

Journée Mobilités – Tomblaine 4 octobre 2017

Atelier 1 - Information communication

Animation : CRIJ

Les freins (hors aspects financiers)

Communication difficile en secteur rural, dans les quartiers,

Collégiens et lycéens (les étudiants ont plus connaissance des dispositifs notamment par Erasmus+)

Freins culturels surtout dans les secteurs ruraux :

- Manque de transport,
- Manque de motivation, de mobilisation
- Peur de l'inconnu,
- Entourage familial, amical, professionnel
- Barrière de la langue
- Culturels, surtout secteurs ruraux,
- Financiers
- Accès à l'info pour les jeunes,
- Perte ou mauvaise d'info par des structures non expertes
- Petite taille des structures et collectivités

Complexité des infos (trop de sites internet et d'informations, des sources d'info pas toujours adaptées à tous les jeunes...)

Les besoins

- Accompagnement à l'accès à l'information surtout en secteur rural,
- Adapter les méthodes de com aux différents publics
- Aider le jeune à dépasser ses appréhensions premières (milieu social, barrière de la langue)
- Aider à la découverte du pays de destination (peur de l'inconnu)
- Convaincre le public
- Mise en réseau / annuaire/ mutualisation pour gagner du temps, plus d'efficacité,
- Aider les structures et collectivités à trouver l'info
- Témoignages de pairs à pairs, mais aussi de parents à parents et de professionnels à professionnels
- Meilleures connaissances des dispositifs existants

Les mises en situation

Objectif : Imaginer le développement d'outils plus adaptés à proposer dans les travaux du COREMOB

Situation n°3 : une ville organise un échange de jeunes avec ses villes jumelées dans le cadre d'Erasmus+, comment mobiliser les jeunes ?

Réseau d'acteurs : La mairie organise une réunion d'info et met en place un COPIL toutes les parties prenantes (jeunes, acteurs, mairie)

Mise en place d'un groupe projets pour :

- Diffuser l'information,
- Identifier les jeunes,
- Mobiliser les jeunes

MISE EN RESEAU = AXE ESSENTIEL DE DEVELOPPEMENT DES ACTIONS

Situation n° 5 : Recherche de candidats en SVE (Service Volontaire Européen)

Comment communiquer pour identifier des candidats ?

- Etablir une stratégie de communication pour développer l'attractivité du projet : pays, nature de la mission, durée
- Développer une campagne d'information proactive, adaptée et différenciée aux publics périurbains et ruraux
- Communiquer autour du projet :
 - o Auprès de structure relais (mission locale, pôle emploi), structure spécifique à la thématique (écoles spé...)
 - o Via Base de données que peuvent utiliser les jeunes
 - o Création d'outils numériques visuels ATTRACTIFS et les publier sur les réseaux (mailings, réseaux sociaux...)

Situation n° 2 : Départ de jeunes apprentis en CFA à organiser dans le cadre d'Erasmus+

Réunion d'information générale sur le dispositif :

- Equipe pédagogique (profs de pratique, histoire, anglais)
- Familles
- Jeunes
- Employeurs (plus difficile à convaincre)

Entretien individuel avec les jeunes :

- Explication des enjeux : définition de la mobilité, lieu, ce qu'il va faire, validation des compétences

Préparation, motivation, autonomie :

- Mobilité virtuelle (présentation du pays, du lieu, échange skype avec des apprentis du pays d'accueil, présentation de l'entreprise d'accueil)

Témoignage, échange avec des autres apprentis partis

Esprit d'équipe (départ en groupe)

Accompagnement

Conclusion de l'atelier :

5 axes de travail à proposer au COREMOB

- Mise en réseau des acteurs professionnels et des jeunes
- Notion d'attractivité (intérêt pour le jeune)
- Adaptation des informations auprès des différents publics
- Démultiplication de l'information à travers les réseaux et la sensibilisation des acteurs territoriaux (par exemple : à travers des formations)
- Suivre et accompagner l'information (accompagner et ne pas seulement informer)