réalisée. Vous pouvez mesurer la popularité d'une proposition ou d'une solution par la force ou la durée des applaudissements.



Cette image est extraite de plateformes d'images libres de droits (canva et/ou freepik) et est libre d'utilisation sans licence.

Pourquoi cette méthode ?

- ❖ Les jeunes ont leur mot à dire et peuvent avoir le pouvoir d'influencer, par exemple, la politique de la jeunesse des gouvernements locaux.
- ❖ Le point de vue des jeunes peut être utile aux professionnels et aux institutions politiques.
- ❖ La municipalité et les institutions qui offrent des services aux jeunes doivent être conscientes de leurs demandes.

Résultat

- ❖ Les jeunes sentent qu'ils ont leur mot à dire et que des changements sont en cours.
- ❖ Les jeunes et les adultes parviennent à des accords sur la manière de traiter des questions spécifiques concernant les jeunes.

3. Questionnaire

Les enquêtes sont des techniques de collecte et de traitement des données. Une enquête comprend généralement un questionnaire, qui est un outil de collecte de données. À l'aide d'un questionnaire en ligne ou sur papier, vous pouvez dresser un inventaire de ce que pense votre groupe cible sur un sujet particulier. Un questionnaire peut être



Image: Questionnaire. Source: Freepik.com

distribué par courrier dans les écoles, les programmes de formation, les groupes sportifs, etc. En prévoyant une collaboration avec les écoles, vous avez la garantie que de nombreux jeunes rempliront le questionnaire pendant les heures de cours. Par conséquent, l'ensemble de l'activité peut être lié à un sujet ou à un projet en rapport avec le thème du questionnaire. L'enquête numérique peut également être mise à disposition sur des sites de médias sociaux adaptés aux jeunes ou d'autres plateformes numériques, comme Facebook, Instagram et Hyves. Vous pouvez inclure

une petite forme de compensation pour la participation à l'enquête, comme un tirage au sort de cadeaux pour les participants (par exemple, un bon pour acheter un livre au gagnant).

Pourquoi cette méthode ?

- ❖ Le questionnaire est un moyen de consulter un grand groupe de jeunes sur un certain sujet à un coût relativement faible.
- ❖ Il peut être utilisé pour consulter les jeunes ainsi que pour trouver des personnes motivées pour participer à des activités d'engagement, réfléchir ou travailler sur un sujet particulier.

Résultat

- ❖ Un résumé des idées et des opinions que les jeunes ont sur un sujet.
- ❖ Éventuellement, une vue d'ensemble des jeunes individus.
- ❖ Éventuellement, une liste de jeunes individus qui souhaitent être contactés pour partager leurs pensées ou agir sur des questions déterminées.

4. Événement

Un événement est une activité sociale planifiée ensemble par une équipe de jeunes et de collègues. Le programme de l'événement est décidé par les jeunes eux-mêmes, qui le développent sur la base de leurs propres idées et expériences de ce dont les jeunes

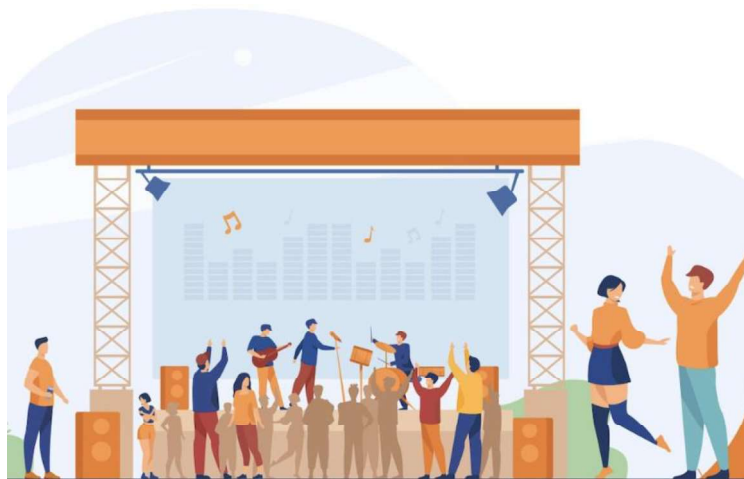


Image: Event. Source: Freepik.com

ont besoin. L'équipe élabore et planifie le programme et les activités de l'événement. Par exemple, des débats, des événements de mise en réseau et des ateliers d'information. Les jeunes et leurs collaborateurs se

répartissent les tâches et se réunissent fréquemment pour travailler à la réalisation de l'événement. Après l'événement, les résultats sont discutés et l'équipe de projet de l'événement émet des conseils.

Pourquoi cette méthode ?

- ❖ L'équipe crée un résultat tangible : l'événement.
- ❖ Il est applicable à une variété de sujets.
- ❖ Comme il requiert une participation active, il convient à divers groupes cibles.
- ❖ Un grand groupe de jeunes et de résidents est touché car ils assistent à l'événement.
- ❖ Les jeunes eux-mêmes lancent et développent le plan.

Résultat

- ❖ Un événement où les jeunes peuvent se présenter et partager leur propre activité.
- ❖ Transfert de connaissances aux jeunes (dans les ateliers d'information).
- ❖ Feedback des jeunes (dans les sessions de débat).
- ❖ Participation inclusive des jeunes.

2.1.2 Le choix de votre cause

Une fois que vous avez suffisamment d'informations sur les besoins des jeunes, vous voulez commencer à vous impliquer avec eux. Dans l'étape suivante du processus d'engagement avec les jeunes que nous proposons à ZID, vous devez décider de la cause ou de l'objectif sur lequel vous allez vous concentrer (ZID, projet "Choose & Dare", 2018-2019). Il peut y avoir de nombreuses causes ou objectifs différents dans le travail de jeunesse sur lesquels vous souhaitez vous concentrer. Vous pouvez vous concentrer sur l'amélioration de l'éducation des jeunes générations. Vous pouvez vous concentrer sur l'aide aux jeunes pour qu'ils reconnaissent mieux les différences entre les sexes, pour qu'ils abordent leurs préjugés sexistes et pour qu'ils améliorent leur vocabulaire en renforçant leur langage respectueux. Vous pouvez vous concentrer sur

l'aide aux jeunes générations en matière de gestion du stress et de prévention de l'épuisement professionnel.

Rappelez-vous qu'idéalement, aucune cause ou objectif n'est plus important ou meilleur qu'un autre. Cependant, dans la pratique, comme tout expert en marketing vous le dira, il est fondamental d'identifier et de se battre pour la "bonne" cause. En termes simples, la bonne cause est celle qui est la mieux adaptée à vous, à votre contexte, à votre domaine d'expertise et aux besoins réels de votre communauté (locale). Nous avons présenté dans ce guide trois étapes clés (que nous avons appelées **IEC** pour faciliter la mémorisation) pour vous aider à trouver votre cause :

1. Identifiez vos critères.
2. Évaluez votre contribution.
3. Cherchez une stratégie.

Tout d'abord, pour décider définitivement de la cause sur laquelle vous voulez vous concentrer, vous devrez identifier certains critères qui vous guideront. Ces critères peuvent inclure, par exemple, la pertinence et la sensibilité du sujet, déterminées par une enquête minutieuse du contexte, y compris la nécessité d'une telle initiative dans votre communauté, l'absence de programmes comparables en cours, qui en bénéficierait, etc.

Ensuite, vous devez également réfléchir à la contribution unique que vous pouvez apporter à la cause que vous avez choisie. Cela signifie vous poser la question suivante:

- ❖ Pourquoi suis-je la bonne personne pour résoudre ce problème ?
- ❖ Ai-je l'expertise nécessaire pour résoudre ce problème ?

Si vous n'êtes pas en mesure d'offrir de bonnes raisons pour répondre positivement à la première question ou suffisamment de connaissances pour soutenir une réponse positive à la deuxième question, vous pourriez vouloir reconsidérer votre approche.

Enfin, la recherche d'une stratégie globale vous permet, par exemple, de modifier votre cause pour vous concentrer sur un objectif qui correspond davantage à vos connaissances et à vos compétences. D'autre part, vous pouvez conserver le même objectif tout en obtenant le soutien nécessaire. N'oubliez jamais que demander de l'aide est acceptable. Vous aurez sans cesse besoin de l'aide d'autres personnes. Les partenaires, les collaborateurs, les consultants ou les conseillers (tels que les spécialistes de l'éducation des institutions régionales et des organisations européennes, par exemple) peuvent vous aider à définir votre objectif en fonction des bons critères en évaluant les critères que vous avez choisis ou en élaborant de nouveaux critères plus pertinents. En outre, vous pouvez jeter un coup d'œil aux ressources utiles fournies par l'Union européenne, telles que les rapports du [baromètre européen](#) et d'autres outils similaires. En discutant avec des professionnels et d'autres consultants, vous pouvez évaluer si vous êtes la meilleure personne pour diriger le projet et si vous disposez des outils essentiels. Toutes les étapes de l'IEC sont nécessaires pour élaborer au mieux votre stratégie.

Nous allons maintenant vous donner deux exemples pour rendre les étapes de l'IEC plus concrètes.

Exemple 1. Imaginons que vous êtes un étudiant et que vous avez décidé de vous concentrer sur l'objectif d'améliorer l'éducation des jeunes générations dans votre communauté locale. En suivant la première étape de l'IEC, (I), "Identifier vos critères", vous devriez commencer par poser des questions de ce type :

- ❖ Quel est le besoin d'une telle initiative dans votre communauté ?
- ❖ Quels sont les projets actuels qui visent le même objectif ?
- ❖ Que manque-t-il dans la manière dont les autres projets ont abordé leur objectif ?

Vous voulez ensuite commencer à explorer toutes ces questions. Par exemple, vous pouvez effectuer un bilan, en recherchant les données publiques disponibles, comme les rapports officiels, ou vous pouvez aussi commencer une recherche par enquête auprès de personnes qui peuvent devenir vos informateurs. Étant donné que vous

êtes étudiant (exemple 1), vous connaissez déjà votre environnement et votre communauté ; vous êtes conscient des ressources disponibles pour les jeunes, comme les livres, et vous pouvez également avoir un accès facile aux informations de vos pairs sur leurs propres expériences. Par conséquent, la réponse à l'étape (E), "Évaluer votre contribution", semble être sur la bonne voie. Les phases initiales de votre plan peuvent être basées sur vos ressources personnelles, votre expérience et votre domaine d'expertise.

Après avoir appris qu'il existe un besoin crucial dans votre communauté de promouvoir l'éducation des jeunes car ils n'ont pas un accès adéquat à des ressources comme les livres, vous devez encore réfléchir à la manière dont vous pouvez faire une réelle différence dans la réalisation de cet objectif. Par conséquent, à l'étape suivante (C), "Chercher une stratégie", vous pouvez choisir de répondre à l'objectif en mettant en place un lieu réel ou en ligne où les jeunes peuvent librement échanger des livres, ou vous pouvez avoir une vision plus large et créer une petite bibliothèque, etc. Vous avez maintenant franchi toutes les étapes de l'IEC et êtes équipé d'un plan efficace.

Le deuxième exemple que nous proposons, **l'exemple 2**, est basé sur une expérience réelle du projet européen Erasmus+ "Go Digital : Des outils numériques pour prévenir la gestion du stress et l'épuisement professionnel" (GoD, voir page 125 pour plus d'informations). En travaillant directement avec des travailleurs jeunesse et en suivant les recommandations de l'Union européenne, le projet a identifié les besoins suivants :

- Besoin 1 : Déterminer les compétences nécessaires à la gestion du stress et à la prévention du burnout.
- Besoin 2 : Créer un programme d'enseignement basé sur les compétences nécessaires à la gestion du stress.
- Besoin 3 : Créer une formation numérique pour aider les jeunes à mieux gérer leur stress et à prévenir le burnout.

Sur la base de ces besoins, le projet GoD a établi **quatre objectifs distincts** :

1. Réaliser un examen du cadre européen des compétences nécessaires à la gestion du stress et à la prévention du burnout.

2. Concevoir le programme d'études correspondant
3. Développer une formation numérique pour aider les jeunes à mieux gérer leur stress et prévenir le burnout.
4. Développer un outil numérique pour soutenir la performance des animateurs de jeunesse.

Il a fallu vingt mois au projet GoD pour créer un programme de gestion du stress et un logiciel (une app) qui apprend aux jeunes à gérer le stress et à éviter le burnout, à l'instar des apps utilisées pour l'entraînement du corps et la santé.

2.1.3 Identification des groupes cibles

Vous avez maintenant déterminé votre cause ; dans **l'exemple 1** ci-dessus, l'objectif est d'améliorer l'éducation des jeunes dans votre communauté locale ; dans **l'exemple 2**, l'objectif est d'aborder la gestion du stress et la prévention du burnout chez les jeunes. L'étape suivante consiste à identifier le groupe cible, ou les groupes cibles, de votre intervention souhaitée. Cela signifie qu'il faut considérer les personnes qui sont directement et indirectement touchées par votre intervention. Par conséquent, vous pouvez vous demander :

- ❖ Comment mon intervention affectera-t-elle un groupe cible spécifique et la communauté concernée ?

Les groupes cibles de **l'exemple 1** et de **l'exemple 2** sont des jeunes appartenant aux générations Millennials et Gen Z. Le groupe cible de **l'exemple 1** est probablement composé d'étudiants ou de jeunes qui poursuivent des études, quelles qu'elles soient. Vous pouvez ensuite préciser qui est votre groupe cible : tout d'abord, les jeunes individus qui sont inscrits dans des écoles secondaires, ou des universités, ou d'autres formes d'établissements d'enseignement. Ces individus incluent les membres de la génération Z ou "Gen Z", de la "iGeneration", des "post-millennials", de la "Homeland Generation", qui sont les personnes nées entre 1997 et 2012 et dont l'âge est compris entre 9 et 24 ans. En outre, il peut également y avoir des personnes de la génération précédente, les Millennials, ou "Gen Y", "Gen Me", "Gen We", "Echo Boomers", qui sont nées entre 1981 et 1996, et dont l'âge est compris entre 25 et 40 ans (Dickon, 2019).

Pour définir plus précisément le groupe cible des **exemples 1 et 2**, comme nous l'avons vu dans les sections précédentes (2.1), vous devez d'abord identifier leurs besoins en vous demandant : quelles sont les tendances pertinentes pour votre groupe cible ? Pour ce faire, vous pouvez identifier les "caractéristiques générationnelles" de chaque groupe cible. Vous pouvez utiliser des ressources telles qu'[Eurostat](#), le service statistique de l'Union européenne (voir aussi Être jeune en Europe aujourd'hui - tendances démographiques, Eurostat, 2020), ou examiner des initiatives telles que celles [financées par l'Union européenne](#). En outre, vous pouvez rechercher les "différences sociodémographiques" (les valeurs et les opportunités dans l'éducation) entre les générations Z et Y. Par conséquent, n'oubliez pas : "De qui parlez-vous exactement ?". Examinez l'influence des médias et de la culture, ou l'impact d'Internet, sur chaque génération lorsque vous élaborez une stratégie et la meilleure forme d'intervention pour ce groupe.

Lorsque vous planifiez l'intervention, vous devez tenir compte, par exemple, du fait que, selon des analyses récentes (pour une vision claire et simplifiée, voir Kasasa, 2021), les membres de la génération Z sont ceux dont le mode de communication préféré est le smartphone. N'oubliez pas qu'ils passent, en moyenne, trois heures par jour à utiliser leur smartphone. Cette information devrait influencer l'intervention que vous concevez pour améliorer leur éducation ou prévenir l'épuisement professionnel : tout outil numérique, comme les applications, peut être précieux à inclure dans votre plan. La génération Y a également l'habitude d'utiliser des appareils mobiles. En outre, vous pouvez tenir compte du fait qu'ils connaissent une grande instabilité financière et que vous pouvez en tirer parti pour développer une stratégie adaptée afin de les aider à accéder à l'éducation ou à gérer leur stress et prévenir le burnout.

2.1.4 Résultats escomptés, aspirations

Nous voulons commencer par souligner que la participation est un droit de l'homme. Par conséquent, ce droit devrait également s'appliquer aux jeunes (voir l'article 12 de la Convention des Nations unies relative aux [droits de l'enfant](#) et le [programme d'action de 1994 de la Conférence internationale sur la population et le développement](#)). Même s'ils sont ceux qui comprennent le mieux leurs demandes et

les problèmes qu'ils rencontrent, les jeunes ont rarement l'occasion de participer activement aux activités socio-économiques ou politiques. Les [stratégies du travail de jeunesse](#) sont centrées sur la sous-représentation des jeunes dans les activités institutionnelles et politiques en général. La question principale posée par ces actions est :

- ❖ Pourquoi les jeunes hommes et les jeunes femmes ne participent-ils pas souvent à la planification ou à la mise en œuvre de programmes destinés aux jeunes ?

Comme le mentionne la [Stratégie de l'UE en faveur de la jeunesse pour l'inclusion sociale](#), les implications seront probablement plus importantes et durables si les jeunes sont encouragés à s'engager dans les processus, les décisions et les activités qui les concernent et à les évaluer. Il est essentiel de créer des solutions pratiques qui permettent une participation réussie des jeunes.

Sur la base de l'"échelle de la participation", développée par Roger Hart en 1992, la participation des jeunes a été décrite par l'organisation de jeunes [CHOICE for Youth and Sexuality](#) et [YouAct](#), un réseau européen de jeunes sur les droits sexuels et reproductifs, avec le modèle de la "[fleur de la participation](#)".

Le modèle de la "Fleur de la participation" montre les différentes formes que peut prendre la participation des jeunes. Le symbolisme, la parure et la manipulation se situent à l'extrémité inférieure du modèle, car il s'agit de types de participation moins significatifs et qui n'impliquent pas de responsabilité pour les jeunes. Les trois niveaux supérieurs du modèle sont "Décision partagée avec les jeunes à l'initiative des adultes", "Actions initiées et dirigées par les jeunes" et "Décisions partagées avec les adultes à l'initiative des jeunes". Ces types de participation sont les plus importants et exigent un niveau de responsabilité plus élevé pour les jeunes. En abordant le travail de jeunesse, vous prendrez particulièrement en compte ces trois dernières formes de participation : premièrement, lorsque les jeunes prennent l'initiative et ouvrent la voie; deuxièmement, lorsque les jeunes prennent l'initiative et collaborent avec les adultes;

et troisièmement, lorsque les adultes prennent l'initiative et collaborent avec les jeunes.

L'engagement significatif des jeunes est une notion liée au contexte, comme beaucoup d'autres nouveaux concepts qui font partie de l'innovation des entreprises et organisations sociales. Cela implique qu'il n'existe pas un seul type d'engagement authentique qui soit juste et légitime pour tous. Lorsque vous entrez dans le monde du travail de jeunesse, il est essentiel de comprendre comment la participation des jeunes est perçue différemment par les différentes communautés, comment sa définition, son but et son objectif varient, ainsi que la définition et le but que vous décidez d'adopter.

Pensez à une main-d'œuvre jeune et en meilleure santé, à des étudiants qui prennent de meilleures décisions pour notre avenir à tous, ou à un plus grand nombre de jeunes ayant accès à la culture et visitant des musées. Pour chacun de ces objectifs, il est essentiel de prendre en compte les points de vue et les intérêts des jeunes. Cela peut se faire par le biais de diverses techniques, notamment la cocréation et la créativité.

Aux Pays-Bas, le [théâtre ZID](#) a développé une forme de formation à l'engagement social avec du théâtre et des performances utilisant des techniques de participation créative. Il s'agit d'une façon particulière de favoriser l'engagement inclusif des enfants et des jeunes et d'encourager leur participation à la prise de décision. En utilisant des méthodes créatives, les enfants et les jeunes peuvent exprimer leurs idées de manière mémorable et explorer comment les partager, les étudier et les développer.

L'utilisation de la formation aux arts créatifs n'est pas le seul objectif de ce processus éducatif participatif. La formation se concentre sur des méthodes et des exercices qui peuvent être appliqués dans toute une série de contextes pour encourager la participation des enfants et des jeunes

Cependant, l'engagement des jeunes ne se déroule pas toujours comme prévu. Parfois, les jeunes choisissent de ne pas participer, ou il faut beaucoup de temps pour que l'ensemble de l'équipe s'engage et accepte le processus de participation. Lorsque vous planifiez votre travail de jeunesse, vous devez garder à l'esprit que la

participation des jeunes peut être difficile pour diverses raisons. Voici nos **six astuces** pour encourager la participation des jeunes.

Astuce 1 - Écoutez attentivement

Prenez le temps de vraiment écouter les jeunes. Les jeunes aiment souvent partager leur opinion. Cependant, ils veulent croire que les informations qu'ils partagent avec vous peuvent faire la différence. Informez toujours les jeunes de ce que vous comptez faire des informations qu'ils ont partagées avec vous, et dès que vous disposez de données supplémentaires, faites-le leur savoir. En outre, n'oubliez pas de leur expliquer pourquoi certaines choses sont possibles et d'autres non.

Astuce 2 - Des objectifs concrets

Les jeunes donnent la priorité aux résultats. Cela se traduit dans le vocabulaire d'un adulte par le fait qu'ils peuvent être impatients. Par conséquent, avant d'impliquer les jeunes, réfléchissez à ce que vous voulez qu'ils fassent. Réfléchissez aux questions suivantes :

- ❖ De quoi voulez-vous discuter avec eux ?
- ❖ Quel est l'objectif ?
- ❖ Que voulez-vous atteindre avec cette action ?
- ❖ Pour qui exactement l'élaborez-vous ?
- ❖ Que se passera-t-il ensuite ?

Les réponses à ce type de questions donnent des directives claires pour entreprendre le travail avec les jeunes.

Astuce 3 - L'implication peut mieux fonctionner sur la base d'un projet

Nous conseillons de collaborer avec les jeunes sur la base d'un projet, ce qui correspond à l'**Astuce 2 - Des objectifs concrets**. Vous pouvez travailler sur plusieurs projets avec eux, mais ils doivent avoir la possibilité de décider d'arrêter de travailler à tout moment. Ne soyez pas frustré, souvent un emploi du temps chargé au travail, à l'école ou dans une activité sportive est la cause de leur retrait. Par conséquent, lorsque vous travaillez sur la base d'un projet, il est important d'avoir un objectif

concret, mais aussi de fixer des dates, des horaires, des heures et des lieux précis. Donnez des responsabilités aux jeunes et discutez de cette question d'organisation au préalable. Par exemple, vous pouvez les informer que vous attendez d'eux qu'ils participent à au moins trois événements sur quatre. Dites-leur "pourquoi" vous voulez qu'ils soient là. Assurez-vous que le temps alloué est adéquat, court, afin de fournir un résultat étroitement ciblé. Les jeunes abandonnent-ils ? Vous pouvez les laisser suggérer de nouveaux participants. Le moyen le plus simple de recruter des jeunes est de passer par eux.

Astuce 4 - Instaurez un cadre accueillant et sécurisé

Quel que soit leur âge, mais surtout s'ils sont jeunes, les gens ont besoin de se sentir à l'aise. La mise en place d'un cadre accueillant et sûr est le meilleur moyen de permettre aux jeunes de dire ce qu'ils pensent et de contribuer, à leur manière, au changement. Dans un environnement sûr et favorable, chacun doit se sentir libre d'interagir et d'apprendre les uns des autres. Expliquez soigneusement qu'en principe, il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses et que toutes les questions et tous les doutes sont toujours acceptés. Ainsi, la participation des jeunes ne doit pas être limitée par des préjugés culturels tels que les normes sociales relatives au sexe, à la classe, au statut social, à l'éducation, etc. Parmi les suggestions efficaces pour y parvenir, citons l'encouragement des jeunes à acquérir de nouvelles compétences et le développement de celles qui existent déjà grâce à la formation, la création de définitions communes et d'un langage respectueux, et la garantie d'un suivi permanent de l'ensemble du processus créatif.

Astuce 5 - Soyez honnête et clair - assurez un bon feedback

Exposez clairement vos objectifs aux jeunes. Qu'espérez-vous accomplir grâce à leur participation ? N'oubliez pas que la réponse "Je ne suis pas encore sûr" est également une réponse appropriée. Lorsque vous montrez que vous avez un objectif concret, les jeunes sont prêts à vous aider. Déterminez la durée de chaque activité, en particulier au sein d'institutions telles que les municipalités. Les jeunes exigent des résultats rapides, et ils peuvent avoir du mal à accepter qu'une institution ne puisse pas avancer

aussi vite qu'ils le souhaiteraient. Par conséquent, établissez des plans clairs pour savoir quand vous obtiendrez de nouvelles informations et tenez-les informés.

Astuce 6 - Le facteur ludique

Faites en sorte que la participation des jeunes reste amusante ! Les jeunes privilégient les interactions décontractées. Par exemple, ils peuvent participer à une réunion tout en mangeant une savoureuse pizza. Et veillez à ce qu'il reste suffisamment de temps pour une conversation informelle également. En outre, l'adoption de diverses approches créatives est également très efficace. Cela garantit à la fois que l'activité reste amusante, mais aussi que les résultats sont plus concrets qu'un simple "Bla Bla Bla", pour citer Greta Thunberg et un dicton populaire des jeunes générations. En procédant ainsi, vous donnez aux jeunes un rôle encore plus actif.

