

eurodesk

# ENQUETE 2019

Mobilité et rôle de l'Information Jeunesse





**eurodesk**  
**ENQUETE 2019**

Mobilité et rôle de l'Information  
Jeunesse

**Eurodesk Brussels Link**

**Directrice de la publication : Audrey Frith**

**Auteur: Safi Sabuni**

**Maquette : Zsolt Marton et Mariana Carreiro**

**Adaptation en français : Claire Conlon**

**©Eurodesk, 2019. Tous droits réservés**

## REMERCIEMENTS

Nous tenons à remercier tous ceux qui ont contribué à la diffusion de cette enquête auprès d'un public le plus divers possible. Nous remercions particulièrement le réseau Eurodesk et l'association des anciens élèves des Balkans occidentaux pour la traduction de cette enquête en 22 langues, ce qui a permis à des jeunes de toute l'Europe de participer dans leur langue.

## PREAMBULE



Nous sommes tous d'accord pour dire qu'il n'y a pas de participation sans information. Le niveau actuel d'information sur les opportunités de mobilité en Europe est-il suffisant ? Certainement pas. Les résultats de cette deuxième enquête Eurodesk sur la mobilité à des fins d'apprentissage et le rôle de l'Information Jeunesse montre clairement qu'il reste beaucoup à faire pour toucher, connecter et mobiliser les jeunes.

Aujourd'hui, de nombreux jeunes ne connaissent pas les opportunités de partir à l'étranger qui s'offrent à eux (23,9 % des personnes non mobiles ayant répondu à l'enquête) et ont du mal à trouver les bonnes informations lorsqu'ils les cherchent (56,5 % des personnes ayant répondu).

La stratégie européenne pour la jeunesse préconise « une approche plus systématique en ce qui concerne la qualité des informations destinées aux jeunes, la communication et la diffusion, en s'appuyant sur les réseaux déjà en place ». L'une des mesures concrètes pour atteindre cet objectif consiste à proposer une Information Jeunesse de qualité aux niveaux local, national et européen : « Information et soutien en faveur des jeunes : l'égalité d'accès des jeunes à des informations de qualité sur leurs droits, leurs perspectives, sur les services et les programmes de l'Union européenne en faveur de la jeunesse peut être favorisée par la mise en place appropriée de services et plateformes d'information de la jeunesse de qualité, tels que le portail européen de la jeunesse, et grâce au soutien d'organisations européennes ». Quels challenges s'annoncent ?

Nous devons tout d'abord veiller à ce que tous les jeunes sachent ce que l'Europe peut leur offrir. La stratégie européenne pour la jeunesse encourage la « vision d'un continent où les jeunes peuvent saisir les occasions qui se présentent et promouvoir les valeurs européennes ». Il ne sera pas possible de l'atteindre si les jeunes ne connaissent pas les valeurs européennes et les opportunités qu'offre l'Europe. Il est crucial qu'ils aient accès à des sources d'information gratuites et fiables aux niveaux européen, national et local. L'information doit être cohérente, adaptée aux jeunes et personnalisée. Il faut pour cela que les professionnels de la jeunesse soient bien formés et que les différents services travaillent en synergie. Malheureusement, l'accès à l'information reste aujourd'hui très inégal. Les services d'Information Jeunesse ont besoin de davantage d'investissement, et doivent disposer de ressources humaines et financières suffisantes pour toucher tous les jeunes.

Cette enquête donne des indications intéressantes dans le contexte de la préparation de la nouvelle génération de programmes européens. Elle montre que pour de nombreux jeunes, le coût d'un séjour de mobilité à l'étranger reste inabordable, même avec une bourse européenne (59,8 % des personnes interrogées). En conséquence, et dans le contexte de la préparation des nouveaux programmes, il est nécessaire de prendre des mesures concrètes pour permettre à tous les jeunes de participer, par exemple en leur expliquant que le programme s'adresse à tous et en proposant un soutien supplémentaire aux jeunes les moins favorisés.

Bonne lecture !

Audrey Frith  
**Directrice d'Eurodesk**

## METHODOLOGIE

Ce document est consacré à la deuxième édition de l'enquête européenne Eurodesk menée en ligne par Eurodesk Brussels Link. Hébergée sur le site de consultation de la Commission européenne, elle a été traduite par le réseau Eurodesk et l'association des anciens élèves des Balkans occidentaux en 22 langues. Elle a fait l'objet d'une promotion en 11 langues dans toute l'Europe et a bénéficié du soutien d'ONG européennes et d'institutions nationales. 3 495 personnes de 53 pays d'Europe et d'ailleurs ont répondu à cette enquête entre octobre 2018 et janvier 2019.

Cette enquête s'adressait aux jeunes de 15 à 30 ans ayant une expérience de mobilité à des fins d'apprentissage ou pas. Son objectif était de connaître l'expérience des jeunes lorsqu'ils recherchent des informations sur les opportunités de mobilité.

