

## Atelier 3 – Développer la dimension territoriale

**Animation :** Véronique BERTHOLLE - Réseau Express jeunes

### Introduction

D'accord / Pas d'accord

- Une année d'étude à l'étranger, c'est perdre son temps.
- La mobilité des jeunes est une obligation.
- Est-ce que la mobilité internationale des jeunes est un droit ?
- On est plus mobile quand on vient d'une famille mobile.
- Partir travailler à l'étranger car pas de travail en France, est une opportunité ?
- La mobilité internationale des jeunes est une opportunité pour le territoire du Grand Est ?

### Les mises en situation

#### 4 thématiques

- Valorisation
- Mobilité = atout
- Formation, communication et information vers les Elus
- Formation, communication et information vers les porteurs de projets

#### Valorisation :

Comment valoriser les projets de mobilité internationale sur les territoires ?

- Restitution et communication externe (médiatv...) en diversifiant les lieux de diffusion et les publics
  - Forums, échanges de pratiques, groupes de travail, témoignages, outils
  - La mobilité entrante sur le territoire favorise les échanges et l'ouverture
  - Favoriser la transmission de pair à pair (ambassadeurs), l'intergénérationnel et la valorisation des projets auprès des décideurs (Elus...)
  - Pour valoriser les territoires, il faut former les acteurs de la jeunesse (enseignants pour transmettre le goût du voyage)
  - Valoriser au fil de l'eau les actions existantes (réseaux sociaux, blogs, presse locale, sites des collectivités...)
  - Donner de la continuité aux actions existantes réalisées, donner suite aux projets
  - Création du label de mobilité, du macro au micro
- Besoins :
- 3 aspects de la valorisation
- Communication par les médias, l'organisation d'événements tels que des forums, cibler différents publics
  - Former les acteurs, que ce soit les jeunes ou les enseignants
  - Valoriser la mobilité entrante en favorisant les échanges et l'ouverture

#### Mobilité = atout :

Comment faire de la mobilité internationale des jeunes un atout pour notre région ?

- Social : autonomie, ouverture d'esprit, mieux vivre ensemble, adaptation
  - Tourisme : permettre de mieux faire connaître la région
  - Emploi : plus de compétences, plus d'employabilité
  - Economie – innovation : profit aux entreprises, réseaux, attractivité et rayonnement
  - Culture : échanges, histoire, arts
- Besoins : comment convaincre les employeurs ?
- Différents aspects
- Social et citoyenneté
  - Culture et tourisme
  - Emploi et économie

### **Formation, communication et information vers les Elus :**

Pistes concrètes d'actions à réaliser auprès des Elus, propositions en termes de communication, d'information et de formation.

- Susciter l'intérêt pour donner de la visibilité au projet
  - Définir les enjeux éducatifs pour les citoyens et les politiques
  - Etablir un diagnostic du territoire et de la population (âge, niveau socio-culturel, opinions politiques...)
  - Faire de la jeunesse une priorité (pas de politique jeunesse)
  - Identifier l'interlocuteur Elu
  - Obtenir un rdv avec l'Elu
  - Associer les Elus locaux par des événements consacrés, pour les demandes de financement et de subventions
  - Inviter les Elus aux témoignages des jeunes pour qu'ils puissent faire un constat des actions entreprises
  - Associer les médias
- Besoins :
- Faire connaître les dispositifs
  - Valoriser les témoignages des jeunes
  - Définir les enjeux éducatifs, citoyens et politiques

### **Formation, communication et information vers les porteurs de projets**

Pistes concrètes d'actions à réaliser auprès des porteurs de projets, propositions en termes de communication, d'information et de formation.

- 2 publics sous le vocable « porteurs de projets »
  - Les structures jeunesse qui envoient et accueillent, portent des projets
  - Les jeunes qui ont des projets personnels ou collectifs
    - ⇒ Stratégie d'information, communication et de formation différente
- Identifier les financements possibles pour les opérateurs grâce à un travail de veille
- Informer les acteurs du territoire via les têtes de réseau qui assurent la diffusion de l'information
- Obtenir les moyens humains dédiés aux projets de mobilité
- Informer sur les étapes de la demande de mobilité (financement, administratif...) : avant, pendant, après
- Savoir orienter les porteurs de projets vers les acteurs compétents

- Besoins :
  - Information sur les dispositifs
  - Information sur les conseillers
  - Outils pour le suivi de projet

### **Conclusions de l'atelier**

Les participants ont exprimé la volonté que ces échanges soient utiles au changement. Ils ont également indiqué que la présence d'élus et de jeunes au sein des ateliers aurait été bénéfique.