ÉTAPE 2 : Distribution des rôles

Dans cette section, nous nous concentrerons sur les principaux facteurs qui interviennent dans le processus d'engagement avec les jeunes et de mise en place d'une initiative, d'un projet ou d'une organisation de jeunesse. Plus précisément, les sujets qui seront abordés concernent 1) l'identification des ressources et des personnes nécessaires à la mise en œuvre d'un projet, 2) la définition des utilisateurs et des bénéficiaires du projet, 3) la détermination des conseillers du projet, des contributeurs aux processus de gestion, des décideurs, ainsi que des responsables du résultat final.

2.2.1 Identifier les ressources/personnes nécessaires à la mise en œuvre de votre plan

L'allocation des ressources (argent, personnel, logiciels, équipements) est l'un des moyens les plus efficaces de minimiser les risques potentiels qui pourraient être destructeurs pour la mise en œuvre de votre plan.

Lors de la conception d'un projet, vous devez être conscient des acteurs qui mettront en œuvre le plan, il est donc de la plus haute importance d'identifier le principal résultat à atteindre. Un projet bien organisé consiste en un objectif concret qui sera atteint grâce à l'inclusion de ressources spécifiquement déterminées. Étant donné que chaque projet diffère des autres en ce qui concerne la portée et le problème abordé, nous allons fournir quelques stratégies généralement appliquées concernant l'identification des acteurs nécessaires à la réalisation de votre projet. Il est important de préciser qu'étant donné que chaque projet est une démarche unique, il n'y a pas qu'une seule façon de l'aborder. Par conséquent, il est possible d'impliquer des partenaires ou des décideurs politiques dans votre projet, mais il est également plus que possible de mener le projet par vous-même ou avec l'aide de vos collègues et/ou de bénévoles. Pour comprendre quel type d'acteurs vous souhaitez engager dans votre projet, vous devez examiner attentivement la raison de cet engagement potentiel. Chaque action et chaque décision que vous prenez doit avoir un impact clair sur votre projet.

Collaborer avec des associations

En cas du partenariat

Si vous souhaitez vous associer à d'autres acteurs, vous devez garder à l'esprit qu'un partenariat ne peut être fructueux que s'il est déterminé à travailler de manière collaborative. Par conséquent, avant de sélectionner les membres, il est essentiel d'évaluer quelles sont les associations qui peuvent soutenir le projet de manière complémentaire et profitable pour les deux parties. Pour ce faire, vous pouvez contacter les organisations partenaires potentielles et recueillir des informations sur leur activité et le domaine dans lequel elles sont le plus engagées. Étant donné que la collaboration entre les partenaires joue un rôle important dans le processus global du projet, la sélection des partenaires doit être effectuée avec soin et se fonder sur les capacités et les compétences objectives du personnel de l'organisation.

Voici quelques domaines clés à prendre en considération lors de la recherche d'associations partenaires :

➤ Expérience de l'association

Bien entendu, cela ne signifie pas que les associations moins expérimentées doivent être exclues, mais plutôt qu'elles doivent être intégrées dans un partenariat composé d'organisations/instituts développés et en développement. Dans le développement d'un projet, chaque contribution est précieuse si elle s'inscrit dans le cadre d'une collaboration sans faille. En outre, les connaissances doivent être partagées et évaluées par divers acteurs, car c'est le moyen le plus efficace d'enrichir les informations déjà existantes. Les organisations plus expérimentées ont besoin des nouvelles perspectives et de la motivation des organisations récemment créées, tout comme les nouveaux venus ont besoin du "savoir-faire" des associations déjà développées.

➤ **Objectif de l'association**

La plupart des associations s'engagent dans un large éventail d'activités car elles visent à s'attaquer à des questions communément perçues comme essentielles. Pour ce faire, elles recrutent des professionnels expérimentés dans divers domaines. Cette approche multidisciplinaire permet de traiter la question examinée de manière plus holistique, mais aussi plus scientifique. Étant donné que le partenariat, par définition, fonctionnera de manière multidimensionnelle, le concepteur du projet doit identifier l'association la plus appropriée pour chaque activité du projet et répartir les rôles en conséquence.

➤ **Réseau de l'association**

Pendant la mise en œuvre du projet, il est important de partager les résultats du projet avec un réseau plus large d'associations/institutions/décideurs politiques, etc. afin de parvenir à une meilleure diffusion de votre travail. Pour atteindre le plus grand nombre de destinataires possible, vous devez avoir accès au réseau des organisations partenaires. Par conséquent, un autre point clé lors de l'élaboration du partenariat du projet est de clarifier comment les associations impliquées soutiendront le processus de diffusion du projet. Il est recommandé d'inclure des associations issues de milieux culturels différents afin d'obtenir une distribution plus étendue des résultats du projet.

Une fois le projet terminé, le partenariat est responsable de son suivi en promouvant sa durabilité. En outre, il est conseillé aux associations partenaires de poursuivre leur coopération en développant leurs idées de projet et en programmant les prochaines étapes en termes de conception du projet. Pour ces raisons, il est nécessaire de recruter un partenariat où chacun s'engage à poursuivre un objectif commun à long terme.

En cas d'absence de partenariat

Comme nous l'avons déjà mentionné, la possibilité de ne pas créer de partenariat est également très élevée, surtout si nous parlons d'organisations en développement, d'initiatives locales et/ou basées sur le volontariat. Dans ce cas, tout le travail est

effectué au sein de l'organisation de jeunesse (il peut s'agir d'un groupe d'animateurs jeunesse ou même d'une seule personne). La mise en œuvre du projet est d'autant plus facile que les organisations de jeunesse échangent leurs connaissances et leurs expériences. Même si elles travaillent séparément, il est toujours bon de rester en contact avec les initiatives de jeunesse respectives et de se soutenir mutuellement, notamment lors des premières étapes de la création d'une organisation.

Collaborer avec les autorités locales et/ou les décideurs politiques

Les politiques de jeunesse visent à améliorer les conditions de vie des jeunes, à accroître leurs chances et à promouvoir leur participation égale aux cadres économique, social et politique (Youth Policy, 2022).

Selon les objectifs de développement durable, les autorités locales peuvent être des individus ou des institutions travaillant à la réalisation de ces objectifs à long terme. Selon l'objectif n°11 : Villes et communautés durables, les autorités locales ont la responsabilité de promouvoir le développement de communautés inclusives, sûres et résilientes. Par conséquent, les autorités locales, telles que les municipalités, semblent très désireuses de soutenir et de défendre toute initiative locale qui contribuera sans aucun doute à créer un impact sur la communauté. Bien sûr, les autorités locales varient d'un pays européen à l'autre, par exemple, dans des contextes plus décentralisés, les autorités locales peuvent avoir plus de discrétion par rapport aux pays où le pouvoir de décision est plus centralisé. En outre, le niveau d'implication des municipalités dans la mise en œuvre des politiques de jeunesse est un indicateur supplémentaire de la diversité qui existe entre les pays européens.

Dans tous les cas, il est très fructueux de chercher à obtenir un soutien de la part des autorités locales. Informez-les en détail de votre vision et n'hésitez pas à proposer une collaboration plus poussée avec elles, votre contribution est précieuse et les municipalités sont souvent à la recherche d'initiatives locales !

Vous pouvez trouver plus d'informations sur la politique nationale de jeunesse de votre pays ici : <https://national-policies.eacea.ec.europa.eu/youthwiki/countries>

Avant d'en savoir plus sur la manière d'impliquer des décideurs politiques dans le projet, il est primordial de clarifier ce qu'est une "politique" et qui en est l'auteur. Comme l'indique le ministère britannique du développement international (2005), tout plan, toute ligne d'action ou tout ensemble de règlements mis en œuvre par le gouvernement, les entreprises ou d'autres institutions dans le but d'influencer et de déterminer les décisions est appelé une politique. Au cours des dernières décennies, le besoin de preuves fondées sur la recherche s'est fait sentir dans les politiques et, par conséquent, les décideurs politiques deviennent progressivement plus actifs dans plusieurs phases de la mise en œuvre des projets respectifs. Les chercheurs et les concepteurs de projets peuvent être considérés comme des "personnes extérieures bien informées" qui agissent en complémentarité et indirectement dans le processus d'élaboration des politiques (Elliott & Popay, 2000).

Il existe plusieurs domaines clés que le concepteur du projet doit prendre en considération et auxquels il doit essayer de répondre avant de tenter d'atteindre les décideurs politiques travaillant dans le domaine de la jeunesse :

➤ Pourquoi votre idée de projet est-elle importante pour les décideurs politiques?

L'une des caractéristiques qu'un concepteur de projet devrait avoir est la capacité d'écouter activement les besoins des décideurs politiques et de leur fournir des produits qui faciliteront leur processus de prise de décision. Il convient également de mentionner que les chercheurs et les concepteurs de projets doivent être conscients de l'impact potentiel de leurs efforts et toujours travailler dans le respect de l'éthique.

➤ A qui s'adresser exactement ? Qui peut faire changer les choses ?

Pour un résultat optimal, il est important de contacter les acteurs (individus ou groupes) qui peuvent avoir un impact sur l'élaboration des politiques. Ces acteurs peuvent être des politiciens, des fonctionnaires, des professionnels, des hommes d'affaires ou des organisations de gouvernance internationale.

➤ Comment impliquer les décideurs politiques ?

Il existe deux moyens efficaces de s'adresser aux décideurs politiques pendant la durée du projet, qui peuvent également être combinés :

- A)** Réunions : Elles peuvent se dérouler sous forme d'ateliers afin d'encourager la participation active de tous les acteurs concernés (membres des associations et décideurs politiques).
- B)** Briefings politiques : Il existe de nombreuses façons de mener un briefing politique: document ou rapport de briefing, note de briefing, briefing de recherche, etc. Il est conseillé de créer un document court (2 côtés A4) avec des références qui résument les domaines clés de votre projet ainsi que leurs implications politiques.

Membres de la communauté

L'implication des membres de la communauté dans le projet est considérée comme nécessaire non seulement pour créer un impact significatif mais aussi pour promouvoir l'idée et les principes d'une société participative, où les membres ont le potentiel de contribuer à un processus de changement. Mais qu'entendons-nous exactement par "membres de la communauté" ? Il peut s'agir de membres de groupes d'action locaux, de médias locaux, de maisons de jeunes locales, d'experts, de professionnels dans un domaine lié au projet.

Lors de la planification de votre projet, il est conseillé de décider qui sont les membres de la communauté que vous souhaitez faire participer aux activités de votre projet. Il est également préférable de sélectionner des individus/groupes de personnes qui sont soit intéressés par le sujet du projet, soit des experts qui peuvent partager leurs connaissances et contribuer à la recherche. L'implication de la communauté est une procédure dynamique qui comprend plus que la simple communication d'informations.

Lors de la planification de votre projet, il est conseillé de décider qui sont les membres de la communauté que vous souhaitez faire participer aux activités de votre projet. Il est également préférable de sélectionner des individus/groupes de personnes qui sont

soit intéressés par le sujet du projet, soit des experts qui peuvent partager leurs connaissances et contribuer à la recherche. L'implication de la communauté est une procédure dynamique qui comprend plus que la simple communication d'informations :

Phase	Relations	Engagement
Prise de conscience	Les gens connaissent votre projet	Informez-les et faites-les s'inscrire à vos canaux de communication. Envoyez-leur des messages généraux pour qu'ils comprennent la portée du projet.
Compréhension et considération	Les gens ont une connaissance plus avancée et se penchent activement sur le problème.	Envoyez des informations plus détaillées, invitez-les à un événement ou à un canal de discussion fermé.
Supporters	Les gens manifestent une première couche de soutien actif	Veillez à ce qu'ils aiment davantage vos messages, signalez-leur vos nouvelles, encouragez-les à signer une pétition.
Promoteurs	Les gens partagent activement votre contenu ou participent passivement à certaines de vos activités	Encouragez-les à participer aux événements, comme un débat public ou une marche, à partager une pétition sur leurs propres canaux, à prendre une petite responsabilité.
Activistes	Les gens jouent un rôle actif dans vos efforts de sensibilisation.	Ils sont tout aussi engagés en ligne que hors ligne, peuvent se charger de petites activités comme un stand à une foire, connaissent bien votre message et peuvent recruter davantage de personnes.
Leaders	Les gens jouent un rôle de leader, un rôle stratégique	Vous pouvez leur confier des rôles de direction d'équipe ou des rôles stratégiques. Ce sont des recruteurs actifs ; ils peuvent former de nouvelles personnes.

Tableau 2 : L'échelle d'engagement extraite de l'Advocacy Toolkit du Forum européen de la Jeunesse.

Nous suggérons à votre organisation de développer une structure qui permette aux membres de la communauté d'accéder à tous les niveaux de l'échelle. Pour ce faire, il est conseillé de :

- Définir une vision partagée
- Concevoir des rôles adaptés qui peuvent être facilement acquis par les personnes qui se trouvent à différents niveaux de l'échelle.
- Les membres de la communauté ne graviront l'échelle de l'engagement que s'ils sentent qu'ils ont un espace pour exprimer leurs préoccupations.
- Fournir des mécanismes d'apprentissage et de croissance motivera les membres de la communauté qui étaient bloqués à un niveau particulier de l'échelle à aller plus loin.

Voici quelques domaines clés à prendre en considération lorsque l'on travaille avec des membres de la communauté :

- **Définissez** la valeur ajoutée de la participation des membres de la communauté sélectionnés. Comment votre projet bénéficiera-t-il de l'engagement communautaire ? Quel bénéfice la communauté tirera-t-elle de sa participation à votre projet ? Avoir une idée concrète des résultats attendus de ces actions (engagement des membres de la communauté) augmentera la crédibilité de votre organisation et minimisera les risques potentiels qui pourraient mettre votre entreprise en danger.
- **Identifiez** la motivation des membres de la communauté à participer activement au projet. En procédant ainsi, le concepteur du projet acquiert une meilleure compréhension des attentes des membres de la communauté et peut donc planifier les activités du projet de manière plus efficace.
- **Exprimez** votre gratitude pour la participation active des membres de la communauté. Cela contribuera à éviter tout abandon au cours du déroulement du projet.

2.2.2 Définir les utilisateurs et les bénéficiaires des activités

Dans chaque projet, le concepteur doit avoir une idée claire du groupe cible auquel il s'adresse. Normalement, le groupe cible d'un projet se compose des utilisateurs et des bénéficiaires.



Cette image est extraite de plateformes d'images libres de droits (pixabay et/ou freepik) et est libre d'utilisation sans licence..

Utilisateurs ou utilisateurs finaux : Ce sont les personnes qui finissent par faire l'expérience du produit ou du service fourni par votre projet (groupe cible direct). Par exemple, si vous êtes une organisation de jeunesse travaillant sur un projet dont l'objectif est d'améliorer la culture numérique parmi les animateurs de jeunesse, les utilisateurs finaux sont les personnes qui vont recevoir directement le produit de votre projet, qui peut être une campagne de sensibilisation, une formation ou même un manuel sur la culture numérique.

Bénéficiaires : Ce terme fait référence aux personnes dont la vie est améliorée grâce au produit ou au service du projet (groupe cible indirect). Sur la base de l'exemple précédent, les bénéficiaires peuvent être les pairs, les membres de la famille ou les collègues des utilisateurs finaux, puisqu'ils seront indirectement affectés par les connaissances acquises par les utilisateurs finaux.

Il n'est pas recommandé de décider d'un groupe cible de manière irréfléchie, au contraire, une recherche approfondie indiquant les besoins, les opportunités et la disponibilité du groupe cible est nécessaire.

Par conséquent, avant de cibler un groupe spécifique, que ce soit directement ou indirectement, il est vivement conseillé de prêter attention aux domaines clés suivants:

- a)** Effectuez une **évaluation des besoins** pour décrire votre groupe cible aussi précisément que possible. Il convient d'éviter un groupe cible très large ou très étroit, car dans les deux cas, il devient difficile pour le concepteur du projet de créer un programme applicable à ces populations. Le but de l'évaluation des

besoins n'est pas seulement d'identifier les problèmes et les déficits du groupe cible, mais aussi ses forces et ses opportunités. Les questions suivantes vous aideront à décrire suffisamment votre groupe cible :

➤ **Qui sont les membres du groupe cible ? Quel âge ont-ils ?**

Les caractéristiques démographiques sont essentielles pour s'adresser efficacement au groupe. Dans l'exemple précédent, la population cible est constituée de jeunes travailleurs âgés de 18 à 30 ans ayant des connaissances limitées en informatique.

➤ **Quelle est leur identité sociale ? Quel est leur situation éducative/ familiale/ économique ?**

Dans notre exemple, les utilisateurs finaux sont des personnes qui exercent une activité professionnelle et qui ont donc une économie relativement stable.

➤ **Sont-ils autochtones ou migrants ?**

Les barrières linguistiques ou les différences interculturelles potentielles doivent être soigneusement prises en compte lors de la conception de votre intervention. Dans notre exemple, les travailleurs de jeunesse peuvent être des citoyens européens (sans que cela soit obligatoire), avec une connaissance suffisante de l'anglais.

➤ **Quel est le potentiel de développement de votre population cible ?**

N'oubliez pas qu'un projet réussi peut également favoriser et améliorer les compétences déjà existantes du groupe cible. Par conséquent, un examen de leurs capacités facilitera sans aucun doute la planification des activités du projet. Dans notre exemple, les travailleurs de jeunesse peuvent capitaliser les compétences acquises pour postuler à un nouvel emploi, pour transmettre leurs connaissances à leurs étudiants s'ils travaillent dans le domaine de l'éducation, ou même pour gérer eux-mêmes un projet.

➤ **Quels sont leurs talents ? Quelles sont leurs compétences ?**

Dans notre exemple, les animateurs de jeunesse parlent couramment l'anglais et sont désireux d'apprendre. Leurs contributions ultérieures au projet seront identifiées au fur et à mesure de l'avancement du programme.

➤ **Quelles sont leurs attentes ?**

Recueillir les attentes de votre groupe cible potentiel est crucial pour mieux construire les objectifs de votre projet. Puisque vous vous adressez à un groupe social spécifique, vous devez créer un programme sur mesure qui répondra aux attentes de ce groupe. Dans notre exemple, nous pouvons organiser des groupes de discussion ou des entretiens avec les animateurs de jeunesse de notre ville pour identifier et catégoriser leurs attentes.

b) Dès que vous avez effectué l'évaluation des besoins, vous devez en **examiner les résultats**. Les résultats de la recherche indiquent les besoins sociaux et les lacunes sur lesquels votre projet doit se concentrer.

Cependant, il existe certains **facteurs de risque** qui pourraient compromettre votre démarche s'ils ne sont pas pris en considération.

➤ **Accès au groupe cible :**

Le groupe cible sélectionné doit être facilement accessible ; il est donc conseillé de choisir un groupe cible suffisant et non occasionnel. Par exemple, les animateurs de jeunesse ayant peu de compétences numériques constituent un groupe cible facile à atteindre.

➤ **Échantillon représentatif**

Lorsque vous identifiez votre groupe cible, il est important d'éviter tout biais potentiel. La sélection systématique de membres spécifiques de la population générale peut compromettre la validité externe de votre projet. Par exemple, si vous choisissez de faire appel à des animateurs de jeunesse provenant uniquement de la partie nord de votre pays, cet échantillon ne sera peut-être pas aussi représentatif que la sélection de participants provenant de l'ensemble du pays.

➤ **Ressources existantes**

Avant de conclure, vous devez évaluer si les ressources du projet (qui ont été identifiées au point 2.2.1) peuvent couvrir les besoins estimés du groupe cible potentiel. De cette façon, vous pouvez éviter tout écart inattendu.

c) Qu'allez-vous proposer et à qui ?

Dans un deuxième temps, il est de la plus haute importance de clarifier qui sont les **membres du groupe cible qui seront adressés directement** (utilisateurs finaux) et qui seront adressés indirectement (bénéficiaires). Par conséquent, lorsqu'il s'adresse aux utilisateurs finaux, le concepteur du projet doit élaborer un code de communication approprié et des outils et méthodologies respectifs qui sont parfaitement compris par les utilisateurs. D'autre part, les bénéficiaires seront abordés par le biais des utilisateurs finaux, pour cette raison, le concepteur du projet doit être conscient des besoins et des caractéristiques particulières des utilisateurs et des bénéficiaires et essayer de créer un impact sur ces derniers de manière indirecte, puisqu'ils n'interagiront directement qu'avec les utilisateurs finaux.



Cette image est extraite de plateformes d'images libres de droits (pixabay et/ou freepik) et est libre d'utilisation sans licence.

2.2.3 Déterminer les conseillers du projet, les contributeurs aux processus de gestion, les décideurs, ainsi que les exécutants.

Conseillers de projet

Le rôle du conseiller de projet est d'apporter son expertise et ses conseils tout au long du cycle de vie du projet afin que les produits atteignent la qualité attendue. Les recommandations du conseiller de projet sont essentielles car il joue un rôle clé dans de nombreuses activités organisationnelles du projet :

- Orientation et soutien dans les processus de gestion de projet
- Conseils sur la stratégie de communication pour atteindre les éventuelles parties prenantes/décideurs politiques/membres de la communauté, etc.
- Conseils sur la stratégie d'évaluation de la qualité
- Conseils sur la stratégie de gestion et d'atténuation des risques
- Suivre la mise en œuvre globale du projet en tant qu'observateur externe et fournir des contributions si nécessaire.
- Surveiller les activités du projet afin de garantir le respect des procédures et des normes.

Le conseiller en projet travaille en étroite collaboration avec l'équipe de conception du projet et a pour objectif de garantir que les produits du projet sont livrés dans les délais et conformément aux spécifications convenues. Les conseillers de projet peuvent être des particuliers, des experts dans le domaine du conseil et de la gestion de projet ou des organisations travaillant dans le secteur concerné.



Cette image est extraite de plateformes d'images libres de droits (pixabay et/ou freepik) et est libre d'utilisation sans licence.

Pourquoi est-il essentiel de travailler avec un conseiller de projet ?

Le feedback obtenu des conseillers de projet doit être considéré comme un examen objectif des produits et du processus du projet en général. L'évaluation de votre projet par un point de vue extérieur peut contribuer de manière significative à augmenter non seulement la qualité de votre entreprise mais aussi son impact.

Dans le contexte des organisations de jeunesse, il est plus que courant que les membres du personnel partagent également plusieurs rôles, par exemple, il n'y a pas une seule personne qui assume le rôle de gestionnaire de projet ou de conseiller de projet, mais plutôt un partage coopératif des tâches et des responsabilités. D'autre part, il arrive également que l'organisation de jeunesse ne comprenne pas plus d'un travailleur de jeunesse qui dirige le projet et est également responsable de toutes les activités respectives telles que la gestion du projet, la mise en œuvre et la diffusion. Il est dans votre intérêt de connaître les différents rôles que l'on peut trouver dans un environnement d'entreprise afin d'adopter plus facilement les principes organisationnels qui conviennent le mieux à votre organisation.

Les contributeurs aux processus de gestion

Gérer un projet requiert des compétences organisationnelles suffisantes, car il y a un grand nombre de dispositions à prendre. En outre, la gestion de projet repose sur de

nombreux autres piliers qui sont tout aussi exigeants et doivent être traités avec précision et responsabilité.

Les principales tâches des professionnels de la gestion de projet sont les suivantes :

- Coordonner la planification, le budget et l'exécution du projet.
- Conseiller et motiver le reste de l'équipe.
- Garder le contact et promouvoir la collaboration avec les parties prenantes du projet.
- Atténuer les risques potentiels.
- Coordonner la diffusion du projet..

Vous devez choisir avec soin, en fonction des principaux domaines de responsabilité, les contributeurs à la gestion du projet.

Suivre une technique de gestion de projet, qui consiste en plusieurs étapes progressives vers l'achèvement du projet, peut être très utile. Par rapport aux techniques traditionnelles, une technique plus ajustable (la méthodologie de gestion de projet Agile) semble mieux s'appliquer dans le cadre d'initiatives innovantes et de jeunesse, car les besoins émergents sont couverts plus efficacement.

Technique de gestion de projet traditionnelle	Nouvelle technique de gestion de projet
Phase d'initiation	Phase de conception
Phase de planification	Phase de spéculation et de rédaction
Phase d'exécution	Phase d'exploration et d'itération
Phase de lancement	Phase d'adaptation
Phase de clôture	Phase de clôture, qui marque le début d'une nouvelle phase de conception.

Tableau 3 : Vue comparative des modèles de gestion de projet traditionnel et Agile.

Quels sont les avantages de cette nouvelle technique ?

Flexibilité : disposer d'un plan et assurer le suivi des activités suivantes est d'une grande importance, même s'il est tout aussi important de pouvoir s'adapter aux

éventuelles modifications à venir. L'élément de flexibilité doit être présent dans l'ensemble du projet.