Le questionnaire principal ciblait à la fois les jeunes mobiles et les jeunes non mobiles, avec une partie différente contenant des questions sur leurs expériences de mobilité. A l'aide des données démographiques, nous avons identifié quel impact l'âge, le pays de résidence, le contexte géographique et la situation socio-économique et financière ont sur leur capacité à participer à des opportunités de mobilité. Nous avons également demandé si les membres de leurs familles ont vécu des expériences de mobilité.

Ces statistiques nous permettent, lors de l'analyse des données, de prendre en compte le contexte dans lequel les personnes interrogées évoluent : est-ce qu'elles viennent d'une petite ville ou d'une grande ville, est-ce que leur entourage a vécu une expérience de mobilité, perçoivent-elles leur situation économique comme compatible avec une expérience de mobilité à des fins d'apprentissage, etc.

En comparaison avec l'édition précédente de l'enquête Eurodesk, le présent document fait une analyse plus profonde de la façon dont les personnes interrogées appréhendent l'information. Il explore des thèmes comme la saturation face au « trop d'information », les sources fiables et les endroits où elles préfèrent chercher et recevoir des informations. Les personnes interrogées ont aussi décrit le type d'information qu'elles utilisent et indiqué si elles la trouvent adaptée, inspirante et claire.

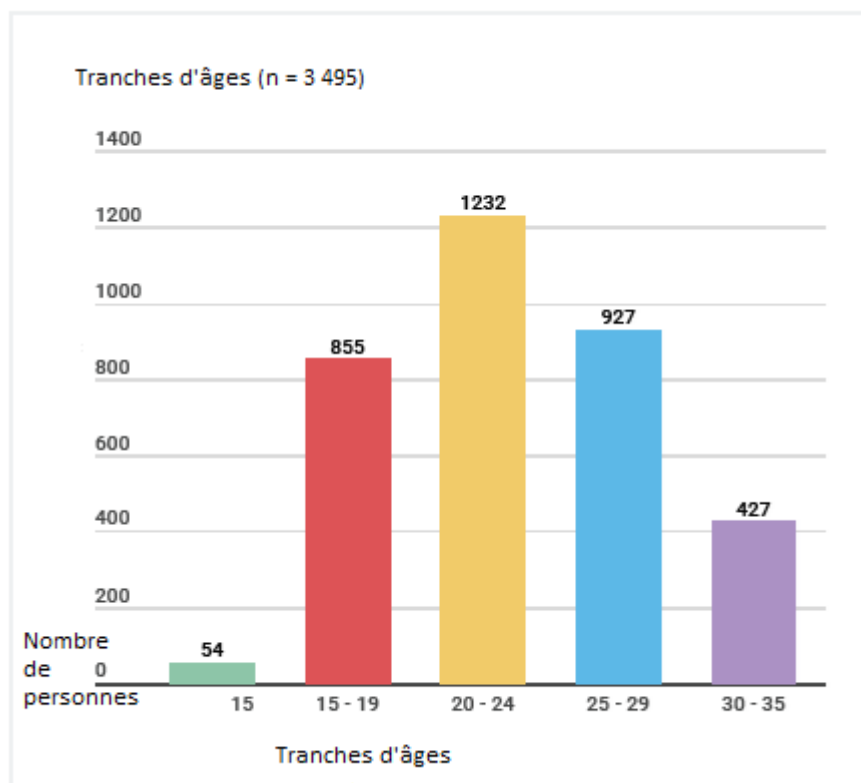
Enfin, cette enquête analyse l'orientation et comment les pratiques en Information Jeunesse pourraient être améliorées afin de mieux soutenir les jeunes à l'aide d'informations sur les opportunités de mobilité à des fins d'apprentissage. Nous leur avons demandé s'ils pensent que les services d'Information Jeunesse sont nécessaires dans leur région, quels types de services ils aimeraient avoir et quelles suggestions ils feraient pour améliorer l'Information Jeunesse.

En conclusion, des recommandations sont basées sur les résultats de cette enquête et sur l'expérience du réseau Eurodesk.

## PROFILS DES PERSONNES INTERROGÉES

### Données démographiques

Les 3 495 personnes ayant répondu à cette enquête sont de 46 nationalités différentes de toute l'Europe. La majorité ont entre 20 et 24 ans (35,3 %).



La famille et les pairs constituent la principale sources d'information et d'inspiration pour partir à l'étranger. La plupart des personnes interrogées (57,1%) viennent de familles qui n'ont pas vécu d'expérience de mobilité à l'étranger à des fins d'apprentissage (études, emploi, volontariat, formation), alors qu'une minorité de 42,9 % ont des parents ayant vécu une telle expérience.

Afin de mieux comprendre les contextes économiques des personnes interrogées en lien avec la mobilité à des fins d'apprentissage, nous leur avons demandé quelle est leur situation financière (et celle de leur famille) en formulant quatre affirmations. Ces informations nous permettent d'analyser s'il y a des différences ou des similitudes entre ces quatre catégories.