Adaptabilité : Comme mentionné ci-dessus, n'hésitez pas à reconstruire, et à réorganiser votre planning en cas de besoin. Vous êtes le créateur et le gestionnaire de votre projet ; cela vous donne le privilège de prendre des décisions, alors agissez avec sagesse et utilisez vos capacités d'organisation au profit de votre entreprise.

Diversité des rôles : Dans le cas où vous travaillez en collaboration avec d'autres animateurs de jeunesse, gardez à l'esprit que les rôles existent pour être acquis. Bien sûr, il n'est pas obligatoire de différencier nettement les tâches, mais dans le contexte d'une organisation de jeunesse plus importante, il est profitable de le faire. Vous éviterez ainsi le chevauchement des tâches et des responsabilités, tout en économisant du temps et de l'énergie. Prenez le temps d'identifier les talents des membres de votre équipe et répartissez les rôles en conséquence, toujours dans le respect de leurs intérêts personnels.

Amélioration de l'utilisabilité et de l'exploitation des produits du projet : Assurez-vous que vos produits sont exploités de manière efficace et effective par la population que vous ciblez et pas seulement. Puisque vous avez travaillé dur pour faire de votre projet un produit livrable complet, il est plus que complémentaire de travailler à la bonne transférabilité de celui-ci. Diffusez votre travail, organisez des réunions (en ligne ou en personne) pour informer vos pairs, la communauté, les autorités locales ou les utilisateurs finaux de votre produit. Donnez-leur des directives et des suggestions sur la manière d'utiliser réellement et activement les produits livrables.

Décideurs

Un autre rôle clé dans le cadre de la conception et de la mise en œuvre d'un projet est celui des décideurs. Le décideur joue le rôle de leader de l'équipe et est responsable de la finalisation d'une décision particulière après avoir pris en compte les contributions des autres membres de l'équipe. Les qualités de leadership du décideur indiquent si l'individu acquiert de bonnes compétences en matière de prise de

décision. Dans le contexte des organisations de jeunesse, les décisions sont prises lors d'assemblées où les travailleurs de jeunesse discutent et finalisent le déroulement de leur travail. En d'autres termes, bien que dans les environnements d'entreprise, il soit très courant et même nécessaire d'établir un décideur unique, dans le contexte du travail de jeunesse, ce n'est pas acquis. Par conséquent, voici les quatre styles de base du processus de prise de décision, qui sont interchangeables et peuvent être utilisés en fonction des besoins et des caractéristiques particulières de chaque situation.

Directif

Certaines des caractéristiques distinctives des décideurs directifs sont un processus de réflexion rapide et décisif ainsi qu'une concentration intense sur les tâches.

Normalement, ils ont tendance à être très sélectifs par rapport aux suggestions de leurs collègues, car elles sont principalement basées sur leur propre jugement. Leur rationalité et la précision avec laquelle ils traitent les problèmes sont les pierres angulaires qui font des décideurs directifs des personnes idéales pour les décisions urgentes et à court terme. Par exemple, dans le scénario hypothétique de l'organisation d'une campagne publique dans un court laps de temps et du manque de volontaires pour animer un atelier de travail basé sur le volontariat, l'animateur de jeunesse responsable doit adopter le style directif de prise de décision afin d'atteindre le résultat escompté de la manière la plus efficace et la plus rapide possible.

Analytique

La principale caractéristique de ce type de processus décisionnel est l'investissement de temps dans la procédure. Plus précisément, ils collectent généralement des données et des preuves avant de parvenir à une conclusion. Ils sont également orientés vers les tâches, comme les directifs, mais ils ne prendront pas de décisions précipitées. Par exemple, dans le scénario imaginaire de la gestion d'un projet concernant l'amélioration des compétences numériques des animateurs de jeunesse, le style de prise de décision analytique serait idéal pour mener l'analyse des besoins, c'est-à-dire aux premiers stades de la vie du projet.

Conceptuel

La différence entre le type conceptuel et les deux types précédents est que le premier est plus orienté vers le social, ainsi que plus enclin à prendre des risques. Les décideurs conceptuels investissent du temps pour réfléchir à des solutions créatives, ils visualisent le potentiel de leur décision et essaient d'imaginer quel résultat serait le plus rentable. Ils sont idéaux pour prendre des décisions à long terme. Par exemple, dans le scénario hypothétique d'un travail sur la stratégie de diffusion et d'exploitation d'un événement public organisé par l'organisation de jeunesse, le style de décision conceptuel faciliterait grandement l'ensemble de l'activité.

Comportemental

Le décideur comportemental se concentre davantage sur les relations que sur la tâche. En outre, les décideurs comportementaux se basent principalement sur les informations qu'ils recueillent auprès de leurs collègues. Le processus de prise de décision est pour eux une procédure collaborative, et ils prêtent généralement attention à l'impact que ce processus aura au niveau des relations entre les membres de l'équipe.

Pour obtenir des résultats optimaux, il est recommandé aux décideurs d'adopter des techniques de flexibilité, afin d'être capables de se réajuster chaque fois que cela est nécessaire. L'absolutisme n'aidera pas à répondre aux besoins du projet. Par conséquent, combiner les styles mentionnés précédemment et sélectionner chaque fois de manière critique celui qui est le plus approprié, serait la stratégie d'adaptation la plus professionnelle et la plus efficace.

Diffuseurs

Les produits finaux du projet seront distribués aux utilisateurs finaux par les diffuseurs, qui peuvent être des animateurs de jeunesse, des éducateurs, des formateurs, des enseignants, des bénévoles, etc. La sélection du diffuseur approprié est de la plus haute importance pour la mise en œuvre réussie du projet, car il s'agit de la dernière étape du processus global. Lors du choix des prestataires, il est essentiel de répondre aux questions suivantes :

- Qui sont les utilisateurs finaux ?

L'identification des utilisateurs finaux est déjà faite pendant la phase de planification du projet, mais l'évaluation du groupe cible des utilisateurs finaux est essentielle pour le concepteur du projet afin d'estimer qui seraient les diffuseurs les plus appropriés qui parviendront à diffuser suffisamment les produits du projet.

- Les utilisateurs finaux ont-ils un type de besoins particuliers ?

Les diffuseurs doivent être conscients de toute particularité potentielle, telle que les barrières de communication, afin de pouvoir se préparer en conséquence.

- Quel est le contenu du produit du projet que vous voulez diffuser ?

La sélection des diffuseurs doit également reposer sur leur expertise, car il est essentiel que le professionnel ait une vue d'ensemble de la question examinée pour pouvoir la transmettre aux utilisateurs finaux.

- Quels sont les aptitudes non techniques et les compétences que le livreur doit avoir pour mieux distribuer les produits du projet ?

Dès que vous aurez répondu à ces questions, il sera plus facile de déterminer le profil des diffuseurs.

Conclusion

Cette partie du guide s'est principalement concentrée sur l'identification des ressources nécessaires pour mener un projet de manière efficace et efficiente. Ensuite, nous avons examiné comment les initiatives de jeunesse peuvent structurer leur organisation, notamment en termes d'établissement et de répartition des rôles au sein de l'association. Un autre point clé qui a été abordé est la détermination des groupes cibles qui sont atteints au cours du projet. N'hésitez pas à creuser davantage et à faire vos propres recherches sur les aspects différents mais aussi fascinants de la gestion de votre propre projet.

Si vous êtes impatient de changer positivement votre communauté et si vous êtes également déterminé à créer un impact, alors vous avez tout ce dont vous avez besoin.

ÉTAPE 3 : COMMENT IDENTIFIER ET ATTEINDRE VOS PARTIES PRENANTES ?

Dans cette partie du guide, nous vous présentons les parties prenantes, qui jouent un rôle essentiel dans toute initiative d'engagement communautaire. Les concepts de parties prenantes et d'analyse de celles-ci sont présentés comme un moyen de rassembler une liste complète de personnes et de groupes qui s'intéressent ou ont un intérêt dans la question donnée. La section 2.3.2 explore l'importance de comprendre les différents moyens de communication pour s'assurer que les meilleurs moyens d'atteindre et de communiquer avec les parties prenantes sont mis en œuvre et qu'ils incluent les groupes marginalisés et/ou exclus. La section 2.3.3 se concentre sur l'idée d'une "évaluation des besoins" et sur les moyens de déterminer les besoins, les questions et les préoccupations de la communauté cible. Enfin, la section 2.3.4 examine le niveau de participation de chaque groupe de parties prenantes en fonction des objectifs du projet et des besoins personnels des individus.



Cette image est récupérée sur des plateformes d'images libres de droits (canva et/ou freepik) et est libre d'utilisation sans licence.

2.3.1 Identification des parties prenantes actuelles et/ou potentielles

Un aspect très important de toute initiative d'engagement communautaire concerne les parties prenantes qui sont réellement touchées par cette initiative et qui devront être impliquées afin d'assurer la réussite de la mise en œuvre de l'initiative. Il est important de noter que la mise en œuvre des initiatives d'engagement communautaire des jeunes ne produira un résultat positif que si les plans sont accueillis positivement par les parties prenantes impliquées. Par ailleurs, sans une

perspective positive des parties prenantes, la mise en œuvre réussie des initiatives ne peut être considérée comme acquise (Ibrahim et.al. 2019). En tant que tel, il est important d'identifier et de comprendre qui sont ces parties prenantes pertinentes pour vous permettre de les recruter dans le cadre de votre initiative.

Avant d'aborder les moyens d'identifier et d'atteindre ces parties prenantes, nous allons tout d'abord fournir quelques définitions des termes clés qui sont pertinents pour cette section.

Les **parties prenantes**, qui peuvent être considérées comme internes ou externes (Hill et Jones 2001), peuvent être définies comme "les groupes et les individus qui peuvent affecter ou sont affectés par la réalisation des objectifs d'une organisation" (Freeman and McVea 2001:23).

Par conséquent, **l'identification des parties prenantes** dans le contexte de l'engagement communautaire des jeunes fait référence à l'identification de ces personnes, groupes, organisations, communautés, y compris les résidents locaux, les groupes ethniques, raciaux, confessionnels et culturels (Rabinowitz n.d.). Néanmoins, il peut également s'agir de communautés en ligne et de groupes virtuellement organisés où des personnes partageant les mêmes intérêts ou préoccupations, par exemple en matière d'environnement, se réunissent et forment un groupe.

L'identification et l'analyse des parties prenantes et de leurs intérêts offrent une série d'avantages tels que l'inclusion d'une variété de perspectives provenant de tous les secteurs de la communauté affectée, ce qui permet de mettre plus d'idées sur la table (Rabinowitz n.d.). En outre, votre initiative aura l'avantage d'obtenir un plus grand soutien de la part de toutes les parties prenantes, en leur faisant jouer un rôle crucial dans le développement, la planification, la mise en œuvre et l'évaluation. Au cours de ce processus, l'initiative devient leur effort et les parties prenantes ressentiront le besoin de faire de leur mieux pour qu'elle fonctionne (Rabinowitz n.d.). Le processus d'identification des parties prenantes est vital car il pose les bases de l'établissement de relations qui se transformeront en un engagement réussi des parties prenantes et de la communauté et, en fin de compte, en la réussite du projet.

D'autre part, **l'engagement des parties prenantes** est compris comme le processus par lequel il y a interaction et implication des personnes, groupes, communautés ou organisations concernés par le projet en question. L'engagement des parties prenantes, également appelé "participation citoyenne", est un facteur important pour le maintien d'un équilibre équitable du pouvoir au sein d'un pays ou d'une organisation et, dans notre cas, au sein d'une communauté (Ihugba & Osuji 2011; Greenwood 2007).

Lorsque l'on s'engage dans un brainstorming pour l'identification des jeunes parties prenantes et des membres de la communauté pour la participation, il est utile de considérer et d'essayer de répondre aux questions suivantes :

- Qui est affecté par le projet/l'initiative ?
- Qui prend les décisions ou a de l'influence dans la communauté donnée ?
- Qui peut avoir un impact sur le succès du projet ?
- Qui a un intérêt dans ce projet?

(Metropolitan Waste and Resource Recovery Group 2016)

En répondant aux questions ci-dessus, vous commencerez immédiatement à réduire la sélection des parties prenantes qui sont non seulement pertinentes pour votre initiative, mais qui ont également le potentiel de la faire avancer.

Si un projet de grande envergure nécessite naturellement un plus grand nombre de parties prenantes, les projets plus simples doivent néanmoins être dotés d'une liste exhaustive des parties prenantes possibles. Pour que vous ou votre organisation puissiez créer une liste complète de parties prenantes, nous vous suggérons les trois étapes suivantes (MOLGROUP 2017):

Comment identifier les parties prenantes :

1. Créez une liste de toutes les parties prenantes possibles (soyez aussi précis que possible). Essayez d'identifier des individus à tous les niveaux et de représenter toutes les parties prenantes, pas seulement celles avec lesquelles vous avez

déjà établi un lien ; même si l'impact de ces individus est encore inconnu ou s'ils ont une position négative envers vous ou votre organisation.

S'il est important de s'engager avec les parties prenantes les plus influentes et celles qui peuvent avoir l'impact le plus direct, il est néanmoins impératif de s'assurer que la communauté locale au sens large sera impliquée. En tant que tel, même les individus, les groupes, les organisations, etc. ayant le moins d'influence, ne peuvent être laissés de côté, car le projet risquerait d'échouer en raison d'un manque de compréhension des préoccupations plus larges et/ou du contexte dans lequel il est mis en œuvre.

Enfin, assurez-vous de l'implication des parties prenantes vulnérables et/ou marginalisées, même si elles n'ont pas le même niveau d'influence que les autres membres, ou si elles ne sont pas en mesure d'attirer davantage l'attention du public.

2. Une fois que vous avez effectué un brainstorming sur toutes les parties prenantes directes possibles à impliquer, vous êtes dans une bonne position pour commencer à envisager d'étendre cette liste. En demandant aux parties prenantes que vous connaissez déjà et avec lesquelles vous êtes en contact de vous suggérer d'autres personnes qui pourraient être intéressées par le projet actuel et ses objectifs, vous pouvez ajouter d'autres personnes à la liste.
3. Créez un répertoire détaillé avec des personnes de contact spécifiques - en mentionnant leur nom - de chacun des groupes de parties prenantes et, dans le cas d'une organisation, indiquez le nom de la personne qui est un décideur clé. Enfin, une fois que toutes les parties prenantes sont répertoriées, ajoutez toute autre information pertinente telle que des détails sur l'historique de cet individu, groupe / organisation avec votre organisation, toute interaction passée, etc.

Néanmoins, il ne suffit pas d'identifier les parties prenantes concernées, il faut aussi découvrir et comprendre l'éventail des intérêts des parties prenantes qui pourraient,

d'une part, bénéficier à l'effort et, d'autre part, s'avérer nuisibles. En outre, les mêmes groupes de parties prenantes peuvent avoir des positions contradictoires. Ces différents aspects des parties prenantes doivent également être identifiés et notés afin que vous puissiez vous préparer à un engagement futur avec ces individus (MOLGROUP 2017).

Le tableau suivant d'analyse des parties prenantes et de la communauté peut être utilisé dans le processus d'identification des parties prenantes :

Nom	John Smith
Représentant	Groupe de la jeunesse pour l'environnement
Problème/Préoccupation	Toutes les questions d'environnement.
Contribution	Utile pour diffuser l'initiative / trouver des participants, etc.
Niveau d'intérêt	Haut
Niveau d'influence	Haut
Type d'engagement	Forte implication - responsabilisation

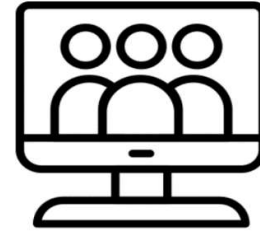
Tableau4 : Ce tableau a été adapté à partir de diverses sources (MOLGROUP 2017; Metropolitan Waste and Resource Recovery Group 2016)

2.3.2 Identification des moyens de communication que ces parties prenantes/ groupes utilisent et de ce qui pourrait leur faire défaut en utilisant ces moyens

Les avancées technologiques se produisent à un rythme sans précédent, et avec elles, les façons dont on recherche, absorbe et partage l'information, ainsi que les façons dont on communique entre nous. Schroedel (2020) explique que "pour les moins de 30 ans, l'engagement citoyen se manifeste sous de nouvelles formes : leur engagement se fait principalement en ligne, par le biais des réseaux sociaux ou des plateformes civiques

tech. Ces outils permettent aux jeunes citoyens de mieux s'exprimer au sein de leurs communautés”.

Alors que les jeunes générations entrent dans l'âge de la participation civique et politique, la manière d'atteindre et de faciliter leur engagement passe principalement par des plateformes et des forums en ligne qui sont locaux et inclusifs (Schroedel 2020). Ainsi, pour les initiatives d'engagement



Cette image est extraite de plateformes d'images libres de droits (canva et/ou freepik) et est libre d'utilisation sans licence.

communautaire qui visent les jeunes, les plateformes de communication en ligne ou les canaux de réseaux sociaux constituent une forme de communication très importante.

Alors qu'à l'ère du progrès numérique, l'accessibilité à diverses communautés n'a jamais été aussi élevée, une initiative d'engagement communautaire des jeunes qui adopte une approche inclusive pour ses parties prenantes en incluant des groupes de personnes marginalisées et/ou historiquement exclues, pourrait ne pas être en mesure de les atteindre via les réseaux sociaux ou les plateformes numériques/en ligne. En revanche, il peut exister des réseaux communautaires qui représentent spécifiquement ces groupes de personnes et qui peuvent servir de point de communication crucial (Community Planning Toolkit 2014).

Par conséquent, votre organisation devrait être en mesure d'identifier les moyens de communication que les jeunes ou des groupes de jeunes spécifiques utilisent. Cela vous permettra non seulement de repérer les faiblesses de votre communication, mais aussi d'identifier ce qui fonctionne le mieux et, par conséquent, de maximiser le potentiel de communication avec les jeunes.

2.3.3 Détecter ce qui doit être amélioré dans les actions existantes et / ou décider de celles à promouvoir

Lors de la mise en œuvre de votre projet, il est important d'effectuer des recherches préalables dans le contexte local, régional et national du pays donné, afin d'identifier les autres initiatives qui ont été ou sont actuellement mises en œuvre et de déterminer

les problèmes ou les difficultés qui pourraient découler des actions en cours. Ce faisant, cela vous permettra de réduire la portée de votre propre initiative et de combler les lacunes que d'autres initiatives ont pu négliger ou n'ont pas été en mesure d'aborder (SALTO-YOUTH 2022).

Afin de détecter efficacement ce qui doit être amélioré, une "évaluation des besoins" est un point de départ essentiel dans ce processus, qui inclut les parties prenantes que vous avez précédemment identifiées. La pratique de l'évaluation des besoins a déjà été présentée au chapitre 2 du guide (p. 50), en se concentrant sur l'utilisation de l'évaluation des besoins pour décrire le groupe cible de manière plus générale, tandis que dans cette partie, nous proposons d'utiliser l'évaluation des besoins pour localiser les lacunes dans la réponse aux besoins de la communauté et pour affiner votre propre initiative. Le fait de partir des besoins des participants au projet présente deux avantages importants :

1. Aider les animateurs à gagner la confiance des participants,
2. Grâce aux compétences et aux connaissances acquises, contribuer à renforcer la confiance des personnes impliquées tout en créant un sentiment de responsabilité et d'appropriation du processus de planification et de mise en œuvre (Tammi and Hendriks 2008).

Une évaluation des besoins vous permettra d'identifier les besoins, les problèmes et les préoccupations des individus et/ou des communautés, ainsi que de rassembler les espoirs et les souhaits des individus et/ou des communautés. En outre, elle vous permettra de reconnaître si certains de ces besoins ont changé, afin de recentrer les activités du projet et de renforcer l'action de base autour des besoins spécifiques (SALTO-YOUTH 2022).

Les moyens possibles de faciliter l'évaluation des besoins sont les suivants :

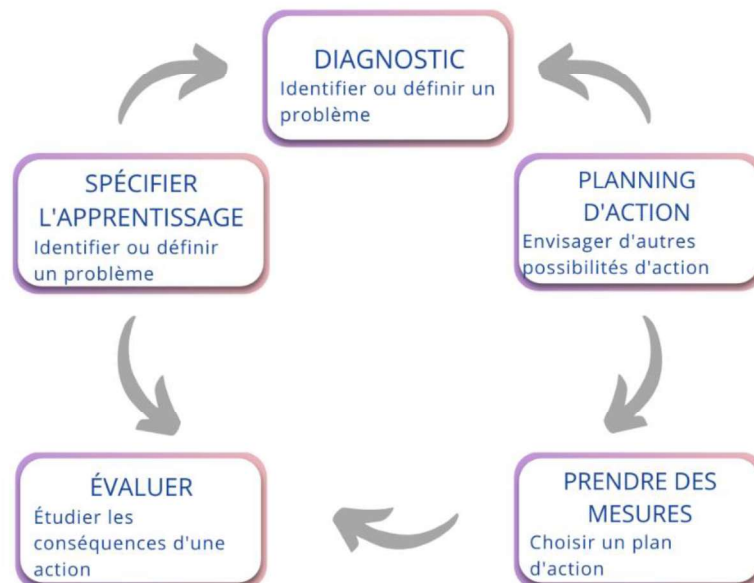
- Mener des entretiens avec des groupes de discussion.
- Diffuser des enquêtes et des questionnaires.
- Réaliser des entretiens
- La recherche-action participative

- L'analyse des données secondaires
- Des forums sur des questions d'intérêt public

Si toutes les méthodes susmentionnées sont utiles pour la collecte d'informations, la **recherche-action participative** est la plus recommandée lorsqu'on cherche à obtenir une participation maximale des parties prenantes et un sentiment élevé d'appropriation et de contrôle du projet, car elle permet de placer les participants au cœur du processus, en partant du principe que les individus sont les experts de leur propre vie et qu'ils constituent donc le meilleur point de départ de tout processus de planification ou d'action (Tammi and Hendriks 2008).

La recherche-action participative comporte trois étapes clés :

1. Identifier / définir le besoin ou le problème (fonction)
2. Examiner le problème et prendre des mesures afin de répondre au besoin ou au problème (action)
3. Évaluer les résultats de l'action entreprise pour répondre au besoin ou au problème (apprentissage et développement, évaluation)



Adapté de : Susman, G.I., "Action Research: A Sociotechnical Systems Perspective", ed. G. Morgan (London: Sage Publications, 1983) 102.

Le schéma ci-dessus pour la recherche-action participative indique un processus continu, établi en fonction des besoins de l'individu / de la communauté et de la situation. En tant que tel, afin d'être efficace dans l'identification de ces besoins, ce processus doit se poursuivre tout au long du projet.

2.3.4 Planifier pour assurer la réalisation des objectifs pour toutes les parties prenantes impliquées.

Une initiative d'engagement communautaire des jeunes ne peut être considérée comme réussie que lorsque les objectifs et les buts du projet ont été atteints. Les parties prenantes peuvent avoir une grande influence sur les résultats escomptés et sur la réussite du projet.

Cela dépend de l'ampleur de la participation de chaque partie prenante, dont les objectifs et les besoins correspondent aux objectifs et aux besoins du projet (T-EST.EU 2013).

En tant que tel, le niveau de participation de chaque partie prenante doit être pris en considération afin de s'assurer qu'en collaborant avec elles, les approches, méthodes et outils appropriés sont utilisés pour maximiser leur contribution et garantir que leurs objectifs sont atteints et leurs besoins satisfaits.

L'Association internationale pour la participation publique (IAP2) a mis au point un spectre pour l'engagement communautaire, qui fournit une méthodologie permettant de déterminer le niveau d'influence qu'une personne, un groupe ou une communauté peut avoir sur un certain sujet, et donc de décider du niveau d'engagement approprié. Si le spectre IAP2 a été développé pour aider les groupes à définir le rôle du public dans les processus de participation publique, sa simplicité et son caractère descriptif permettent d'appliquer ce cadre à une variété de contextes et de processus d'engagement.

Le spectre IAP2 révèle qu'en fonction des résultats, des ressources, du calendrier et des niveaux d'intérêt et de préoccupation de chaque initiative, différents niveaux de participation sont nécessaires.

IAP2 Spectre de la participation publique



Le Spectre de la participation publique de l'IAP2 a été conçu pour aider à la sélection du niveau de participation qui définit le rôle du public dans tout processus de participation. Le Spectre est utilisé au niveau international et on le retrouve dans les plans de participation du public du monde entier.

IMPACT CROISSANT SUR LA DÉCISION					
	INFORMER	CONSULTER	IMPLIQUER	COLLABORER	RESPONSABILISER
OBJECTIF DE PARTICIPATION	Fournir au public des informations pondérées et objectives pour l'aider à comprendre le problème, les alternatives, les opportunités et/ou les solutions.	Obtenir le feedback du public sur l'analyse, les alternatives et/ou les décisions.	Travailler directement avec le public tout au long du processus pour s'assurer que les préoccupations et les aspirations du public sont systématiquement comprises et prises en compte.	Faire participer le public à chaque aspect de la décision, y compris l'élaboration de solutions de rechange et l'identification de la solution privilégiée.	Placer la prise de décision finale entre les mains du public.
PROMESSE AU PUBLIC	Nous vous tiendrons informés.	Nous vous tiendrons informés, nous écouterons et reconnaitrons vos préoccupations et vos aspirations, et nous vous fournirons un feedback sur la manière dont l'avis du public a influencé la décision.	Nous travaillerons avec vous pour veiller à ce que vos préoccupations et vos aspirations soient directement prises en compte dans les solutions de rechange élaborées et nous vous fournirons un feedback sur la manière dont la contribution du public a influencé la décision.	Nous nous tournerons vers vous pour obtenir des conseils et innover dans la formulation des solutions et nous intégrerons vos conseils et recommandations dans les décisions dans la mesure du possible.	Nous mettrons en œuvre ce que vous décidez

© IAP2 International Federation 2018. All rights reserved. 20181112_v1

Tableau 1. Source : Association internationale pour la participation publique ; IAP2 spectre de la participation publique : <https://www.iap2.org/page/resources>

Selon le spectre de la participation publique de l'IAP2, le niveau de participation va d'un minimum de simple information des parties prenantes jusqu'à l'autonomisation de ces dernières, où elles détiennent le pouvoir de décision final. À ce stade, les parties prenantes peuvent être impliquées par les moyens suivants :

- Enquêtes / Questionnaires
- Groupes de travail - avec la responsabilité d'aspects spécifiques du travail
- Comités consultatifs
- Bulletins d'information - fournissent un mécanisme pour tenir les parties prenantes informées
- Rencontres personnelles

Les stratégies possibles d'implication des parties prenantes dépendront du niveau d'impact du projet sur la partie prenante et vice versa (voir le niveau d'influence dans le tableau d'analyse des parties prenantes). A partir du tableau d'analyse des parties prenantes (p. 64):

- Les parties prenantes qui ont un **faible impact** sur le projet et sont elles-mêmes **moins impactées** par celui-ci, ont seulement besoin de comprendre le projet et ses objectifs. À ce titre, il est nécessaire de ne les tenir **informées** que du processus.
- Les parties prenantes qui ont un **faible impact** sur le processus du projet mais qui sont elles-mêmes **fortement impactées** par celui-ci doivent accepter de lui apporter leur soutien. Par conséquent, il est important que ces parties prenantes soient tenues **informées**, mais aussi **consultées**, en donnant leur avis et leurs conseils lorsque cela est possible.
- Les parties prenantes qui sont **moins touchées** par le projet mais qui ont un **impact élevé** sur le projet de leur côté, doivent pouvoir agir, c'est-à-dire prendre des décisions, fournir des ressources, etc. Par conséquent, ces parties prenantes doivent être **consultées** et **impliquées**.
- Les parties prenantes qui ont un **impact élevé** et sont également **très touchées** par les initiatives du projet doivent pouvoir agir également. En tant que telles, ces parties prenantes doivent être **impliquées** autant que possible.

La section suivante présente les différentes manières d'informer, de consulter et d'impliquer les différentes parties prenantes en fonction de leur niveau de participation au projet (T-EST.EU 2013).

Comment consulter

- Sondages d'opinion et questionnaires
- Organiser des réunions pour faire le point sur le processus et demander des avis et des suggestions.
- Inviter à des ateliers de lancement au début du projet (demander des avis, des idées, des préoccupations, des opportunités).
- Tenir les participants informés en utilisant les interventions possibles de la catégorie "informer".

Comment informer

- Site web
- Newsletter
- Mises à jour régulières sur le projet par e-mail
- Un article dans un journal ou un magazine (pertinent pour le groupe cible)
- Affiches et dépliants
- Formation sur des sujets spécifiques

Comment mobiliser

- Organiser des réunions régulières au cours desquelles vous codécidez des actions et des mesures spécifiques à prendre.
- Inviter l'équipe de projet / de mise en œuvre
- Inviter à des ateliers de lancement au cours desquels vous co-décidez des objectifs et des actions du projet.
- Impliquer les parties prenantes dans des aspects spécifiques de la mise en œuvre
- Informer et consulter en utilisant les interventions possibles des catégories "informer" et "consulter".

ÉTAPE 4 : Evaluer les actions et les activités futures

Comme nous l'avons souligné précédemment, un suivi minutieux du projet est l'un des aspects les plus importants si vous voulez vous assurer que vous avez réussi à engager votre public et à atteindre les objectifs que vous avez fixés au départ. Cela permet également d'évaluer les méthodes qui ont été les plus efficaces et celles qui l'ont été moins, et de déterminer si vous devez apporter des changements à la façon dont vous gérez votre travail.

L'évaluation de vos actions et activités vous permet d'apprendre à la fois des réussites et des défaillances. C'est très important non seulement pour la croissance de votre organisation, mais aussi pour le développement de la confiance des jeunes avec lesquels vous travaillez. Il est normal que tout ce que nous faisons ne soit pas couronné de succès, mais il est encore plus important d'être capable d'évaluer ce que vous faites et d'identifier clairement vos points faibles. La transparence vous aidera non seulement à indiquer les points à améliorer, mais aussi à enrichir votre communication avec les jeunes et votre compréhension mutuelle (Dobbs, 2015).

2.4.1 Mettre en place un outil de suivi des actions et des impacts du projet

En créant votre projet, vous avez dû vous fixer des objectifs ou des buts. Qu'il s'agisse d'"impliquer davantage de jeunes âgés de 15 à 18 ans dans les activités de votre centre", d'"organiser un festival d'art de rue pour les jeunes" ou peut-être d'"améliorer l'accès à la santé mentale des jeunes socialement vulnérables", vous devez avoir eu quelque chose de concret à l'esprit. Les objectifs et les étapes pour les atteindre sont très importants et si vous voulez être sûr de mesurer correctement l'impact du projet, vous devez toujours garder vos objectifs à l'esprit.

C'est en effet une bonne pratique de mettre en place un outil pour suivre vos actions et les impacts éventuels du projet, dès le début. Cela ne signifie en aucun cas que cet outil est quelque chose d'intouchable et que vous devez vous y tenir à tout prix. De nombreuses choses peuvent se produire tout au long de la durée de vie du projet et l'une des forces est de pouvoir s'adapter à ces changements et les outils ne doivent pas être une restriction. Les outils ne doivent pas être une contrainte. Au contraire, ils

doivent vous aider à suivre les activités que vous réalisez et à suivre les changements que vous rencontrez en cours de route.

En fonction de votre expérience des activités d'engagement communautaire et de la taille de votre projet, il y a plusieurs aspects que votre organisation souhaite prendre en compte afin de mettre en place les outils les plus adaptés à vos besoins. Cependant, il existe plusieurs outils interchangeables et pourtant si basiques que ni leur mise en place, ni leur mise à jour ne vous demanderont beaucoup de temps. En fin de compte, ce qui compte, c'est que l'objectif sur lequel vous vous concentrez soit atteint - vos actions et les impacts éventuels du projet, depuis le premier jour. Cela ne signifie en aucun cas que cet outil est quelque chose d'intouchable et que vous devez vous y tenir à tout prix. De nombreuses choses peuvent se produire tout au long de la durée de vie du projet et l'une des forces est de pouvoir s'adapter à ces changements et les outils ne doivent pas être une restriction. Les outils ne doivent pas être une contrainte. Au contraire, ils doivent vous aider à suivre les activités que vous réalisez et à suivre les changements que vous rencontrez en cours de route.

Liste des activités et jalons

Comme mentionné précédemment, le cœur de votre projet est l'objectif que vous vous êtes fixé au départ. Bien que l'objectif du projet ne puisse pas être atteint en un jour, il doit plutôt être réalisé en s'engageant dans un grand nombre d'activités différentes. Pour simplifier, nous pouvons l'appeler la "to do list" de votre équipe, qui sera utilisée afin d'atteindre l'objectif principal.

La liste des activités devrait inclure toutes les activités de votre projet et une description de la portée de chacune d'elles. De cette façon, les membres de votre équipe sont bien conscients des tâches qu'ils doivent effectuer et de ce que contient exactement chaque activité (PMBOK, 2016). Parfois, les noms peuvent prêter à confusion et nous pouvons imaginer que quelque chose de plus ou de moins est exigé de nous, d'où une certaine confusion. Être clair est également une clé du succès dans la mise en œuvre de vos activités.

Pour imaginer tout cela plus facilement, regardons un exemple de ce à quoi pourrait ressembler une liste d'activités si l'objectif de notre projet est d'"organiser un festival d'art de rue pour les jeunes", comme nous l'avons mentionné précédemment, ce qui, dans le détail, ressemble à ceci : En fonction de votre idée initiale (qui, bien sûr, est plus détaillée que dans cet exemple), vous savez déjà très bien ce que vous allez faire.

Notre objectif est d'amener au moins 30 jeunes artistes de rue, pratiquant la peinture murale et le graffiti, à participer au festival dans la ville de Dream. Ils y présenteront leurs talents lors de performances en direct qui attireront principalement un public jeune. De cette façon, les jeunes seraient encouragés à rejoindre la maison des jeunes et à y exprimer leurs talents également.

Imaginons que nous disposions déjà d'un budget spécifique, de contacts avec la mairie (pour obtenir toutes les autorisations nécessaires) et que nous connaissions déjà au moins 20 jeunes artistes de rue qui se joindraient à l'événement. Notre organisation dispose également de toutes les ressources humaines nécessaires. Tout ce qu'il nous reste à faire, c'est de mettre tout cela en œuvre. Notre liste d'activités principales pourrait donc ressembler à ceci :

1. **Rassembler l'équipe d'artistes de rue** – une certaine personne ou une équipe doit contacter les 20 artistes de rue et convenir avec eux de leur participation à l'événement. L'équipe travaille également à rassembler les contacts de 10 autres artistes de rue qui seraient intéressés par l'événement. Cette équipe est également chargée de maintenir la communication avec les 30 artistes sélectionnés.
2. **Assurer l'accessibilité des espaces pour le festival** – en discutant avec les représentants de la ville, établissez une carte des espaces accessibles pour les artistes de rue et créez la liste, qui utilise quels espaces et combien de mètres carrés pourraient être utilisés pour chaque artiste. Les personnes travaillant sur cette activité doivent également obtenir toutes les autorisations nécessaires.
3. **Préparer les conférences et ateliers** – le festival des arts de rue comprend également des activités supplémentaires encourageant la mobilisation des jeunes. Dans le cadre de cette activité, le plan détaillé de chaque activité est

- développé, y compris les sujets des conférences, la liste des invités et toute la logistique autour de ces activités.
4. **Préparer le programme** – le programme réel avec les dates et heures des activités est élaboré en fonction de la disponibilité des espaces et des personnes participant à l'événement.
 5. **Communiquer sur l'événement au public** – le large public est informé de l'événement par différents canaux, y compris les médias locaux (comme les journaux et la télévision) et les réseaux sociaux. Cela comprend l'élaboration de supports tels que des affiches et des dépliants et leur distribution.
 6. **Organiser le festival d'art de rue** – organiser toute la logistique autour du festival, coordonner le bon déroulement, etc..

Cette liste d'activités identifie les plus grandes tâches à accomplir. Chacune de ces activités peut être subdivisée en de nombreuses tâches différentes, ce qui permet de planifier chacune d'entre elles de manière plus détaillée. Ces tâches spécifiques peuvent consister à organiser des réunions avec les autorités, à préparer des listes de diffusion et des campagnes sur les réseaux sociaux ou à préparer des invitations pour les intervenants de la conférence. Vous pouvez utiliser exactement le même principe pour subdiviser chaque activité et la diviser en tâches plus petites. Cela vous permettra de suivre de près ce qui doit être fait et de vous rapprocher de votre objectif étape par étape.

La liste d'activités nous permet également d'attribuer des tâches à d'autres personnes, car les délimitations du début et de la fin d'une tâche sont clairement définies.

Les jalons ressemblent beaucoup aux activités et parfois un jalon dans votre projet pourrait correspondre à la finalisation d'une de vos activités. Par exemple, une liste des artistes de rue qui participeront à votre festival. L'activité elle-même demande du temps et du travail, y compris la communication, la recherche et la coordination, mais la liste finale confirmée serait votre jalon - quelque chose que vous avez réalisé dans votre projet. Cependant, contrairement aux activités, les jalons n'ont pas de date de début et de fin, ils marquent plutôt une réalisation spécifique dans votre parcours - c'est comme

dire : "Vous avez déjà parcouru x kilomètres et il vous reste x kilomètres à parcourir" (PMBOK, 2016).

Calendrier des activités et échéances

Chaque projet dispose d'un temps défini pour sa mise en œuvre et, afin de bien gérer votre temps, vous devez savoir quand les activités doivent avoir lieu. C'est là que la liste d'activités préparée au préalable devient très pratique. Elle facilite la création d'un calendrier des activités, qui inclut toujours la date de début et de fin (ou la date limite) de chaque activité dans le calendrier global du projet. L'une des formes les plus simples pour présenter ce calendrier d'activités est un graphique, également connu sous le nom de diagramme de Gantt (PMBOK, 2016).

Le diagramme de Gantt liste les activités sur le côté gauche (verticalement - l'une sous l'autre). Les dates sont listées horizontalement. La durée des activités est représentée par une barre dans la ligne de chaque activité. La longueur de la barre indique la durée de l'activité. Pour mieux imaginer, plaçons nos activités listées précédemment dans le diagramme de Gantt. Pour cela, vous pouvez utiliser tout document ou outil que vous trouvez pratique. Cependant, n'oubliez pas qu'il doit être facilement modifiable, au cas où vous souhaiteriez apporter des changements.

		2023											
		Période 1						Période 2					
ACTIVITES		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Rassembler l'équipe d'artistes de rue												
2	Assurer l'accessibilité des espaces pour le festival												
3	Préparer des conférences et des ateliers												
4	Préparer le programme												
5	Communiquer sur l'événement au public												
6	Organiser le festival d'art de rue												

Comme vous pouvez le constater, notre projet dure un an - du 1er janvier 2023 à la fin du mois de décembre 2023. Cela signifie que nous commencerons par les activités au début de l'année et que la dernière activité aura lieu à la fin du projet. Le cas illustré

montre que certaines de vos activités peuvent se chevaucher, comme les activités 1 et 2 ou 5 et 6, mais certaines de vos activités peuvent également se dérouler simultanément ou être répétées tout au long de la période du projet avec quelques écarts. Vous devez vous assurer que l'outil utilisé reflète bien ce que vous faites et vous donne autant de précision que nécessaire dans la programmation des activités.

Si votre projet est plus court, vous pouvez tenir compte des semaines ou répartir les tâches par jours, plutôt que par mois. Cela vous permettra d'être plus précis et de gérer les éventuels retards. Vous pouvez également utiliser différentes couleurs dans le tableau pour marquer les activités lorsqu'elles sont terminées ou en retard. En connaissant vos ressources et votre personnel, vous devriez être en mesure d'anticiper le temps nécessaire à la réalisation de chacune des activités. Si votre projet est long et que vous disposez de plus de temps, vous pouvez prolonger chaque activité, en donnant un peu plus de temps pour gérer les problèmes imprévus ou prévoir des périodes telles que les vacances du personnel. Si vous constatez que le projet avance bien, vous pouvez toujours prendre un peu plus de temps pour travailler sur certaines tâches ou communiquer avec les jeunes !

2.4.2 Évaluation des actions supplémentaires et des améliorations possibles

Tout projet évolue et change en fonction des circonstances. Il est parfois possible de prévoir certains de ces changements ou de les anticiper (comme un changement de personnel dans votre organisation), mais parfois c'est impossible (comme une pandémie de COVID-19, qui a changé toutes les activités dans le monde). S'il est bon de recenser ces menaces potentielles dans votre analyse des risques, il est encore plus crucial d'évaluer correctement votre projet afin de pouvoir vous adapter aux changements et de déterminer les prochaines étapes à suivre.

Chaque évaluation est très différente et vous devez en faire une sur mesure qui convienne le mieux à votre projet et à votre équipe. Cela dépend aussi de ce que vous évaluez exactement. Lors de l'évaluation, vous pouvez travailler avec des sources primaires et secondaires. Les sources primaires comprennent la collecte de données auprès des personnes impliquées dans le projet, c'est-à-dire les parties prenantes. Cela peut prendre différentes formes, comme des discussions en groupe ou des entretiens

individuels. Cela peut également se faire par le biais d'enquêtes. Les données secondaires sont le travail réalisé par votre équipe, c'est-à-dire tout matériel écrit ou graphique (comme une affiche pour annoncer le festival d'art de rue) ou votre présence dans les réseaux sociaux. En procédant à une évaluation, vous devriez récolter les deux types de données - qualitative et quantitative (Levine, 2015). Vous obtiendrez ainsi une image plus complète.

Il existe plusieurs façons d'aborder l'évaluation (Dobbs, 2015) :

- Recueillir des informations sur les réalisations et les comparer à vos objectifs initiaux.
- Effectuer un feedback auprès de l'équipe de projet et des parties prenantes.
- Poser des questions - qu'est-ce qui a bien marché ? Qu'est-ce qui aurait pu être mieux fait ? En quoi les actions ont-elles divergé du plan ? Pourquoi ?
- Employer un évaluateur indépendant.

Les trois premières options sont les plus utilisées pour les projets à petite échelle et généralement plutôt dans l'environnement des ONG. Elles nous permettent de réaliser l'évaluation en interne, en utilisant nos propres ressources et en évitant les coûts nécessaires pour les évaluateurs externes. Cependant, il est important de noter que l'évaluation externe est parfois nécessaire, en fonction de la source de financement de votre projet et des exigences qui sont fixées. Cependant, dans l'environnement du travail de jeunesse, il est très peu probable que cela se produise.

En général, cependant, vous commencerez par poser différentes questions (comme celles figurant dans le nuage ci-dessous) et structurerez vos réponses par rapport aux objectifs fixés au départ. Structurer le processus d'évaluation est bénéfique et, en commençant à poser ces questions, vous devriez vous fixer des critères d'évaluation à prendre en considération, tels que l'expérience et l'expertise du personnel, les dates de livraison, l'adéquation de l'approche de la tâche et d'autres normes similaires (PMBOK, 2016).



Vous pouvez également mettre en place des procédures internes pour évaluer l'avancement du projet au sein de votre équipe. Les enquêtes sont un outil très utile pour cela. Vous pouvez en créer une vous-même sous format papier si vous souhaitez faire une évaluation sur place après l'événement (par exemple, vous souhaitez obtenir le feedback des participants qui ont assisté à la conférence avec l'artiste de rue, vous pouvez donc distribuer les formulaires sur place et préserver l'anonymat des personnes qui les remplissent) ou utiliser des outils accessibles en ligne, qui enregistreront les réponses de chacun, permettront aux personnes de participer à l'enquête en ligne et vous fourniront des statistiques (plus adapté à l'évaluation interne ou aux événements qui se déroulent en ligne - comme les webinaires).

Dans certaines situations, une discussion en personne pourrait être plus bénéfique (si l'événement ne comprend pas beaucoup de parties prenantes, par exemple), que des questionnaires. Il est probable que vos répondants soient désintéressés et fatigués ou qu'ils remplissent simplement le questionnaire par simple sentiment du devoir de le faire (Krosnick et Presser, 2009). En recherchant un feedback de qualité, vous devez y

réfléchir. Lorsque vous recueillez le feedback des jeunes, vous devez garder à l'esprit leur intérêt et anticiper le type de feedback qu'ils préféreraient.

C'est une bonne pratique que de procéder à une évaluation pour chaque activité que vous réalisez (c'est là que la liste d'activités et les jalons sont très utiles). Cela vous permettra de suivre votre processus et de vous concentrer sur ce qui pourrait être amélioré.

En fin de compte, toutes les évaluations recueillies doivent être rassemblées dans un rapport qui, en fonction de la durée du projet et des tâches impliquées, peut être périodique ou réalisé une seule fois - après la fin du projet. Il s'agira d'un document utile à partager avec vos parties prenantes et pour évaluer les leçons apprises (Dobbs, 2015).

EXEMPLES D'ANALYSE

Dans cette partie, nous vous présentons 12 projets différents autour de l'engagement des jeunes. Il s'agit d'initiatives provenant de toute l'Europe, y compris de petits projets locaux et de collaborations internationales. Les informations que nous fournissons concernent tous les aspects principaux décrits dans la partie plan d'action de ce guide. Les initiatives que nous partageons ci-dessous peuvent servir d'inspiration ou de bonnes pratiques pour vos projets et vous aider à voir les différentes manières de s'engager avec les jeunes.

EUROTHON – European Hackathon: shaping youth ideas on the future of Europe (Projet ERASMUS+)

Année de réalisation :

21/12/2020-30/11/2022

Site web du projet

<https://eurothon4youth.eu/>

Pays participants

Italie (Coordinateurs) ; Belgique ; Chypre ; Espagne ; Grèce ; Roumanie

Groupe cible et nombre de participants mobilisés

Le groupe cible du projet EUROTHON est constitué de jeunes âgés de 18 à 30 ans et de militants d'ONG, d'organisations de jeunesse ou d'organisations de la société civile au sens large. En outre, les jeunes qui souhaitent jouer un rôle plus actif en tant qu'influenceurs de l'UE/ambassadeurs culturels en leur qualité de citoyens européens sont particulièrement intéressés.

Contexte du projet

Le projet EUROTHON vise à lutter contre le faible niveau de participation des jeunes aux processus démocratiques en élargissant et en renforçant l'engagement civique et la participation des jeunes non seulement aux niveaux local et national mais aussi au niveau international. Cet objectif est atteint

grâce à leur participation active au programme de formation qui aura une approche centrée sur les étudiants/jeunes et orientée vers l'action. Le programme de formation comprendra des modules de formation sur divers aspects de la citoyenneté active, notamment les valeurs et l'histoire européennes, la participation démocratique, l'entrepreneuriat social et les questions environnementales.

Plus précisément, même si la participation à la vie démocratique est réduite au fait de voter ou de se présenter aux élections, la Charte européenne révisée de la participation des jeunes à la vie locale et régionale stipule que "la participation et la citoyenneté active consistent à avoir le droit, les moyens, l'espace et la possibilité, et si nécessaire le soutien, de participer aux décisions et de les influencer et de s'engager dans des actions et des activités pour contribuer à l'édification d'une société meilleure". Dans ce contexte, la participation des jeunes est considérée comme une approche et une attitude dans la vie quotidienne qui permet aux jeunes d'exprimer leurs opinions, de s'impliquer, de prendre part au processus décisionnel à différents niveaux et de créer une société civile dynamique et participative.

Pour ce faire, ils doivent avoir une idée claire, ce qui fait actuellement défaut, des valeurs, des règles et du fonctionnement de la "vie" des institutions européennes.

Objectifs du projet

Le projet vise à renforcer la participation civique des jeunes en leur fournissant le bon type d'informations ainsi que des canaux et des outils pour amplifier leurs voix et les faire entendre. En outre, le projet vise à renforcer la participation civique des jeunes en développant leur sens de l'initiative, en particulier dans le domaine social et dans le soutien à leurs communautés.

Tout au long de sa mise en œuvre, le projet vise à accroître l'inclusion sociale des jeunes autour des concepts des valeurs européennes, tout en promouvant

la tolérance et l'acceptation de la diversité par le biais de dialogues interculturels.

Le projet est ancré dans le concept de "hackathon" en tant que programmation exploratoire et marathon ainsi qu'outil de mise en réseau, de partage de connaissances et de moments d'inspiration. En tant que tel, la portée générale de ce projet est l'organisation d'un "Eurothon", un événement européen axé sur l'Europe future : avec des débats sur les racines, les menaces et les horizons idéaux ; où nous explorons et discutons des valeurs et de l'histoire de l'Europe. Les jeunes de toute l'Europe peuvent se rencontrer, interagir et échanger leurs points de vue, etc.

Exécution du projet

Le projet a été mis en œuvre dans le cadre d'Erasmus+ et il appartenait au volet : "Coopération pour l'innovation et l'échange de bonnes pratiques - Partenariats stratégiques pour la jeunesse". Le projet a été mis en œuvre par un partenariat d'organisations (2 d'Italie, 1 de Grèce, 1 de Roumanie et 1 du Royaume-Uni) :

- FONDAZIONE INTERNAZIONALE DON LUIGI DI LIEGRO ONLUS (Italie)
- AZIENDA SANITARIA LOCALE ROMA 1 (Italie)
- MERSEYSIDE EXPANDING HORIZONS LIMITED (Royaume-Uni)
- IASIS (Grèce)
- CENTRUL PENTRU PROMOVAREA INVATARII PERMANENTE TIMISOARA ASOCIATIA (Roumanie)

Comment les besoins des parties prenantes du projet ont été évalués et traités.

Les concepteurs du projet ont pu évaluer les besoins des parties prenantes dans le cadre d'une enquête menée par les partenaires. Les résultats de l'enquête ont mis en évidence que la plupart des jeunes n'ont pas une idée claire des menaces sociales et environnementales actuelles ni des opportunités offertes, comme le secteur en pleine expansion des entreprises

sociales. Ainsi, le fait que les jeunes ne soient pas correctement informés de ces questions les empêche de participer activement aux processus qui façonnent l'état actuel et futur de leur pays. Ce projet répond au manque d'information sur ces questions en développant et en proposant un cours de formation sur la citoyenneté active et une ressource éducative ouverte contenant tout le matériel produit.

Comment le projet s'est impliqué avec les participants, quels outils et canaux ont été utilisés et pourquoi.

Jusqu'à présent, le projet s'est engagé auprès de ses participants par le biais du site web de l'[EUROTHON](#) ainsi que de ses réseaux sociaux, notamment [Facebook](#) et [Instagram](#). Ces plateformes sont utiles car elles sont les principaux outils de communication utilisés par les jeunes. De plus, les jeunes ne les utilisent pas seulement pour communiquer, mais aussi pour s'informer sur l'actualité quotidienne et pour trouver des personnes et des groupes partageant les mêmes idées et dont ils peuvent devenir membres.

Succès du projet. Pourquoi le projet a réussi et, dans le cas contraire, quels étaient les problèmes.

Au moment de la rédaction du présent document, le projet est toujours en cours de réalisation et il est donc prématuré de décider si le projet a été couronné de succès ou non.

YOUth workers PRoMoting MEntal health (YOUPROME)

Année de réalisation :

2019-2022

Site web du projet

<https://www.youpromeproject.eu/the-project-2/>

Pays participants

Italie, Grèce, Roumanie, Royaume-Uni

Groupe cible et nombre de participants mobilisés

Les groupes cibles du projet étaient les suivants :

- **Animateurs de jeunesse** : soit impliqués dans les parcours d'inclusion sociale des personnes ayant des problèmes de santé mentale, soit membres du personnel des institutions récréatives des agences/centres publics ou privés pour les jeunes, ou des organisations participantes.
- **Les jeunes ayant des problèmes de santé mentale** (bénéficiaires finaux).

Les deux groupes cibles ont été impliqués dans plusieurs phases du projet afin de maximiser l'impact que le programme aurait sur eux. Plus précisément :

- 75 éducateurs représentant différentes organisations ont été impliqués dans la phase de recherche du projet.
- 50 jeunes ayant des problèmes de santé mentale ont été impliqués dans des groupes de discussion pendant la phase de recherche du projet.
- 50 animateurs et 30 jeunes ayant des troubles de santé mentale ont été impliqués dans la phase de test des résultats du projet.

Contexte du projet

Le projet visait à relever les défis auxquels sont confrontés les jeunes présentant des troubles mentaux, tels que la stigmatisation, l'isolement et la discrimination, ainsi que le manque d'accès aux soins de santé et aux structures éducatives.

On constate que les éducateurs du monde entier ne sont pas conscients du fait que certains problèmes auxquels ils sont confrontés dans leur travail avec les jeunes sont dus à une maladie ou un trouble mental. En outre, les jeunes semblent réticents à l'idée de recourir à des soins de santé mentale professionnels.

Par conséquent, les éducateurs de jeunes doivent être correctement formés et éduqués pour pouvoir travailler avec des jeunes présentant des troubles de santé mentale. On considère que les éducateurs peuvent être des fournisseurs efficaces de soins de santé mentale puisqu'ils sont bien engagés avec les jeunes. En d'autres termes, YOUPROME aspire à renforcer le lien entre les jeunes et la santé mentale.

Objectifs du projet

L'objectif principal du projet était le développement des aptitudes sociales et des compétences émotionnelles des animateurs de jeunesse chargés de la santé mentale. En outre, le partenariat du projet a atteint les objectifs suivants:

- Mise à disposition de services novateurs en matière de soutien aux jeunes ayant des problèmes de santé mentale
- Collaboration proactive entre les animateurs et les familles des jeunes ayant des problèmes de santé mentale.
- Facilitation de l'inclusion sociale des jeunes confrontés à des problèmes de santé mentale.
- Intégration réussie des jeunes ayant des problèmes de santé mentale avec leurs pairs.

Exécution du projet

Le projet a été mis en œuvre dans le cadre d'Erasmus+ et il appartenait au volet : "Coopération pour l'innovation et l'échange de bonnes pratiques - Partenariats stratégiques pour la jeunesse". Le projet a été mis en œuvre par un partenariat d'organisations (2 d'Italie, 1 de Grèce, 1 de Roumanie et 1 du Royaume-Uni) :

- FONDAZIONE INTERNAZIONALE DON LUIGI DI LIEGRO ONLUS (Italie)
- AZIENDA SANITARIA LOCALE ROMA 1 (Italie)
- MERSEYSIDE EXPANDING HORIZONS LIMITED (Royaume-Uni)
- IASIS (Grèce)
- CENTRUL PENTRU PROMOVAREA INVATARII PERMANENTE TIMISOARA ASOCIATIA (Roumanie)

Comment les besoins des parties prenantes du projet ont été évalués et traités.

Pour atteindre les objectifs du projet, le partenariat a travaillé à la création d'un manuel spécifique comprenant des concepts de base, des définitions et des approches méthodologiques novatrices visant à responsabiliser les travailleurs jeunesse dans leur travail et leur vie personnelle. Conformément au manuel, le partenariat du projet a développé une boîte à outils comprenant un ensemble d'activités pratiques destinées aux travailleurs de jeunesse travaillant avec des jeunes confrontés à des problèmes de santé mentale.

Tout le matériel créé tout au long du projet a été téléchargé sur une ressource éducative libre en ligne à laquelle tout le monde peut accéder. Plus spécifiquement, les éducateurs, les formateurs et les jeunes praticiens qui cherchent à élaborer leurs connaissances dans un domaine spécifique peuvent profiter du matériel éducatif synthétisé.

Cette initiative a également permis de renforcer l'autonomie et le bien-être de la communauté locale.

Comment le projet s'est impliqué avec les participants, quels outils et canaux ont été utilisés et pourquoi.

Le projet a réussi à impliquer les participants pendant toute la durée du programme en les faisant participer directement aux activités prévues. En outre, le partenariat du projet a constamment testé les résultats du projet pour les adapter aux besoins des animateurs. L'implication des animateurs dans les processus d'évaluation était également un engagement important. Des séminaires ont également été organisés avec des participants issus des différents groupes cibles ainsi que des professionnels, des parties prenantes, des décideurs, des responsables politiques et des fournisseurs de prêts éducatifs.

Les canaux qui ont été utilisés pour faciliter l'engagement des participants sont les suivants :

- le site web des projets et des organisations
- des opportunités de discussion dédiées telles que des sessions d'information, des démonstrations
- séminaires nationaux et conférence transnationale : <https://www.youtube.com/watch?v=pT71v04sjE>
- matériel écrit ciblé tel que des articles
- réseaux sociaux : <https://www.facebook.com/YouProMe/>
- présentation lors d'événements publics locaux/régionaux/nationaux/européens
- envoi régulier d'informations aux contacts et réseaux existants

Le public ciblé par les activités de diffusion du projet YOUPROME était le suivant :

- les associations travaillant avec des animateurs de jeunesse dans le domaine du sport, de l'art, de la culture, etc ;
- enseignants, formateurs, experts ou praticiens dans le domaine de la jeunesse ;

-
- praticiens, experts et organisations dans le domaine de la santé mentale ;
 - maisons de jeunes, centres quotidiens de santé mentale et autres organisations intéressées au niveau local, régional, national ;
 - la presse et les médias au niveau local, régional, national et européen.

Succès du projet. Pourquoi le projet a réussi et, dans le cas contraire, quels étaient les problèmes.

La réussite du projet réside dans le fait que les organisations partenaires ont réussi à coopérer de manière harmonieuse malgré les différences et les difficultés rencontrées (caractéristiques culturelles diverses, Covid-19).

Cette initiative a été précieuse non seulement pour les travailleurs de jeunesse et les jeunes confrontés à des problèmes de santé mentale, mais aussi pour les membres du personnel des organisations, car ils ont eu l'occasion de renforcer leurs compétences sociales et émotionnelles et d'élargir leurs connaissances en matière de santé mentale. Au cours de la mise en œuvre du projet, une session pilote avec des patients atteints de troubles mentaux a été menée pour tester l'efficacité des activités créées.

La conférence finale, qui s'est tenue en Italie, a été une expérience extraordinaire pour les participants, car elle leur a permis de mieux comprendre la santé mentale des jeunes et le travail de jeunesse en Europe.

Un autre point fort de YOUPROME a été la mise au point d'une boîte à outils conviviale qui a permis aux participants de reproduire très facilement l'expérience.

Fondé sur le principe de "la jeunesse au service de la jeunesse", le projet a donné aux jeunes les outils et l'inspiration nécessaires pour investir dans le domaine de la santé mentale et le promouvoir.

Informations supplémentaires



"Before this experience, mental health was a bit of an exotic topic for me. Working on the YouProMe project has completely changed my outlook on the importance of this topic. I realize how much I have grown through this project - it has been a personal journey that has allowed me to grow."

Maria, Youth Worker.



CLOSING THE GAP



Silvia, 24 years old, Clinical Psychologist

“ Thanks to hippotherapy, we offer a new experience to young people with mental discomforts: with this opportunity, they finally are the ones who take care of and focus on another living being. Theory is not enough to offer them concrete help: we need contact, relationships and new and challenging activities for everyone.”



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

STUN - Social Transitory Use Network

Année de réalisation :

1 juin 2019 - 31 janvier 2020

Site web du projet

<https://stuneurope.org/>

Pays participants

Belgique, Autriche, France, Lettonie, Danemark, Angleterre et Allemagne.

Groupe cible et nombre de participants mobilisés

Le projet a ciblé des organisations de jeunesse urbaines à but non lucratif, travaillant sur l'utilisation transitoire des bâtiments avec les jeunes comme bénéficiaires finaux.

Contexte du projet

Les villes européennes sont confrontées à des problèmes de surpopulation, et pourtant, il y a encore beaucoup de bâtiments vacants et inutilisés. Ces bâtiments peuvent souvent être réimaginés et réaffectés pour servir et construire les communautés.

C'est l'objectif des différentes organisations à but non lucratif, engagées dans le projet STUN et travaillant dans les principales villes européennes, qui donnent l'occasion aux jeunes ayant diverses initiatives d'occuper les espaces "rénovés" et de les utiliser comme "laboratoires urbains" pour mettre en œuvre leurs idées. Les activités varient et couvrent de nombreux domaines, notamment les domaines prioritaires de l'UE, tels que la mobilité verte, la démocratie horizontale, le recyclage, etc. Ce sont également des sujets qui concernent en grande partie la population jeune vivant dans les villes. Le regroupement de ces initiatives permet également de rassembler des jeunes partageant les mêmes idées, ce qui accroît l'engagement et la participation des

jeunes à la vie de leur quartier, pour finalement créer des communautés fortement liées.

Objectifs du projet

L'un des principaux objectifs de ce projet était de créer un réseau autour de l'urbanisme transitoire social (STU), qui permettrait de partager les meilleures pratiques dans le domaine (sur des sujets tels que la gestion communautaire, la participation et l'engagement des jeunes, les meilleures approches techniques de la rénovation, les mesures de sécurité, les négociations avec les municipalités et les propriétaires de bâtiments, le cadre juridique du STU) et de sensibiliser à l'urbanisme transitoire, ainsi que de collaborer à de futurs projets. Ce travail a été facilité par la création d'un site web STUN contenant des informations sur le réseau lui-même et le CAMP STUN - une activité pour différentes organisations travaillant également sur les STU.

Exécution du projet

Qui mettait en œuvre le projet, comment les responsables étaient-ils choisis, quelles étaient leurs responsabilités réelles et comment étaient-elles réparties?

Sept organisations sans but lucratif de pointe ont participé au projet STUN :

- - Communa (coordinateur du projet, Belgique) ;
- - Free Riga (Lettonie) ;
- - Yes We Camp (France) ;
- - Paradocks (Autriche) ;
- - Planungsbüro für Urbane Transformation (Allemagne) ;
- - Meanwhile Space (Royaume-Uni) ;
- - Institut for (X) (Danemark).

Ces mêmes partenaires ont également constitué le noyau du réseau STUN.

Comment les besoins des parties prenantes du projet ont été évalués et traités.

L'urbanisme transitoire est de plus en plus connu et de plus en plus populaire dans les villes d'Europe. Cependant, il existe toujours un besoin de sensibilisation afin d'augmenter l'impact des activités STU au niveau international et d'influencer l'élaboration des politiques sur le sujet. Cela permet de créer l'accès à de nombreux sites d'utilisation transitoire et d'y faire participer les gens.

Pour y parvenir, les partenaires du projet ont organisé STUN CAMP pour diverses organisations (plus de 20 organisations de toute l'Europe ont participé au projet) travaillant dans le domaine, qui ont apporté des idées d'ateliers, qui ont été facilitées par le partenariat du projet. Trois événements de partage des bonnes pratiques ont été organisés entre les partenaires et un manuel sur la "réutilisation durable et circulaire des espaces et des bâtiments" a été créé et publié comme un outil destiné à aider les initiatives similaires, les citoyens ou les villes.

Comment le projet s'est impliqué avec les participants, quels outils et canaux ont été utilisés et pourquoi.

Les principaux outils d'engagement du projet étaient les réseaux existants des organisations partenaires et leurs canaux de communication privés. Le projet disposait également de pages Facebook et Instagram, mais leur maintenance après la fin du projet s'est avérée difficile.

Succès du projet. Pourquoi le projet a réussi et, dans le cas contraire, quels étaient les problèmes.

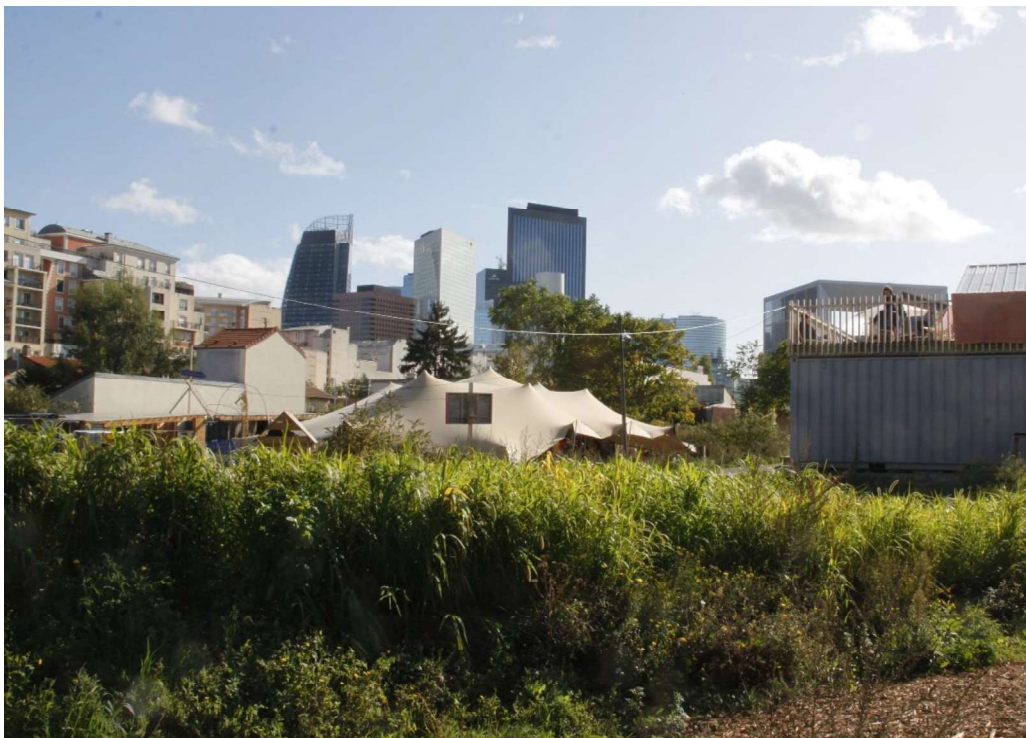
L'équipe du projet a atteint tous les objectifs principaux avec beaucoup de succès, en mobilisant plus de 20 autres organisations dans l'activité du camp STUN. Un solide réseau de STUN a été créé, la collaboration entre les membres du réseau se poursuivant jusqu'à ce jour, notamment par le biais de diverses visites et de collaborations plus restreintes du personnel. Le réseau développe également d'autres idées pour poursuivre l'initiative sous l'égide de

différents programmes de financement de l'UE, tels que Creative Europe (selon l'entretien avec Antoine Dutrieu de COMMUNA, le coordinateur du projet).

Informations supplémentaires

Crédit photo : Méli ssande Boyer

Camp STUN à Paris, 2019





Growing Together (Programme Erasmus+)

Année de réalisation :

2019-2021

Site web du projet

Section "Grandir ensemble" sur le site web européen des Amis de la Terre :
<https://youngfoee.eu/growing-together/>

Pays participants

Irlande, Malte, Danemark, Estonie, Chypre (les organisations de Jeunes Amis de la Terre dans ces pays).

Groupe cible et nombre de participants mobilisés

Le groupe cible de "Grandir ensemble" est constitué de jeunes Européens, en particulier ceux qui vivent dans les zones rurales.

Contexte du projet

Les principales questions ciblées par le projet "Grandir ensemble" ont été les modes de production, de consommation et de distribution de notre alimentation, car il s'agit d'une question qui a un impact direct sur la vie des jeunes Européens. Néanmoins, la conversation autour de la production, de la consommation et de la distribution de nourriture laisse rarement la place à la voix des jeunes. Par conséquent, ce projet visait à donner la parole aux jeunes, et en particulier à ceux des zones rurales, qui sont le plus directement touchés par notre système alimentaire. Il a également encouragé les jeunes à s'engager activement dans les débats politiques cruciaux qui entourent la production alimentaire et son avenir, ainsi que dans d'autres débats plus larges sur l'avenir de l'Europe.

Objectifs du projet

Plus précisément, le projet "Grandir ensemble" visait à accroître la participation démocratique et l'engagement civique des jeunes qui risquent

d'être marginalisés en raison du développement non durable de l'agriculture et de l'élaboration de politiques relatives à la souveraineté alimentaire. Ceci a été fait en augmentant la coopération entre les organisations de jeunesse, les jeunes ruraux et les institutions décisionnelles. En pratique, l'objectif du projet était d'offrir des possibilités de formation aux jeunes des pays participant au projet. Ce faisant, il s'agissait de développer les compétences spécifiques ainsi que les connaissances approfondies nécessaires pour que les jeunes ruraux puissent s'organiser efficacement autour des questions de souveraineté alimentaire et des solutions politiques et pratiques possibles qui permettraient d'aborder ces questions aux niveaux local, national et international.

Exécution du projet

Le projet "Grandir ensemble" a été mis en œuvre dans le cadre du programme Erasmus+ de l'Union européenne dans six pays européens différents par leurs organisations respectives des Amis de la Terre. Ces organisations ont notamment :

- Les Amis de la Terre Chypre
- Les Amis de la Terre Malte
- Les Amis de la Terre Danemark
- Les Amis de la Terre Estonie
- Les Amis de la Terre Irlande
- Les Amis de la Terre Europe

Comment les besoins des parties prenantes du projet ont été évalués et traités.

Les concepteurs du projet "Grandir ensemble" ont reconnu les dangers de la marginalisation et de l'aliénation des jeunes dans les domaines de la production, de la consommation et de la distribution de nourriture, leurs voix étant exclues de ces importantes conversations. Ils ont donc conçu un projet

qui redonne le pouvoir aux jeunes, en leur permettant de participer à des conversations sur la politique agricole.

Comment le projet s'est impliqué avec les participants, quels outils et canaux ont été utilisés et pourquoi.

Le projet s'est engagé avec ses participants par le biais des différents sites web des Jeunes Amis de la Terre des pays partenaires qui ont diffusé du matériel sur "Grandir ensemble". En outre, les partenaires se sont associés aux participants par le biais des comptes de réseaux sociaux de leurs organisations, à savoir Facebook, Instagram, ainsi que par leur chaîne YouTube, où des vidéos liées au projet ont été publiées. Ces canaux ont été utiles dans chaque contexte national, car le groupe cible spécifique utilise fréquemment toutes ces plateformes pour trouver des informations et se connecter socialement avec des personnes et des causes qui l'intéressent.

Succès du projet. Pourquoi le projet a réussi et, dans le cas contraire, quels étaient les problèmes.

Le projet a réussi à mettre en œuvre plus de 150 activités de diffusion aux niveaux local et national, qui ont finalement impliqué et responsabilisé au moins 3 300 jeunes des communautés rurales. En outre, il y a eu plus de 30 activités de diffusion à grande échelle, telles que des campagnes sur les réseaux sociaux, des événements, la présentation des activités du projet lors de festivals et d'autres rassemblements à grande échelle. En outre, le projet a mis en œuvre des ateliers sur l'environnement avec ses groupes cibles.

Informations supplémentaires

Les Amis de la Terre - Chypre - <https://www.foecyprus.org/projects/>

Lien vers les vidéos YouTube créées aux fins du projet :

<https://youtu.be/7S7LHk1kkY>



ACTin'YouTH **(Intercultural communication for social inclusion of young people through Theatre workshops)**

Année de réalisation :

2021-2023

Site web du projet

<https://www.actinyouth.eu/>

Pays participants

Pays-Bas, Italie, Bulgarie, Portugal, Grèce, Espagne.

Groupe cible et nombre de participants mobilisés

Les groupes cibles de l'action sont principalement les jeunes et les animateurs jeunesse.

- GROUPE CIBLE DIRECT : Animateurs jeunesse de 6 pays différents formés aux méthodologies de communication interculturelle et basées sur le théâtre du projet ACTin'YouTH.
- GROUPE CIBLE INDIRECT : Jeunes venant de différents milieux culturels, participant à des activités locales et interagissant avec d'autres jeunes.

Contexte du projet

L'objectif principal d'ACTin'YouTH est de lutter contre la discrimination et l'exclusion sociale. Les organisations de jeunesse et les animateurs jeunesse jouent un rôle clé dans la réduction des inégalités, car ils sont réceptifs aux approches innovantes et intégrées.

Le projet vise à renforcer les compétences interculturelles des éducateurs jeunesse à l'aide de méthodologies théâtrales destinées à créer des ateliers de théâtre locaux pour l'inclusion sociale des jeunes qui risquent l'exclusion sociale. En fait, les animateurs jeunesse sont également formés dans le

domaine de la communication non violente et de la résolution des conflits afin de développer leurs compétences en matière de communication.

Toutes les compétences acquises sont utilisées lors de la mise en œuvre d'ateliers de théâtre locaux et mixtes.

Objectifs du projet

ACTin'YouTH est basé sur la stratégie de l'UE pour la jeunesse 2019-2027 et vise donc à donner aux jeunes participants un rôle central dans le cycle de vie global du projet en engageant, connectant et responsabilisant à la fois les jeunes et les organisations/éducateurs jeunesse.

Les objectifs du projet sont :

- Développer un cours de formation basé sur le théâtre pour améliorer les compétences interculturelles et les aptitudes sociales des animateurs jeunesse.
- Organiser des ateliers locaux de théâtre interculturel et des activités en ligne connexes.
- Créer une "performance numérique" finale coopérative
- Développer une plateforme interactive collaborative et des outils
- Produire un manuel méthodologique avec une collection d'études de cas basées sur des expériences locales.

Exécution du projet

Le projet a été mis en œuvre dans le cadre d'Erasmus+ et il appartenait au volet : "Coopération pour l'innovation et l'échange de bonnes pratiques - Partenariats stratégiques pour la jeunesse". Le projet a été mis en œuvre par un partenariat d'organisations :

- Stichting CWM Education
- Associazione Culturale Smascherati!

-
- SDRUZHENIE WALK TOGETHER
 - ASSOCIACAO CHECK-IN - COOPERACAO E DESENVOLVIMENTO
 - IASIS
 - COLECTIC SCCL

Comment les besoins des parties prenantes du projet ont été évalués et traités.

Pour atteindre les objectifs du projet, les organisations impliquées travaillent au développement d'une plateforme interactive qui restera disponible une fois le projet terminé en tant que référentiel de bonnes pratiques. La plateforme est l'environnement numérique dans lequel les jeunes, sous la direction d'animateurs jeunesse, développent, à partir des données fournies par les sessions d'éducation non formelle, une représentation théâtrale ouverte, transnationale et collaborative en ligne :

- L'élaboration d'un manuel qui compile les résultats du projet. Il contribuera à la diffusion du matériel au niveau national et international, en particulier auprès des organisations de jeunesse et des autorités publiques qui souhaitent créer des ateliers interculturels locaux visant à l'inclusion sociale des jeunes.
- Le développement d'un réseau virtuel comprenant des organisations, des associations, des groupes de jeunes informels travaillant avec le théâtre et les arts du spectacle comme outils d'inclusion sociale et de dialogue interculturel.
- L'internalisation de la méthodologie créée qui est testée, qualifiée et reconnue dans un contexte transnational.

Comment le projet s'est impliqué avec les participants, quels outils et canaux ont été utilisés et pourquoi.

Les participants engagés dans des ateliers de théâtre mixte et local produisent des matériaux qui sont utilisés pour créer une "performance numérique"

finale qui sera présentée comme résultat du projet lors d'événements multiplicateurs ainsi que dans des espaces de connexion virtuels.

Canaux utilisés pour diffuser les résultats du projet :

- plateforme multi-modulaire
- les réseaux sociaux de chaque organisation (page Facebook, LinkedIn, compte Instagram)
- événements

Succès du projet. Pourquoi le projet a réussi et, dans le cas contraire, quels étaient les problèmes.

La force du projet :

Grâce à la participation active aux activités de l'atelier de théâtre, les jeunes migrants, réfugiés, demandeurs d'asile et membres de minorités ethniques deviennent de "jeunes acteurs interculturels pour l'inclusion sociale", ce qui améliore considérablement leur confiance en eux et leur motivation, ainsi que l'acquisition de compétences et de connaissances pertinentes sur les valeurs européennes et les différentes cultures.

De plus, grâce à la plateforme virtuelle interactive, tous les participants ont une opportunité supplémentaire d'interagir, d'échanger des idées, des matériaux et de produire une création numérique commune finale.

Informations supplémentaires

Vidéo sur les attentes d'éducateurs jeunesse vis-à-vis du projet :

<https://www.youtube.com/watch?v=rg459V0qjpo>

Développement d'une PISQ (Petite Infrastructure Sociale de Quartier)

Année de réalisation :

Décembre 2016 - octobre 2017

Site web du projet

<https://www.cabougedansnotrecommune.be/project/sombreffe/>

Pays participants

Belgique

Groupe cible et nombre de participants mobilisés

Le projet a ciblé principalement les jeunes de 15 à 26 ans vivant dans la municipalité. Les groupes cibles secondaires étaient les enfants, qui ont bénéficié de certaines des activités organisées.

Contexte du projet

La commune de Sombreffe a une superficie de 35,78 km² et est située dans la Province de Namur. Sombreffe est composée de 4 entités à tendance plutôt rurale : Boignée, Ligny, Sombreffe et Tongrinne. La commune compte 8.422 habitants dont 3.245 ont entre 0 et 25 ans. Cela représente plus de 38% de la population de la commune. Même si ce chiffre comprend des enfants, il s'agit d'un facteur potentiel de croissance de la jeunesse à l'avenir, ce qui montre la nécessité de faire participer les jeunes vivant dans les zones rurales à davantage d'activités et de leur donner des moyens d'expression.

Objectifs du projet

Le projet avait 3 objectifs principaux :

- Créer un lieu d'échange pour les jeunes, de rencontre avec d'autres jeunes et encourager l'écoute des jeunes. Cet objectif répond à un thème spécifique de la politique locale de jeunesse : les lieux de rencontre pour les jeunes.

-
- Augmenter la participation des jeunes et les initiatives des jeunes.
 - Encourager l'innovation, la création et la réalisation de projets de jeunes.

Exécution du projet

Le projet a été mis en œuvre avec le soutien du Carrefour Régional et Communautaire de Citoyenneté et de Démocratie, dans le cadre de la réflexion sur la mise en œuvre des politiques jeunesse au niveau régional. Le projet a été réalisé par la municipalité de Sombreffe, située en Wallonie, Belgique, qui a impliqué 3 parties dans la mise en œuvre du projet : les jeunes locaux (15-26 ans), les agents administratifs (de la municipalité) et des tiers (sponsors et associations).

Comment les besoins des parties prenantes du projet ont été évalués et traités.

La technique choisie par la municipalité pour répondre aux besoins des jeunes ciblés était basée sur la collaboration et le dialogue. Par conséquent, une consultation publique a été menée en plusieurs étapes. De nombreuses réunions ont eu lieu au cours desquelles la municipalité a consulté les jeunes et d'autres acteurs afin de répondre aux besoins des bénéficiaires du projet.

Décembre 2016 :

Première rencontre entre le coordinateur et les responsables "jeunes et municipalité" pour discuter du projet. Rencontre entre le coordinateur et le responsable "jeunesse" pour signer une convention de partenariat définissant les rôles et missions de chacun.

Janvier - Février - Mars 2017 :

Rédaction de questionnaires pour recueillir l'avis des jeunes, des acteurs de la jeunesse et des responsables de l'administration de la municipalité.

Avril 2017 :

Réunion avec l'ensemble des partenaires jeunesse et distribution des questionnaires aux acteurs de terrain.

Envoi d'un courrier aux différents acteurs communaux avec une présentation du projet et le questionnaire qu'ils devaient remplir et renvoyer.

Mai 2017 :

Retour des questionnaires, analyse des réponses, préparation des rapports.

Juillet 2017 :

Rencontre entre les acteurs publics et les jeunes afin de prioriser et de dégager un plan d'action commun pour la suite. Les 4 thèmes qui ont été travaillés (ceux qui sont ressortis des réponses aux questionnaires) : les lieux de rencontre pour les jeunes, les espaces publics pour les jeunes, la participation des jeunes et le dialogue avec les autorités, et les activités pour les jeunes.

Août 2017 :

Création de carte mentale - la synthèse de la consultation (feedback des questionnaires et atelier avec les jeunes). Le résultat est la nécessité d'établir une maison des jeunes.

Septembre 2017 :

Rédaction de la charte d'engagement pour une politique locale de jeunesse plus participative.

Octobre 2017 :

Sombreffe Youth Festival et une signature de la charte par toutes les parties.

Comment le projet s'est impliqué avec les participants, quels outils et canaux ont été utilisés et pourquoi.

Comme les municipalités ont plus d'accès et d'outils pour améliorer la visibilité des projets et des actions menées par elles-mêmes, cela a mis la visibilité du projet à son avantage. Le projet a été promu par les canaux officiels de la municipalité, la distribution de flyers et a également été présenté dans les réseaux sociaux - page Instagram, qui a été spécialement créée pour le projet et le partage des résultats (en tant que plateforme de médias sociaux préférée des jeunes), ainsi qu'une page Facebook officielle de la municipalité.

Succès du projet. Pourquoi le projet a réussi et, dans le cas contraire, quels étaient les problèmes.

Le projet a donné la priorité aux besoins des jeunes et a réussi à les évaluer et à créer un dialogue avec eux. Le principal résultat du projet a été la création d'un lieu pour la communauté des jeunes - une maison de jeunes. Le projet a mis en évidence l'importance du dialogue à travers les différentes activités et a surtout encouragé les jeunes à s'impliquer et à se faire entendre.

Informations supplémentaires

After-movie de la journée de la jeunesse à Sombreffe :

<https://www.youtube.com/watch?v=3-c9L8JCKYM>

Youth Power (UNDP Cyprus)

Année de réalisation :

2009-2011 (Phase 1);

2012-2013 (Phase 2)

Pays participants

Chypre

Groupe cible et nombre de participants mobilisés

Le groupe cible du projet Youth Power était constitué de jeunes âgés de 15 à 24 ans. Plus précisément, il a impliqué la participation de 12 organisations de jeunesse (chypriotes grecques et chypriotes turques). Au cours des deux phases, le projet a bénéficié à environ 7000 jeunes à Chypre.

Contexte du projet

Youth Power était auparavant connu sous le nom de Cyprus Network for Youth Development. Ce projet visait à inciter les jeunes Chypriotes à participer activement aux efforts de réconciliation et de consolidation de la paix entre les deux communautés ethniques de Chypre (Chypriotes grecs et Chypriotes turcs). Le Secrétariat Youth Power a facilité la formation de plus petits projets et activités qui ont facilité l'implication des jeunes en tant que citoyens actifs et concernés par l'avenir de Chypre. Le projet a été réalisé dans le contexte de Chypre où il existe une coupure entre les deux communautés ethniques de l'île, en raison du différend permanent qui les oppose. En tant que tels, les principaux problèmes identifiés étaient la déconnexion physique et mentale des jeunes des deux communautés en raison de récits historiques concurrents et de la séparation géographique pendant une période prolongée.

Objectifs du projet

L'objectif principal du projet était de réunir les jeunes des deux communautés. Le projet visait finalement à réconcilier les relations entre les deux

communautés par le biais de diverses activités de consolidation de la paix qui ont été planifiées et exécutées. Ces activités comprenaient des échanges de jeunes, des opportunités de dialogue, des comités de jeunes à l'échelle de l'île, des festivals et des recherches conçues et mises en œuvre conjointement pour impliquer davantage les jeunes dans la consolidation de la paix.

Exécution du projet

Le projet a été mis en œuvre par le Programme des Nations Unies pour le développement dans le cadre de l'Action pour la coopération et la confiance à Chypre, et il est défini comme un projet d'activisme pour la jeunesse. Le projet était composé d'un réseau de 12 organisations diverses, chypriotes grecques et chypriotes turques, dans le domaine de l'activisme des jeunes.

Citons parmi les organisations membres :

- Peace Players International
- Soma Akriton
- Environmental Studies Centre
- HASDER
- KAYAD Community Centre
- Mediation Association
- International Centre for Sport Research and Development (ICSRD)
- ADD-ADHD Cyprus
- University of Nicosia Research Foundation
- European University Cyprus Research Centre
- Frederick Research Centre
- Future Worlds Centre

Comment les besoins des parties prenantes du projet ont été évalués et traités.

Les concepteurs du projet ont reconnu la nécessité d'inspirer et de dynamiser les jeunes afin qu'ils s'impliquent et soutiennent les efforts de réconciliation entre les deux communautés. Ainsi, le projet s'est concentré sur la conception

et la mise en œuvre d'activités spécifiques et de projets à plus petite échelle qui inciteraient les jeunes à participer. Ainsi, au cours de la **première phase** du projet, de nombreuses organisations de jeunesse ont été impliquées dans diverses **activités de consolidation de la paix** qui ont permis à de nombreux jeunes Chypriotes de rencontrer leurs pairs de la communauté opposée, d'apprendre à connaître les croyances, les perspectives, les espoirs et les craintes de chacun. Cela a permis au projet de poursuivre ses efforts et de mettre en œuvre une deuxième phase d'activités.

Au cours de la **deuxième phase du projet**, les défis économiques, qui étaient encore plus importants chez les jeunes, ont ouvert davantage de possibilités pour le projet de cibler le **chômage des jeunes**. Cela a permis aux **opportunités d'entrepreneuriat** des jeunes de se développer en introduisant l'entrepreneuriat social comme une option alternative à la créativité et à la productivité. Ce faisant, le projet a pu toucher encore plus d'organisations, de décideurs et de jeunes.

Comment le projet s'est impliqué avec les participants, quels outils et canaux ont été utilisés et pourquoi.

Youth Power s'est engagé auprès de ses participants par le biais de divers canaux et d'outils tels que le site web de Youth Power, les plateformes de réseaux sociaux (par exemple, la page Facebook de Youth Power), le magazine bilingue du projet, les émissions de télévision et de radio, et les annonces de service public à la télévision. Ces outils ont été utiles pour atteindre un grand nombre de personnes susceptibles d'être intéressées par les objectifs et les activités du projet. Plus important encore, l'approche de communication du projet a permis de s'assurer que les personnes des deux communautés (GC et TC) étaient également touchées et informées.

Succès du projet. Pourquoi le projet a réussi et, dans le cas contraire, quels étaient les problèmes.

Les activités du projet et le rôle des responsables jeunesse des organisations partenaires ont joué un rôle central dans les efforts de consolidation de la paix, grâce auxquels les jeunes ont été responsabilisés et ont pu réaliser leur potentiel. En outre, ce projet a jeté les bases de l'émergence d'une nouvelle voix alternative, plus forte, de la part de la jeunesse chypriote. Le projet a bénéficié directement à plus de 7 000 jeunes. Enfin, le projet a eu recours à des activités de sensibilisation du grand public en utilisant des médias imprimés et électroniques. Parmi les autres activités et événements créatifs de sensibilisation qui ont été utilisés, citons Earthdance, le festival One StreetS et les visites de Nicosie, qui ont attiré une plus grande participation des jeunes et de la communauté.

Informations supplémentaires

Les déclarations suivantes sont des témoignages de deux des coordinateurs de deux événements qui ont été organisés dans le cadre des activités de consolidation de la paix du projet.

Témoignages du festival One Streets :

Maria Papadopoulou, 24 ans, coordinatrice du projet du festival One Streets

"One StreetS nous a donné l'occasion de faire l'expérience de la véritable signification du multiculturalisme, de la véritable signification de l'acceptation et de la compréhension des différences des autres et de ce que représente réellement la paix... Nous ne pouvons vraiment embrasser la paix que si nous nous immergeons dans un cercle de personnes multicolores et multiculturelles et si nous promouvons activement, à l'unisson, les valeurs humaines que tous partagent."

Deniz Urfali, 28 ans, coordinateur d'événements pour Morphou

"Je ne peux que rapporter ce que nos étudiants m'ont dit. Ils étaient heureux de découvrir que les Chypriotes grecs et les Chypriotes turcs ont tant de

choses en commun. Beaucoup d'entre eux ont rencontré des Chypriotes grecs pour la première fois, pendant le festival, et ont été impressionnés par le peu de différences entre eux. Ils se sont sentis heureux d'être inclus dans un événement multiculturel, avec les habitants des deux côtés, et se sont beaucoup amusés. Ils se sont sentis responsabilisés et rassurés dans leurs efforts pour échanger des émotions positives avec les autres participants et se sont fait de nombreux nouveaux amis."

YOUROTRIP

(KA3 – A Youth Roundtrip to support Policy Reform)

Année de réalisation :

2020-2022

Site web du projet

<https://yourotrip.eu/about/>

Pays participants

Grèce, France, Espagne, Portugal, Royaume-Uni, Danemark, Roumanie, Autriche

Groupe cible et nombre de participants mobilisés

Les principaux groupes cibles de l'action sont les jeunes et les animateurs de jeunesse.

- GROUPE CIBLE DIRECT : Les animateurs jeunesse formés sur la façon d'aider les jeunes à travailler sur un objectif commun.
- GROUPE CIBLE INDIRECT : Les jeunes sont soutenus sur la façon de créer des groupes officiels de jeunes au niveau local, à savoir les "conseils locaux de la jeunesse".

Contexte du projet

Dans l'Agenda 2030 des Nations unies pour le développement durable, l'engagement de protéger la planète de la dégradation et de prendre des mesures urgentes contre le changement climatique est une question très examinée.

Parallèlement, l'éducation et les compétences, la protection de l'environnement et la lutte contre le changement climatique sont considérées comme des sujets prioritaires par au moins la moitié des personnes

interrogées dans le cadre de l'enquête Eurobaromètre sur la jeunesse européenne publiée en janvier 2018.

Un paradoxe apparaît : les États membres doivent concevoir des politiques de lutte contre le changement climatique qui affecteront la vie des jeunes dans quelques années, alors que ces derniers ne semblent pas très intéressés par le vote et la participation à la prise de décision.

Ce projet visait à encourager la participation des jeunes aux procédures démocratiques de prise de décision par le biais de discussions sur le thème prioritaire du changement climatique. Une structure stable de conseils locaux de jeunes a été créée dans chaque pays, ainsi qu'un réseau local de parties prenantes pour assurer la durabilité de leurs activités et de leurs initiatives futures.

Objectifs du projet

Les aspects spécifiques du problème qui ont été ciblés sont les suivants :

- Promotion de la coopération et de l'engagement des jeunes dans la vie démocratique et l'action climatique, de manière structurée.
- Familiariser les jeunes avec leur identité européenne et les points communs entre les peuples d'Europe, quelles que soient les différences culturelles.
- Comprendre la nécessité d'une coopération internationale pour résoudre les défis communs liés au changement climatique.

Comment les aspects spécifiques du problème ont-ils été ciblés ?

- Par la création de conseils locaux de jeunes pour permettre aux jeunes de participer à la prise de décision concernant le changement climatique.
- En développant les compétences des jeunes et des animateurs de jeunesse en matière de participation aux procédures démocratiques.

-
- En soutenant le dialogue interculturel pour aider les jeunes à comprendre que, malgré les différences culturelles, les gens sont confrontés à des défis mondiaux communs tels que le changement climatique, qui doivent être combattus collectivement.
 - En permettant aux jeunes de comprendre la structure de l'Union européenne, leur identité européenne, leur rôle et leur pouvoir en la matière.
 - Par leur participation aux institutions européennes.

Exécution du projet

Le projet a été mis en œuvre par les organisations suivantes :

- IASIS NGO
- ACTION AID HELLAS
- Coopérative d'Initiative Jeunes
- SOLIDARIDAD SIN FRONTERAS
- Associação ara a Educação e Valorização da Região de Aveiro
- SAFE REGENERATION LTD
- ActionAid Denmark
- FITT - Fundația Județeană pentru Tineret Timiș
- SUDWIND– Association for Development Policy and Global Justice.

Comment les besoins des parties prenantes du projet ont été évalués et traités.

La première phase a consisté en une formation des animateurs de jeunesse sur l'aide à apporter aux jeunes pour qu'ils s'engagent dans des procédures démocratiques. Ensuite, une série de 7 échanges de jeunes avec des jeunes participants de 8 pays européens a été organisée, dans le but de renforcer la capacité des jeunes à coopérer indépendamment de leur lieu d'origine et de leur milieu culturel. Au total, 29 jeunes et 8 travailleurs de jeunesse ont participé à chaque mobilité.

Des groupes jeunesse ont passé une semaine pleine d'activités participatives et de débats dans 7 pays avec des jeunes locaux. Ateliers, dialogue interculturel, discussions sur le changement climatique et coopération avec les autres participants pour trouver des solutions possibles, telles étaient les activités quotidiennes des jeunes.

À la fin de chaque échange, les jeunes locaux qui avaient participé à l'action ont formé un "conseil local de la jeunesse". Au total, huit conseils locaux de la jeunesse ont été créés pendant la durée du projet, dans le but de faire entendre la voix des jeunes, sous la forme de documents d'orientation, auprès des décideurs à tous les niveaux, local, régional, national et européen.

Les conseils de jeunesse locaux ont été soutenus par les parties prenantes locales grâce au développement de réseaux locaux. Ainsi, les jeunes ont pu développer leurs futures initiatives avec le soutien des communautés locales. Les représentants du réseau international de jeunes ont présenté leurs recommandations politiques aux institutions européennes à Bruxelles. Les partenaires, en coopération avec les animateurs jeunesse et les jeunes, ont développé une idée de proposition commune basée sur les recommandations politiques afin de rechercher des financements et d'étendre la coopération internationale du réseau.

Comment le projet s'est impliqué avec les participants, quels outils et canaux ont été utilisés et pourquoi.

"Les conseils de jeunesse locaux" ont bénéficié du soutien des communautés locales et ont attiré de nouveaux membres, tandis que les tables rondes ont facilité le dialogue entre les jeunes et les autorités locales et régionales et les décideurs politiques concernés.

Toutes les activités ont été diffusées par le biais des réseaux sociaux de chaque organisation.

Succès du projet. Pourquoi le projet a réussi et, dans le cas contraire, quels étaient les problèmes.

Les jeunes ont saisi leur dynamique pour influencer sur les politiques futures par le biais de discussions et de solutions communes à des problèmes communs. L'élaboration de recommandations politiques à l'intention des décideurs européens et locaux a familiarisé les jeunes avec le sens de la responsabilité sociale et a renforcé leur réseau de collaboration.

L'approche de l'apprentissage interculturel a favorisé le sentiment d'identité européenne et résume la vision partagée des jeunes pour l'avenir de l'Union européenne.

Informations supplémentaires

Vidéo de promotion : https://fb.watch/du_jtRLeR0/

Vidéo de promotion : <https://fb.watch/dv9JLe2Rrf/>

Youthtustainability

Année de réalisation :

1er septembre 2018 - 31 août 2020

Site web du projet

<https://youthtustainability.com/>

Pays participants

Hongrie, Portugal et Slovaquie

Groupe cible et nombre de participants mobilisés

Le projet Youthtustainability visait les éducateurs et les jeunes en tant que cible secondaire du projet. Au total, 250 personnes ont été directement engagées dans le projet, dont 45 animateurs de jeunesse, qui continuent à diffuser les résultats du projet et à les utiliser avec les jeunes, créant ainsi un nombre toujours croissant de bénéficiaires du projet.

Contexte du projet

Partout en Europe, la jeunesse est confrontée à la migration intérieure, c'est-à-dire au déplacement des jeunes des petites villes ou des villages vers les villes. Ce phénomène, malgré les différences géographiques et sociales, est observé dans toute l'Europe. Les trois partenaires du projet sont des organisations de jeunesse de différents pays européens, travaillant également dans les zones rurales, qui sont confrontées à ce problème quotidiennement. Le projet Youthtustainability a abordé cette question en explorant le sentiment d'appartenance des jeunes et des animateurs jeunesse, en créant des outils destinés à encourager la réflexion sur la participation à la communauté.

Objectifs du projet

L'objectif principal du projet était d'explorer pleinement le rôle du travail de jeunesse en relation avec le développement communautaire, en particulier sur

la manière de renforcer le sentiment d'appartenance des jeunes dans le cadre du travail de jeunesse.

Exécution du projet

Le projet a été soutenu par le programme Erasmus+ et a été réalisé au niveau international par 3 organisations partenaires : La Fédération des conseils municipaux d'enfants et de jeunes de Hongrie, en tant que chef de projet, Dypall du Portugal et Fénix de Slovaquie, en tant que partenaires. Chaque partenaire a affecté une équipe, qui a supervisé le projet du début à la fin. Les participants aux activités du projet (apprentissage, enseignement et événements de formation) ont été choisis parmi les candidats intéressés. Ils ont dû prouver leur expertise dans le domaine du travail jeunesse et exprimer leur intérêt pour l'événement, où ils ont pu se familiariser avec les principaux résultats du projet et les tester.

Cependant, la répartition des responsabilités entre les partenaires et la charge de travail se sont avérées difficiles et ont imposé des contraintes de temps, ce qui a conduit à l'extension du projet. Cela a poussé le projet dans une direction différente, puisque de nombreuses discussions ont eu lieu et qu'un nouvel outil a été conçu, qui s'est finalement avéré être l'élément le plus innovant du projet (the Around belonging maps).

Comment les besoins des parties prenantes du projet ont été évalués et traités.

Les besoins des parties prenantes (éducateurs et jeunes) ont été évalués lors de la conception du projet. Le partenariat entre trois organisations de jeunesse différentes a été formé sur la base du travail commun qu'elles réalisent dans différents pays et des défis similaires auxquels les communautés de jeunesse rurales sont confrontées. La nécessité d'identifier les raisons de la "migration" interne des jeunes entre les zones rurales et urbaines, afin de s'attaquer à ce problème en donnant les moyens aux travailleurs de jeunesse, a suscité l'idée de trois outils principaux pour le projet

- un résumé théorique pour fournir un aperçu du contexte, un outil d'auto-évaluation et une boîte à outils. Les trois outils finaux du projet sont décrits ci-dessous :

Autour de l'appartenance : un outil d'auto-évaluation

Une collection de 3 cartes différentes pour les animateurs jeunesse et les jeunes afin qu'ils puissent explorer leur propre sentiment d'appartenance à l'endroit où ils vivent. Cet outil a été créé par des experts du travail de jeunesse et du développement communautaire afin d'aborder le sentiment d'appartenance des individus (en particulier des jeunes) à leur lieu de vie. Les trois cartes peuvent être utilisées séparément et permettent de réfléchir à votre sentiment d'appartenance et à vos expériences personnelles. Un aspect important est la carte destinée aux éducateurs jeunesse, qui les aide à s'identifier aux jeunes et à voir leur place dans la construction de la communauté des jeunes.

Partie théorique

Il a pour but d'identifier les défis du travail de jeunesse local, en particulier dans les zones rurales, comme la migration des jeunes de la campagne vers les grandes villes, la signification de la durabilité au niveau local et les rôles du travail de jeunesse pour créer et développer le sentiment d'appartenance des jeunes locaux. Il vise à aider à faire face aux défis les plus courants en Europe et comprend des études de cas.

Outil d'activité (pratique quotidienne des organisations partenaires) : il comporte également 3 niveaux d'activité (débutant, intermédiaire, avancé)

Une collection pour les éducateurs locaux, qui peut les aider à développer le sentiment d'appartenance des jeunes, à rendre leurs jeunes plus locaux et plus conscients de leur communauté. Il s'agit d'une sélection de différents scénarios qui peuvent être mis en œuvre en travaillant avec les jeunes.

Tous les outils sont accessibles sur le site web du projet.

Comment le projet s'est impliqué avec les participants, quels outils et canaux ont été utilisés et pourquoi.

Le projet a été promu en utilisant les réseaux existants des partenaires et principalement en interne. Les réseaux sociaux et autres outils de sensibilisation ont été très peu utilisés. Cette communication a été choisie car il était plus facile et plus rapide d'atteindre directement le groupe cible, plutôt que de construire de nouveaux réseaux sociaux. Une partie du défi pour la visibilité du projet était COVID, car le projet était déjà à plus de la moitié, le consortium a donc dû continuer avec les moyens de communication les plus efficaces et connus. Les nouveaux participants ont été attirés par le principe du "bouche à oreille".

Pour la diffusion des résultats du projet (les trois différents outils conçus), 6 événements différents ont été organisés, impliquant globalement 250 professionnels de 3 pays différents. Trois de ces événements ont été spécifiquement conçus pour promouvoir le projet dans chaque pays partenaire et les autres ont ciblé des publics plus larges, pas seulement des travailleurs de jeunesse, mais toujours liés au domaine du travail de jeunesse.

Succès du projet. Pourquoi le projet a réussi et, dans le cas contraire, quels étaient les problèmes.

Les trois cartes d'auto-évaluation peuvent être définies comme une réussite du projet - un résultat inattendu, mais un outil perspicace. Cependant, cela a également conduit à la principale question concernant l'utilisation de l'outil - les besoins préexistants au sein des organisations de jeunesse pour utiliser l'outil avec succès n'ont pas été anticipés.

Au cours des périodes d'essai, on s'est rendu compte qu'il ne s'agissait pas d'un outil autonome et qu'il fallait y intégrer le contexte. Les organisations de jeunesse doivent avoir à l'esprit une stratégie plus large. La réflexion

stratégique autour de la promotion des cartes n'a pas été anticipée et il est apparu clairement au cours du processus que des formations ou des ateliers supplémentaires étaient nécessaires (le chef de projet fournit une formation pour l'utilisation ultérieure de l'outil après la fin du projet). La formation permet de mieux comprendre comment utiliser la carte, grâce à la présentation et à une activité d'apprentissage facilitée (simulation). Les cartes ont un grand potentiel, mais nécessitent un travail supplémentaire sur la mise en œuvre et l'utilisation, ce qui n'a pas été prévu au tout début.

Informations supplémentaires

Entretien avec Gulyás Barnabás, chef de projet et directeur de la Fédération des conseils municipaux d'enfants et de jeunes.

Comment l'idée du projet est née / s'est développée?

L'idée n'était pas vraiment claire lorsque nous avons rencontré les partenaires lors de l'événement organisé par le réseau DYPALL - Developing Youth Participation at Local Level, impliquant de nombreuses organisations de jeunesse différentes au niveau européen. Mais ce dont nous étions certains, c'est que nous avons rencontré des personnes partageant les mêmes idées et travaillant pour la même cause. Quant au choix du thème, il a toujours été l'un des plus pertinents pour notre association, bien que nous n'ayons pas osé l'aborder sans les bons partenaires, qui ne s'occupent pas seulement du travail jeunesse, mais aussi de l'identité locale, du sentiment d'appartenance, du renforcement de la communauté et en particulier du renforcement de la communauté des jeunes. Nous avons donc d'abord rencontré les partenaires, puis nous nous sommes lancés dans l'idée.

Quelle a été l'expérience la plus difficile au cours du projet ?

Au départ, nous avons écrit que nous allions développer un outil pour favoriser le sentiment d'appartenance, par le biais d'outils ou de méthodes de

travail jeunesse, ce qui était assez vague et indéterminé. L'idée de la carte est venue environ six mois après le début du projet.

Quant aux défis, ils concernent l'outil lui-même (les cartes) parce qu'il traite de votre perception, de vos sentiments, de votre connexion et des questions que vous ne vous posez jamais, parce que ce n'est pas dans votre routine : "Comment puis-je me connecter à l'endroit où je vis ?". C'est le principal défi. Si la personne qui utilise l'outil n'a pas l'habitude de partager et de réfléchir à ses propres sentiments, l'expérience sera étrange pour elle. Si vous n'avez pas l'habitude de vous auto-évaluer, cet outil est un défi. C'est pourquoi la formation autour des cartes est nécessaire - non seulement pour la promouvoir, mais aussi pour mieux comprendre comment l'intégrer dans les processus déjà existants des organisations de jeunesse.

Quelle est la plus grande leçon que vous avez tirée et l'expérience la plus enrichissante ?

J'ai dû apprendre à m'occuper d'une seule chose à la fois. Vous n'avez pas à jongler avec tout, même si tout est prévu en parallèle. Les plans sont là pour une raison - vous ne devez pas tout accomplir en même temps.

L'expérience la plus gratifiante est bien sûr d'avoir créé non pas une, mais trois cartes. Nous avons réussi à créer non pas une carte, mais un outil qui peut être utilisé dans des processus complexes également.

Votre projet a-t-il une continuité ? D'autres initiatives découlent-elles de celle-ci ?

Nous organisons une conférence semestrielle sur le travail de jeunesse local (avec une foire aux outils en marge de la conférence) et nous allons à nouveau promouvoir nos cartes. Cet événement est consacré au travail de jeunesse et aux personnes intéressées par les récents développements sur le terrain. L'année prochaine, il y aura également une activité de mobilité des éducateurs

jeunesse, où l'outil sera également utilisé. Mes collègues préparent des ateliers à l'intention des travailleurs de jeunesse, au cours desquels ils expliqueront comment utiliser les cartes et les intégrer dans le travail de vos organisations de jeunesse.

Nous avons reçu une accréditation ERASMUS, ce qui signifie que nous avons préparé un plan stratégique sur 7 ans, avec des activités internationales et locales précises, des objectifs et un impact prévu. Le projet Youthtustainability fait partie de ce plan. Nous allons organiser une formation sur les cartes chaque année (sur une période de 7 ans), ce qui nous permettra également de le développer en même temps.

D'autres réflexions sur le projet ?

La façon dont les lieux nous affectent est une question très intéressante en psychologie, qui a été posée pour la première fois il y a seulement un demi-siècle. Elle vous offre une importante possibilité d'apprentissage, vous aide à répondre à des questions qui définissent votre identité. C'est pourquoi les gens se disent Londoniens ou Parisiens, car cela fait partie intégrante de leur identité. Et dans le travail de jeunesse, nous devons y réfléchir, car dans le pays où je vis (la Hongrie), les villages sont confrontés à des communautés vieillissantes. Les jeunes partent ou n'ont pas le choix parce qu'il n'y a pas d'école, etc. et doivent donc déménager. C'est sur ces questions qu'il faut s'appuyer. Il y a des problèmes avec les communautés vieillissantes, mais il n'y a pas non plus assez de jeunes qui veulent rester. Il faut donc comprendre comment les jeunes se connectent, comment ils se sentent dans ces endroits. Et dans le travail de jeunesse, ce n'est pas ce que nous faisons. Nous voulons simplement étonner les jeunes, nous voulons qu'ils participent, mais nous ne comprenons pas pourquoi ils n'aiment pas venir dans les maisons de jeunes. Peut-être parce que la maison de jeunes est située dans un endroit où ils n'aiment pas passer leur temps ? Les lieux influencent nos vies plus que tout.

Godigital: Digital Tools To Prevent Stress Management And Burnout

Année de réalisation :

23-08-2019 au 22-04-2021

Site web du projet

<https://godigitalproject.eu/>

Pays participants

Pays-Bas, Espagne et Italie

Groupe cible et nombre de participants mobilisés

Les groupes cibles du projet GoDigital étaient des animateurs locaux et des jeunes (de 18 à 35 ans) aux parcours et expériences très divers. Les formateurs et les chercheurs ont été sélectionnés sur la base de leur profil, de leur motivation ou de leur intérêt, tandis que les jeunes ont été impliqués sans sélection. Au total, 300 personnes ont été touchées par les activités de GoDigital et ont bénéficié du programme.

Contexte du projet

L'objectif du projet GoDigital (GoD) était d'aborder la gestion du stress et la prévention du burnout chez les jeunes au niveau européen. Les recherches sur le terrain ont révélé qu'en raison d'un manque de sensibilisation, le burnout n'est pas toujours reconnu par les autorités dans certains contextes locaux, et que la plupart des gens sont incapables de le prévenir. Les résultats de la recherche ont indiqué que les niveaux de stress sont particulièrement élevés pour les adultes et les jeunes adultes dans le monde entier, notamment en ce qui concerne le travail et la vie sociale. L'analyse factuelle de GoD visait à produire du matériel pédagogique qui aiderait les jeunes adultes dans leur vie quotidienne. Le projet a permis de promouvoir des modes de vie sains parmi les États membres et de sensibiliser à l'aspect européen de ces questions. Il a constitué un autre élément crucial de l'initiative.

Objectifs du projet

Dans le cadre de l'objectif global de gestion du stress et de prévention de l'épuisement professionnel des jeunes, le GoD s'est concentré sur trois aspects spécifiques clés :

1. Identifier les compétences liées à la gestion du stress et à la prévention du burnout ;
2. Développer un programme d'études associé aux compétences liées à la gestion du stress ;
3. Développer une formation numérique pour améliorer la gestion du stress et la prévention du burnout chez les jeunes.

Différentes initiatives visant à traiter ces facteurs ont été planifiées, notamment une plateforme de formation en ligne accessible, un programme d'études et de formation pour la gestion du stress et des stratégies de prévention de l'épuisement professionnel en Europe ; des outils de gestion du stress basés sur plusieurs méthodologies, tels qu'un outil de formation numérique pour la gestion du stress et des mesures de prévention de l'épuisement professionnel, et un cadre européen de compétences liées à ces sujets.

Exécution du projet

Le projet a été financé par le programme Erasmus+ dans le cadre de l'action clé "Coopération pour l'innovation et l'échange de bonnes pratiques" et de l'action spécifique "Partenariats stratégiques pour la jeunesse".

Le consortium comptait cinq organisations participantes, dont l'une était le bénéficiaire principal et le coordinateur de l'action, tandis que les quatre autres étaient des partenaires :

- STICHTING AMSTERDAM EUROPEAN MOBILITY : une organisation/association non gouvernementale basée aux Pays-Bas. Elle a coordonné la gestion générale et la gestion financière. En outre,

elle a coordonné l'évaluation et le suivi continu des différentes étapes du projet.

- STEPP STRATEGIE SERVIZI SVILUPPO SRLS : une PME basée en Italie.
- STICHTING ZID : une organisation/association non gouvernementale basée aux Pays-Bas.
- Academia Postal 3 Vigo S.L. : une PME basée en Espagne.
- ASOCIACION CULTURAL INTEGRAL : une organisation/association non gouvernementale basée en Espagne.

Chaque partenaire a travaillé sur une composante distincte, avec le responsable de l'objectif spécifique et Stichting Amsterdam European Mobility offrant son aide si nécessaire. Un protocole de communication pour le projet a été développé en créant une équipe exécutive de chefs de projet (au moins un représentant par partenaire) responsable de la bonne mise en œuvre du projet au niveau local.

Comment les besoins des parties prenantes du projet ont été évalués et traités.

Le stress est un sujet complexe et une réponse humaine normale, il est donc important de développer une connaissance plus approfondie des fonctions et du contrôle du stress. GoDigital a analysé le sujet sous différents angles et a relié plusieurs thèmes. Il s'est concentré sur le stress chez les jeunes, à savoir : le stress lié au travail, la charge de travail et la satisfaction professionnelle, le stress lié au chômage, la pauvreté et le stress lié aux études, les contraintes de temps et les conflits avec les pairs.

Dans la première partie, le projet a exploré en profondeur les concepts d'apprentissage et d'enseignement et la valeur ajoutée de la formation pour les formateurs et les apprenants.

Dans la deuxième partie, le contenu de l'analyse et de la recherche a été appliqué dans des outils numériques, actifs et engageants pour les utilisateurs

finaux. GoDigital a proposé une formation à la gestion du stress et à la prévention du burnout aux éducateurs jeunesse qui faisaient également partie du groupe cible du projet et des facteurs clés pour l'exploitation des résultats.

Les animateurs jeunesse des pays impliqués ont participé aux différentes phases/activités du projet, dont les suivantes :

1. Questionnaires initiaux pour explorer les besoins des jeunes par rapport au stress.
2. Cours de formation organisés dans différents pays avec des participants locaux et étrangers.
3. Activités de diffusion pour impliquer les participants et s'adresser au groupe cible identifié avec ses caractéristiques spécifiques.
4. Évaluation.
5. Sensibilisation.

Comment le projet s'est impliqué avec les participants, quels outils et canaux ont été utilisés et pourquoi.

Le projet GoDigital a interagi avec ses utilisateurs par le biais d'une variété d'outils et de canaux. Pendant les phases de recherche, les jeunes de la région ont été invités à partager anonymement leur expérience et leurs idées. Pour le développement des outils, les formateurs ont testé officieusement leur matériel d'atelier auprès de la communauté locale.

Les réseaux sociaux ont joué un rôle important dans la promotion du projet. Les partenaires et les utilisateurs ont partagé le contenu sur le compte Facebook du projet. Les participants aux événements multiplicateurs et les parties prenantes concernées ont été informés des résultats du projet, de sa pertinence et de ses objectifs.

Les partenaires locaux ont été impliqués dans la stratégie de communication. Par exemple, une organisation locale aux Pays-Bas a demandé au

coordinateur d'organiser une session spéciale pour informer les participants sur le projet GoDigital.

Grâce aux sites web des partenaires, les utilisateurs ont pu trouver le lien vers le projet et visiter sa page web (<http://godigitalproject.eu>).

La page web du projet a fourni des informations aux utilisateurs.

Le réseau local du personnel, des bénévoles et des membres du consortium a pris connaissance du projet et de ses résultats.

Succès du projet. Pourquoi le projet a réussi et, dans le cas contraire, quels étaient les problèmes.

L'épidémie de COVID-19 et les confinements ont été les plus grands problèmes auxquels non seulement ce consortium mais le monde entier ont dû faire face. En raison de l'impossibilité de voyager en 2020, le calendrier de collaboration a été ralenti. Les partenaires ont été contraints de trouver d'autres moyens de travailler ensemble. Pour maintenir l'engagement des personnes, des réunions virtuelles ont été mises en place et le contenu des recherches et les développements du projet ont été partagés sur les réseaux sociaux. Le consortium a réussi à résoudre ces difficultés et à atteindre les résultats du projet et des activités. Il n'y a pas eu de conflits entre les partenaires, car la communication était ouverte et respectueuse, les décisions étaient prises démocratiquement et les accords existants facilitaient la compréhension des attentes et des obligations.

Il convient de noter qu'en raison de la pandémie de COVID-19, le monde a connu des événements qui ont mis en évidence l'importance de la santé mentale et physique. Le projet GoDigital a nécessité de nombreuses recherches sur ce sujet et les activités ont permis aux participants de réfléchir à la situation actuelle du COVID de manière plus approfondie. Les participants ont réalisé que le matériel numérique pouvait aider les personnes dans les zones isolées. Ils ont également constaté que l'isolement, l'enfermement, le

chômage et la santé mentale étaient des questions sur lesquelles la société se concentrait davantage et ont ressenti le besoin d'agir et de proposer des solutions. COVID-19 a démontré comment les outils numériques peuvent favoriser l'inclusion et l'accès facile au matériel pour un public plus large. Tout le monde peut utiliser l'app web développée par GoD et il s'agit d'une ressource éducative libre.

Les circonstances difficiles de la pandémie ont cependant donné l'idée de créer un nouveau projet pour aborder ces questions spécifiques : La "Méthodologie européenne créative" (CEM). Ce projet a été approuvé par la suite et de nombreux partenaires s'y sont engagés car ils souhaitaient tous continuer à travailler sur le sujet et aider les jeunes dans leur vie quotidienne.

Informations supplémentaires

Go Digital

Digital tools to manage stress and burnout

FAVORIT

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

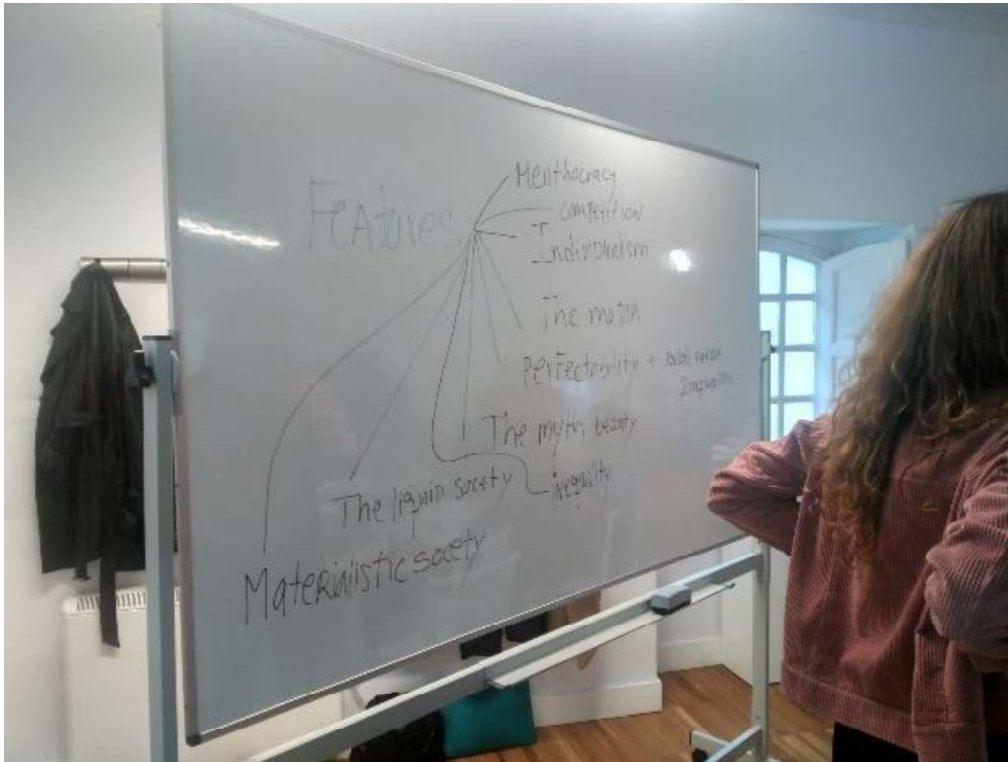
www.godigitalproject.eu

A'DAM MOO STICHTING POSTAL 3

ZID

integra STEPP SRLS

Cette image d'une machine à écrire a été utilisée comme image principale pour communiquer les objectifs, l'impact et les résultats du projet GoDigital.



Ces photos illustrent certaines des activités de la formation conjointe à court terme du personnel qui s'est tenue du 29 novembre au 3 décembre à La Corogne (Espagne).

Les activités ont rassemblé 16 participants des cinq organisations partenaires : Asociación Cultural Integra (ES), Stepp Strategie Servizi Sviluppo SRLS (IT), Academia Postal 3 Vigo S.L. (ES), Stichting Amsterdam European Mobility (NL), Stichting ZID (NL).

La formation avait pour but de développer une méthodologie innovante et efficace pour la formation à la gestion du stress. Chaque organisation a réalisé deux/trois activités, couvrant un large éventail de sous-thèmes et de compétences sous différents angles. Parmi les activités proposées, citons : la pleine conscience, la gestion du stress et le tai-chi, la méditation, le remplissage de l'échelle de perception du stress, l'exploration des limites personnelles pour communiquer au sein d'un groupe, la narration, le jeu StoryCatcher et les jeux de rôle.

Fate: Future Academy on Tour in Europe

Année de réalisation :

2020

Site web du projet

<https://www.fate-europe.eu/>

Pays participants

Les Pays-Bas (coordinateur principal), l'Espagne, la Serbie, l'Allemagne et l'Italie.

Groupe cible et nombre de participants mobilisés

Les principaux groupes cibles sont les nouveaux arrivants, les réfugiés et les migrants en Europe qui ont moins d'opportunités dans le domaine artistique que les autres acteurs. Les nouveaux arrivants ont suivi une formation aux Pays-Bas et en Espagne où ils ont eu l'occasion de monter un spectacle dans chaque pays.

Le nombre de participants engagés dans chaque pays est le suivant :

- Pays-Bas- 28 participants à la formation ;
- Espagne- 25 participants à la formation.

Contexte du projet

Depuis toujours, les êtres humains se sont déplacés d'un endroit à l'autre pour trouver des ressources ou une vie meilleure. Cependant, en Europe, la crise dite des migrants méditerranéens nous touche directement.

Les migrants et les demandeurs d'asile traversent la Méditerranée depuis des décennies. Leur nombre a fluctué au fil des ans en raison de divers facteurs, notamment les conditions dans les pays d'origine et de transit, les développements géopolitiques et les politiques de l'UE. En 2014, au moins 219 000 personnes ont effectué la traversée, contre 60 000 l'année précédente.

Selon l'agence des Nations unies pour les réfugiés, le Haut-Commissariat des Nations unies pour les réfugiés (HCR), 89 500 personnes ont traversé au cours des cinq premiers mois de 2015. La route principale a longtemps été celle de l'Afrique du Nord à travers la Méditerranée centrale, mais un nombre croissant de personnes traversent maintenant la mer Égée (Méditerranée orientale), de la Turquie aux îles grecques. Cette tendance s'est poursuivie depuis le début de la crise en 2014 jusqu'à aujourd'hui.

Les Pays-Bas sont l'un des principaux pays européens à accueillir les migrants et les demandeurs d'asile. Parmi ces nouveaux arrivants, on compte de nombreuses personnes qualifiées et artistiques, qui souhaitent s'exprimer et laisser leur empreinte créative.

Le projet FATE vise à garantir que les jeunes créatifs issus de l'immigration ou de l'asile puissent participer de manière égale au secteur artistique et culturel professionnel, que ce soit sur scène, dans les coulisses ou au sein des organisations. Diverses études ont montré que la participation de ces jeunes au secteur artistique et culturel professionnel en Europe est encore très limitée. Tous les partenaires impliqués dans ce projet, qui travaillent dans le domaine du spectacle vivant et des arts, sont convaincus que le "destin" de ces personnes est de rester en Europe et qu'il faut les aider à participer pleinement et durablement à la vie culturelle de leur ville, région, pays et continent.

Objectifs du projet

Ce projet vise à créer un lien entre les nouveaux migrants, les réfugiés et les citoyens de l'UE par la formation artistique, l'inclusion et l'augmentation de l'emploi dans le secteur culturel.

L'objectif est de susciter l'intérêt et d'accroître l'employabilité des migrants et réfugiés créatifs talentueux/professionnels. Il vise également à garantir que ces "nouveaux acteurs", également connus sous le nom de "talents urbains",

aient les mêmes chances sur le marché du travail dans le secteur culturel que les artistes et les professionnels de la création européens.

Exécution du projet

Le projet a été mis en œuvre par un consortium dirigé par le théâtre ZID.

Les autres partenaires appartiennent également au domaine artistique et travaillent de manière très coopérative pour atteindre les objectifs du projet.

Les partenaires sont : Atalya Teatro (Espagne), Université de Turin (Italie) ; Studio 7 (Allemagne) et DAH Teater (Serbie).

Comment les besoins des parties prenantes du projet ont été évalués et traités.

Les partenaires du projet ont mis en œuvre de nombreuses activités qui ont enrichi les participants. Chaque pays a développé un programme de formation composé de 3 parties : Une série de leçons dans lesquelles les compétences professionnelles et le développement artistique ont été mis en pratique. Une phase de production dans laquelle un spectacle de théâtre a été développé, suivi d'une tournée (inter)nationale et d'un programme de mentorat sur la création d'un réseau et la connaissance du secteur créatif et artistique national du pays d'accueil. Tous les partenaires ont effectué une tournée internationale avec ces productions et ont participé au festival Explorez qui s'est tenu à Amsterdam en mai 2022.

Comment le projet s'est impliqué avec les participants, quels outils et canaux ont été utilisés et pourquoi.

Les principaux outils de mobilisation du projet étaient les réseaux existants des organisations partenaires et leurs canaux de communication privés. Le projet disposait également d'une page Facebook et d'un site web où tous les succès étaient publiés.

Succès du projet. Pourquoi le projet a réussi et, dans le cas contraire, quels étaient les problèmes.

Le projet est toujours en cours. Il connaît un grand succès. Les spectacles sont très bien accueillis dans les deux pays. Certains des participants ont eu de bonnes opportunités pendant le projet, comme trouver un emploi, jouer dans un film, commencer des études de master à l'académie de musique, etc.

Au cours de la formation, certains participants se sont désistés et des efforts sont nécessaires pour continuer à les motiver et les accompagner vers une bonne fin du projet.

Engager d'autres professionnels et institutions culturelles demande beaucoup de temps. Et organiser une réunion avec eux est un véritable défi, car tout le monde a un emploi du temps chargé et est occupé.

Lors du festival Explorez, organisé par le théâtre Zid en mai 2022, des participants de la formation espagnole et néerlandaise ont joué la production qu'ils avaient créée. L'Allemagne et la Serbie ont également participé au festival en présentant des spectacles avec des acteurs issus de l'immigration.

Informations supplémentaires

Formation FATE - Partie 1, qui s'est déroulée de février à avril 2021 à Amsterdam

<https://www.youtube.com/watch?v=77LobzbHiDA>

Les présentations du 3ème bloc de la formation de ZID Theater, Solo's & Pitches, juin 2021, Amsterdam

<https://www.youtube.com/watch?v=xlpdjOCQfxw>

La formation en images :





Bridging the world

Année de réalisation :

2018

Pays participants

Pays-Bas, Pologne et Grèce

Groupe cible et nombre de participants mobilisés

Jeunes adultes entre 18 et 30 ans, sans expérience du volontariat mais très motivés pour apprendre et mettre en pratique leurs nouvelles connaissances après un programme d'échange. Le projet a impliqué 36 participants.

Contexte du projet

Toutes les organisations à but non lucratif engagées dans cet échange ont reconnu que les jeunes ont besoin de rencontrer leurs pairs dans toute l'Europe.

Nous assistons actuellement à l'émergence d'une nouvelle génération de jeunes qui s'impliquent dans les processus sociaux et s'engagent à travailler au sein de la communauté. C'était l'une des motivations de cet échange particulier. Le noyau des groupes participants était également culturellement diversifié. Chaque groupe et chaque pays avait sa propre façon de traiter des thèmes comme celui-ci. Le consortium a estimé qu'il était important que les jeunes puissent apprendre les uns des autres.

Grâce à cet échange de jeunes, 30 jeunes de 3 pays (10 personnes aux Pays-Bas, 10 personnes en Grèce et 10 personnes en Pologne) ont élargi leurs connaissances sur le bénévolat. Ils ont également appris à mieux connaître les problèmes actuels liés au chômage des jeunes, à l'inclusion et à l'exclusion sociales et en ont discuté.

Au cours de ce programme de neuf jours, un espace a été créé pour que les jeunes puissent se rencontrer et s'inspirer les uns des autres, développer leurs

capacités, entrer en contact avec des personnes de cultures différentes et apprendre à les comprendre. Pour ce faire, ils ont participé à un programme varié : des discussions ouvertes, des ateliers, des sessions créatives et des programmes culturels, ainsi que des visites de plusieurs organisations d'Amsterdam qui travaillent avec des bénévoles ; un programme interactif dans lequel les méthodes créatives de ZID (Pays-Bas), Brama (Pologne) et Omma (Grèce) ont été utilisées pour réaliser les objectifs.

Objectifs du projet

- Inspirer et motiver les participants à combattre le chômage des jeunes par le bénévolat et l'engagement social.
- Sensibiliser aux problèmes sociaux causés par le chômage et l'exclusion sociale.
- Créer un espace où le dialogue créatif et le feedback constructif peuvent conduire à de nouvelles idées et méthodes de travail.
- Acquérir les compétences et les outils nécessaires pour s'impliquer dans des projets au sein de leur communauté en mettant l'accent sur le bénévolat (travail d'équipe, pensée créative, relever des défis, cartographie mentale des parties prenantes, en fonction des besoins des participants).
- Créer un réseau de participants pour le développement de nouveaux partenariats et de groupes de soutien. Le projet devrait permettre à un plus grand nombre de jeunes d'échanger du travail bénévole comme un outil efficace pour soutenir l'intégration des groupes marginalisés.

Exécution du projet

Bridging the world était un programme d'échange de mobilité des jeunes Erasmus+ à Amsterdam, accueilli par ZID. Il s'est déroulé pendant le festival ExploreZ que ZID organise chaque année. Le festival international ExploreZ est un festival multidisciplinaire qui relie l'art et l'impact social, tant au niveau local qu'international. Ce festival a été d'une grande valeur pour le projet d'échange car les participants ont pu rencontrer davantage de jeunes internationaux,

élargir leur réseau, participer à différents programmes et se présenter au public.

Les partenaires étaient :

- Théâtre ZID (coordinateur du projet, Pays-Bas)
- Théâtre Brama (Pologne)
- Théâtre Omma (Grèce)

Tous les partenaires étaient responsables du recrutement et de la sélection des participants, de leur préparation et de l'encadrement. En outre, tous les partenaires ont animé des ateliers pendant la semaine, en apportant leur expertise.

Comment les besoins des parties prenantes du projet ont été évalués et traités.

Les organisations partenaires ont constaté un besoin commun de sensibiliser le public au bénévolat pour lutter contre les problèmes sociaux, en particulier le chômage des jeunes, et ainsi soutenir l'inclusion sociale des jeunes exclus. Le travail bénévole est considéré comme un outil innovant et efficace qui offre de nombreuses options différentes pour réduire les problèmes sociaux dans le monde entier. Les bénévoles sont essentiels pour s'engager dans la société, saisir les opportunités qui manquent à d'autres pour améliorer l'engagement social, trouver de nouvelles approches et créer des solutions pour changer la société pour le meilleur.

Les partenaires du projet souhaitaient sensibiliser les jeunes au bénévolat en travaillant sur leurs compétences afin qu'ils puissent utiliser et rendre attrayant le travail bénévole au sein de leur communauté.

Pour y parvenir, un programme de neuf jours a été mis en place avec diverses activités qui ont enrichi les participants. Ces activités comprenaient des ateliers sur la communication, les questions sociales et politiques, la signification du bénévolat et la manière dont l'idée de bénévolat diffère d'un

pays à l'autre, ainsi que la préparation de présentations pour le public afin d'améliorer les compétences en matière d'organisation et de prise de parole en public.

En outre, les participants eux-mêmes étaient impliqués dans l'organisation. Par exemple, ils devaient s'occuper de leurs repas. Pour acquérir une expérience pratique, les participants ont visité plusieurs organisations à Amsterdam, principalement des organisations sociales et culturelles dont le travail dépend fortement des bénévoles.

Après le programme, les participants ont reçu leur certificat Youthpass. Le programme s'est terminé par une présentation créative pour le public.

Comment le projet s'est impliqué avec les participants, quels outils et canaux ont été utilisés et pourquoi.

Les informations sur le projet "Bridging the World" ont été publiées sur les sites web de tous les partenaires et sur leurs réseaux sociaux pour informer et recruter des participants. En outre, des newsletters ont été envoyées via les listes de diffusion des partenaires.

Avant le début du projet, des informations ont été partagées avec les réseaux locaux et régionaux des partenaires avec des détails sur le projet. Un message de sélection accompagné d'un formulaire de candidature a également été publié.

Les résultats ont été répartis comme suit :

- des photos du projet avec des informations sur le programme Erasmus+ ;
- une vidéo du projet via le réseau social avec le logo d'Erasmus+ ;
- un rapport du projet avec des informations et le logo d'Erasmus+.

Succès du projet. Pourquoi le projet a réussi et, dans le cas contraire, quels étaient les problèmes.

Le principal problème auquel chaque partenaire a été confronté a été de recruter le nombre de participants souhaité. Cela s'explique par le fait qu'il fallait un effort supplémentaire pour que les jeunes libèrent leur emploi du temps pour un programme de 9 jours complets. Les participants ont dû demander la permission à leur école, à leur travail ou à leurs parents pour s'absenter pendant une période relativement longue.

Mais finalement, beaucoup d'entre eux se sont montrés enthousiastes à l'idée de participer au programme, et une sélection a dû être faite parmi les inscriptions.

Une évaluation a été réalisée lorsque le projet touchait à sa fin. Même si le calendrier du projet était très chargé et que les participants avaient à peine le temps de visiter la ville, le feedback global sur le projet était très positif. Les participants ont beaucoup appris et étaient particulièrement enthousiastes quant à la façon dont ils ont appris, dans la mesure où ils ont déclaré que tous les ateliers étaient très créatifs. Dans ce cas, le feedback des participants étant le facteur d'évaluation le plus important du projet, il fait de "Bridging the world" une réussite.

Informations supplémentaires



Une visite au jardin alimentaire d'Amsterdam. Il s'agit d'un projet volontaire où les habitants de la ville cultivent des aliments pour les personnes vivant dans la pauvreté. Crédit photo : Maria Morales



La présentation finale des participants, le dernier jour du programme, était destinée au public. Ils ont montré d'une manière artistique, ce qu'ils ont créé pendant la semaine. Crédit photo : Maria Morales



La fin de l'atelier donné par le théâtre Omma, Grèce. Crédit photo : Karolina Spaic

CONCLUSION

Ce guide sert d'introduction aux théories et concepts de l'engagement communautaire, du point de vue des jeunes. Nous avons partagé les principes les plus courants connus pour travailler sur l'engagement communautaire des jeunes et les outils essentiels pour gérer les projets correspondants. Nous avons conçu ce guide pour vous aider à écrire vos idées de projet à partir de zéro et à créer un plan d'action pour l'engagement communautaire des jeunes en quatre étapes :

1. Identifier l'objectif ;
2. Répartir les rôles ;
3. Comment identifier et atteindre vos parties prenantes et
4. Évalué les actions et les activités futures.

Au cours des quatre étapes, nous avons discuté de la manière de déterminer la finalité, le but, les objectifs et la profondeur des processus d'engagement communautaire, ainsi que les résultats attendus. Nous avons également passé en revue les rôles des différents acteurs impliqués dans un projet, tels que les utilisateurs et les bénéficiaires des activités, les conseillers du projet, les contributeurs aux processus de gestion, les décideurs et les exécutants. Nous nous sommes concentrés sur les parties prenantes et les actions nécessaires pour s'engager et communiquer avec elles tout au long du processus. Enfin, nous avons exploré les moyens communs de suivre et d'évaluer les actions et l'impact du projet, ainsi que d'évaluer les actions futures et les améliorations potentielles.

Notre idée était de couvrir les questions clés liées à l'engagement des jeunes qui peuvent être utilisées dans des projets communautaires à petite et grande échelle. Notre objectif était de montrer comment ces outils sont adaptables au travail de jeunesse et d'offrir des exemples de bonnes pratiques provenant de différents contextes culturels. Il s'agit aussi bien de petits projets, menés localement, que de collaborations internationales plus importantes.

En montrant des exemples de bonnes pratiques, nous avons voulu éviter toute attitude paternaliste afin que vous puissiez constater par vous-même les principales choses à

faire et à ne pas faire et trouver les modèles qui conviennent le mieux à votre communauté de jeunes. Par conséquent, peu importe que vous commenciez tout juste à vous engager dans une communauté ou, à l'inverse, que vous soyez déjà bien engagé et que vous cherchiez de l'inspiration, des idées ou des informations nouvelles.

Ce guide a été conçu comme un manuel étape par étape - commençant par les concepts de base, passant par les sujets pertinents pour les jeunes d'aujourd'hui et se terminant par des outils et des projets. Cependant, le travail de jeunesse ne commence pas et ne se termine pas par le respect des normes - il implique d'innover, de dépasser sa zone de confort, de partager et d'apprendre ensemble. Pour s'engager auprès des jeunes et les aider à devenir des membres actifs de la société, il faut d'abord comprendre leur façon d'être, leurs besoins et leurs comportements. Ici, vous êtes à la fois un enseignant et un étudiant.

Alors que ce guide touche à sa fin, nous avons plutôt le sentiment que ce n'est qu'un début. Il n'y a pas de manuels, ni de théories qui vous apprendront comment vous engager avec les jeunes : les clés sont l'écoute, le regard et l'exploration. Il n'y a donc pas de mot final à dire sur le sujet. La participation est un processus continu. Permettez aux jeunes d'avoir leur mot à dire. Par votre travail, votre passion et votre engagement, vous les aiderez à participer et à trouver leur voie dans le monde. Nous espérons que ce manuel vous aidera à atteindre cet objectif.

BIBLIOGRAPHIE

- Appleton Gootman, J. and Eccles J. (eds.) (2002), *Community Programs to Promote Youth Development*. Washington: National Academic press.
- ATSDR- Agency for Toxic Substances and Disease Registry (2011) *Principles of Community engagement*. NIH. Available at: https://www.atsdr.cdc.gov/communityengagement/pdf/PCE_Report_508_FINAL.pdf
- CIRCLE – Center for Information & Research on Civic Learning and Engagement (n.d.) *Why is Youth Civic Engagement Important?* Available at: <https://circle.tufts.edu/understanding-youth-civic-engagement/why-it-important> (Accédé à: 11 March 2022).
- Community Planning Toolkit (2014) *Community Engagement*. Available at: <https://www.communityplanningtoolkit.org/sites/default/files/Engagement.pdf>.
- *Department for International Development* (n.d.). Available at: <https://www.gov.uk/government/organisations/department-for-international-development> (Accédé à: 7 April 2022).
- Dimock, M. (2019), *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. Pew Research Center. Available at: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/> (Accédé à: 7 July 2022),
- Dobbs, R. (12 March 2015) *Understanding Project Management: Evaluation*. Available at: https://www.youtube.com/watch?v=bt4LL_rKwFM (Accédé à: 14 April 2022).
- Elliott, H. (2000) 'How are policy makers using evidence? Models of research utilisation and local NHS policy making', *Journal of Epidemiology & Community Health*, 54(6), pp. 461–468.
- Enterpriseproject.com (2022) *4 styles of decision-making: A leader's guide*. Available at: <https://enterpriseproject.com/article/2018/7/4-styles-decision-making-leaders-guide> (Accédé à: 18 April 2022).

- European Commission (22 May 2018) *Engaging, Connecting and Empowering young people: a new EU Youth Strategy*. Available at: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=CELEX:52018DC0269> (Accédé à: 25 March 2022).
- European Commission (n.d.) *YouthWiki: Europe Encyclopedia of National Youth Policies*. Available at: <https://national-policies.eacea.ec.europa.eu/youthwiki> (Accédé à: 25 March 2022).
- European Commission, Directorate-General for Research and Innovation, (2010) *Communicating research for evidence-based policymaking: a practical guide for researchers in socio-economic sciences and humanities*. Available at: <https://data.europa.eu/doi/10.2777/9276>.
- Eurostat (2020) *Being young in Europe today – demographic trends*. Available at: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Being_young_in_Europe_today. (Accédé à: 27 June 2022).
- Fernandez, D.J, Fernandez, J.D. (2008) 'Agile Project Management —Agilism versus Traditional Approaches', *Journal of Computer Information Systems*, 49(2), pp.10–17.
- Freeman, R.E., McVea, I. (2001) 'A stakeholder approach to strategic management', in Hitt, M., Freeman, R.E., Harrison, J. (Eds.). *The Blackwell handbook of strategic management*. Oxford: Oxford University Press.
- Gagné, T., Schoon, I., McMunn, A. *et al.* (2022) 'Mental distress among young adults in Great Britain: long-term trends and early changes during the COVID-19 pandemic'. *Social Psychiatry & Psychiatric Epidemiology*, 57, pp. 1261–1272. Available at: <https://doi.org/10.1007/s00127-021-02194-7>.
- Glasser, B. and Miller, J. (2016) 'The 'Inside' and the 'Outside' Finding Realities in Interviews', in Silverman D. (ed.), *Qualitative Research*. 4th edn. Los Angeles: Sage, pp. 51–66.
- Hart, R. A. (1992) 'Children's Participation: From tokenism to citizenship', *Innocenti Essay*, no. 4 (UNICEF). Available at: <https://www.unicef-irc.org/publications/100-childrens-participation-from-tokenism-to-citizenship.html>. (Accédé à: 27 June 2022).

- Hill, C., & Jones, G. (2001) *Strategic management: An intergrated approach*. 5th edn. Boston: Houghton Mifflin.
- Hughes, D. et al., (2016) *Careers Education: International Literature Review*, Education Endowment Foundation, London. Available at : <https://www.educationandemployers.org/wp-content/uploads/2016/07/Careers-review.pdf>. (Accédé à: 27 June 2022).
- IAP2 – International association for Public Participation (2018) *3 Pillars for effective public participation*. Available at : https://cdn.ymaws.com/www.iap2.org/resource/resmgr/communications/11x17_p2_pillars_brochure_20.pdf
- Ibrahim, F., Mustapha, M. S., Mokhtar, A. H. A., Shah, F. D. (2019) 'Youth as Stakeholders and Their Engagement Towards Government Programmes', *Malaysian Journal of Communication*, 35(2), pp. 322-226. Available at: https://www.researchgate.net/publication/334176210_Youth_as_Stakeholders_and_Their_Engagement_Towards_Government_Programmes_GP.
- Ihugba, B.U., Osuji, O.K. (2011) 'Corporate citizenship and stakeholder engagement: Maintaining an equitable power balance', *EGBO Electronic Journal of Business Ethics and Organisational Studies*, 16(2).
- Kasakasa (2021) *Boomers, Gen X, Gen Y, Gen Z, and Gen A explained*, 07/06/2021. Available at: <https://www.kasasa.com/exchange/articles/generations/gen-x-gen-y-gen-z>. (Accédé à: 27 June 2022).
- Krosnick, J. A., Presser, S. (15 February 2009) *Handbook of Survey Research. Question and Questionnaire Design*. 2nd ed. San Diego: Elsevier.
- Levine R. (3 November 2015) *5 reasons why evaluation matters to your project*. Available at: <https://www.nichq.org/insight/5-reasons-why-evaluation-matters-your-project> (Accédé à: 15 April 2022).
- Leybourne, S. (2009) 'Improvisation and agile project management: a comparative consideration', *International Journal of Managing Projects in Business*, 2(4), pp. 519–535.

- Metropolitan Waste and Resource Recovery Group (2016) *Community and Stakeholder Engagement Guide*. Victoria State Government. Available at: <https://www.mwrrg.vic.gov.au/assets/resource-files/FINAL-COMPRESSED-FOR-WEB-MWRRG-Guide.pdf>.
- MOLGROUP (2017) *Community Engagement Methodology Guide*. Available at: https://molgroup.info/storage/documents/case_studies/communities/mol_group_community_engagement_guide.pdf.
- NCCPE – National Co-ordinating Centre for Public Engagement (2017) *Do engagement*. Available at: <https://www.publicengagement.ac.uk/do-engagement> (Accédé à: 6 May 2022).
- NC State University, Institute for Emerging Issues (2015) *Youth Civic Engagement Resource Toolkit. Practical help for getting young people involved*. Available at: <https://www.youthlead.org/sites/default/files/YouthLead/files/resources/Youth%20Civic%20Engagement%20Toolkit.pdf> (Accédé à: 11 March 2022).
- OECD (2019) *PISA 2018 Results (Volume II): Where All Students Can Succeed, PISA*, Paris: OECD Publishing. Available at: <https://doi.org/10.1787/b5fd1b8f-en>. (Accédé à: 27 June 2022).
- OECD (2020) *Teenagers' Career Aspirations and the Future of Work*, Paris: OECD Publishing. Available at: <https://www.oecd.org/berlin/publikationen/Dream-Jobs.pdf>. (Accédé à: 27 June 2022).
- Osgerby, B. (2020) *Youth Culture and the Media: Global Perspectives*. 2nd edn. London: Routledge. Available at: <https://doi.org/10.4324/9781351065269>.
- Penn State College of Agricultural Sciences (n.d.) *What is Community Engagement?* Available at: <https://aese.psu.edu/research/centers/cccd/engagement-toolbox/engagement/what-is-community-engagement> (Accédé à: 11 March 2022).
- Project Management Institute (2017) *A guide to the project management body of knowledge (PMBOK guide)*. 6th edn. Pennsylvania: Project Management Institute.
- Project Manager (n.d.) *GANTT chart*. Available at: <https://www.projectmanager.com/guides/gantt-chart> (Accédé à: 15 April 2022).

- Rabinowitz, P. (n.d) *Developing A Strategic Plan and Organizational Structure. Chapter 8: Developing a Strategic Plan.* Community Toolbox. Available at: <https://ctb.ku.edu/en/table-of-contents>.
- Representing Europe's youth (2022) *European Youth Forum.* Available at: <https://www.youthforum.org/> (Accédé à: 8 April 2022).
- SALTO-YOUTH (2022) *Preparation: needs assessment.* Available at: <https://www.salto-youth.net/rc/inclusion/archive/archive-resources/inclusiongroups/inclusionethnicminorities/InclusionEmpowermentNeedsAssessment/>.
- Schroedel, J. (2020) *Trends for youth civic engagement: online, inclusive, and local.* Citizenlab. Available at: <https://www.citizenlab.co/blog/civic-engagement/trends-for-youth-civic-engagement-online-inclusive-and-local-2/>.
- Silverman, D. (ed.) (2016) *Qualitative Research.* 4th edn. Los Angeles: Sage.
- Social Impact Navigator (2022) *Social Impact Navigator – Your online tutorial.* Available at: <https://www.social-impact-navigator.org/> (Accédé à: 11 April 2022).
- Susman, G.I. (1983) *Action Research: A Sociotechnical Systems Perspective.* London: Sage Publications, pp.102.
- Tammi, L., Hendriks, A. (2008) *E. M. Power: A practical booklet on how to empower young Ethnic Minority women.* Available at: <https://www.salto-youth.net/downloads/4-17-1641/EMPowerBooklet.pdf>.
- Tiggemann, M., Hayden, S., Brown, Z. and Veldhuis, J. (2018) 'The effect of Instagram "likes" on women's social comparison and body dissatisfaction', *Body Image*, 26, pp. 90-97. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.07.002>.
- Twenge, J.M., & Park, H. (2019) 'The Decline in Adult Activities Among U.S. Adolescents, 1976-2016', *Child development*, 90, 2, pp. 638-654.
- T-EST - Transfer of Employment Support Tools for People with Disabilities (2013) *Stakeholder Analysis Report.* Available at: https://www.t-est.eu/images/t-est/wp4/wp4_n21-01_Stakeholder_Analysis_Report.pdf.
- Washington State Board for Community and Technical Colleges (2019) *Appendix A: Community Engagement Framework.* Available at :

<https://www.sbctc.edu/resources/documents/about/task-forces-work-groups/sem/community-engagement-framework.pdf> (Accédé à: 30 March 2022).

- *Youth Goals* (2018). Available at: <https://youth-goals.eu/youthgoals> (Accédé à: 25 March 2022).

Autres ressources :

- <https://circle.tufts.edu/latest-research/community-organizing-and-youth-engagement-during-pandemic>. (Accédé à: 10 June 2022).
- <https://www.docdroid.net/czsNiDa/flower-of-participation-pdf#page=4>. (Accédé à: 27 June 2022).
- https://educationanddevelopment.files.wordpress.com/2016/09/092016_learnin_g-product_achieving-meaningful-youth-participation.pdf. (Accédé à: 23 June 2022).
- European barometer: <https://europa.eu/eurobarometer/screen/home>. (Accédé à: 23 June 2022).
- https://europa.eu/youth/year-of-youth_en. (Accédé à: 23 June 2022).
- <https://ec.europa.eu/statistical-atlas/viewer/?mids=BKGCNT,BKGNT22016,C01M01,CNTOVL&o=1,1,1,0.7&ch=PEO,C01¢er=50.00349,20.02789,3&>. (Accédé à: 23 June 2022).
- https://europa.eu/youth/strategy/social-inclusion_en. (Accédé à: 27 June 2022).
- https://educationanddevelopment.files.wordpress.com/2016/09/092016_learnin_g-product_achieving-meaningful-youth-participation.pdf. (Accédé à: 27 June 2022).
- https://fcyo.org/programs/youth-community-organizing-resource-exchange-youth-core_. (Accédé à: 27 June 2022).
- <https://national-policies.eacea.ec.europa.eu/youthwiki>. (Accédé à: 27 June 2022).
- <https://www.ohchr.org/en/instruments-mechanisms/instruments/convention-rights-child>. (Accédé à: 27 June 2022).
- <https://www.unfpa.org/publications/international-conference-population-and-development-programme-action>. (Accédé à: 27 June 2022).
- <https://www.unicef.nl/files/English%20child%20friendly%20convention.pdf>. (Accédé à: 27 June 2022).

ANNEXE

Ressources utiles

- [Helping researchers become policy entrepreneurs: How to develop engagement strategies for evidence-based policymaking](#) (Overseas Development Institute)
- [Evidence and evaluation in policy making](#) (Institute for Government)
- [Communicating research for evidence-based policymaking: A practical guide for researchers in socio-economic sciences and humanities](#) (Comission Européenne)
- [Impact Toolkit](#) (Economic and Social Research Council)
- [Europe Goes Local](#) est un projet de coopération européenne visant à développer et à renforcer le travail de jeunesse au niveau local.
- [Charte européenne du travail de jeunesse local](#)
- <https://www.salto-youth.net/> formations, outils et stratégies de pointe pour les jeunes



**Une approche systématisée et numérisée
pour la reconstitution de l'engagement
communautaire dans les activités orientées
vers les jeunes (2022-2024)**



Cofinancé par le
programme Erasmus+
de l'Union européenne

Ce projet a été financé avec le soutien de la Commission européenne.
Cette publication n'engage que son auteur et la Commission ne peut
être tenue responsable de l'usage qui pourrait être fait des
informations qu'elle contient.

Numéro de projet: 2021-1-NL02-KA220-YOU-000028784