<sup>1</sup> Enquête Eurodesk 2017 sur la mobilité et le rôle de l'Information Jeunesse. (2017) Eurodesk Brussels Link

Quelle phrase reflète le mieux votre situation concernant l'accès aux opportunités de mobilité à l'étranger ? (n = 3 495)

Je peux me permettre d'aller à l'étranger avec l'aide du programme Erasmus+ (ou d'un autre programme de financement). <b>Mes parents (ou moi-même) peuvent compléter les frais de vie/d'apprentissage sans trop de problème.</b>	11,3 %
Je peux me permettre d'aller à l'étranger car mes parents (ou moi-même) peuvent couvrir les frais de vie/d'apprentissage. <b>La bourse Erasmus+ (ou d'un autre programme de financement) est un plus mais pas une obligation.</b>	28,9 %
Je pourrais me permettre d'aller à l'étranger si la bourse couvrait la totalité des frais de mobilité. <b>Mes parents (ou moi-même) ne peuvent compléter les frais de vie/d'apprentissage que dans une moindre mesure.</b>	42,4 %
Je ne peux pas me permettre d'aller à l'étranger si la bourse ne couvre pas la totalité des frais de la vie/d'apprentissage. <b>Ma famille (ou moi-même) ne peut pas compléter les frais.</b>	17,4 %

L'un des aspects importants de l'enquête de cette année est l'évaluation de liens potentiels entre la situation géographique et l'accès à l'Information Jeunesse. L'Eurobaromètre Flash de l'UE sur la jeunesse contient une partie sur la mobilité des jeunes qui montre qu'il y a des liens entre la situation géographique et les chances de pouvoir partir à l'étranger : plus l'environnement est urbain, plus il y a de chances pour que les jeunes puissent partir à l'étranger. Nos résultats confirment cette tendance. Nous avons demandé aux jeunes d'indiquer dans quelle zone géographique ils ont grandi et où ils vivent maintenant. La majorité vivent en zone urbaine (31,1 %) ou dans une ville (16,3 %), et un quart a grandi en zone rurale (25,5 %). Cela nous permet de comparer l'accès et l'appréhension de l'information avec la réalité des différents groupes démographiques.

Où avez-vous grandi/vécu la plus grande partie de votre jeunesse ? Où vivez-vous maintenant ? (n = 3 495)

	grandi	maintenant
<b>Zone urbaine</b> (plus de 100 000 habitants)	31,1 %	49,7 %
<b>Ville</b> (50 000 à 100 000 habitants)	16,3 %	17,8 %
<b>Village et périphérie</b> (10 000 à 50 000 habitants)	26,8 %	17,8 %
<b>Zone rurale</b> (moins de 10 000 habitants)	25,5 %	14,6 %
Ne se prononce pas	0,3 %	

<sup>2</sup>Eurobaromètre Flash 478. (2019) Commission européenne.





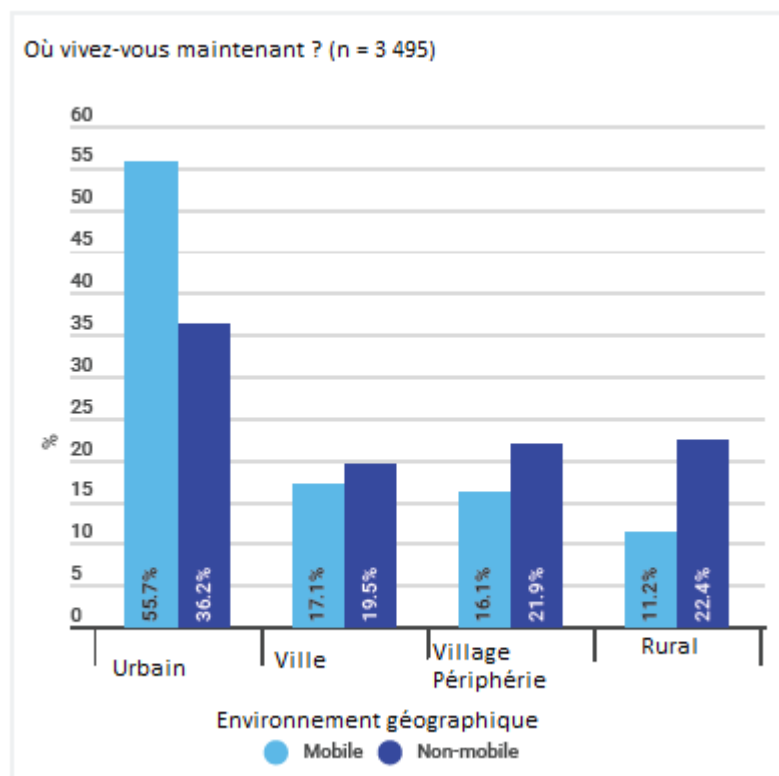
Cette enquête étant centrée sur l'expérience de mobilité à des fins d'apprentissage, nous l'avons divisée en deux parties afin d'en savoir plus sur les expériences de mobilité (69,2 %) et sur les raisons pour lesquelles les personnes interrogées ne sont pas parties (30,8 %).

#### « Non, je ne suis pas parti à l'étranger »

L'accès aux opportunités de mobilité à des fins d'apprentissage n'est pas toujours facile. Environ un tiers des personnes interrogées n'ont pas d'expérience de mobilité (n = 1 078). La principale raison en est le manque de ressources financières (38,1 %) : elles ne peuvent pas se le permettre.

La majorité des personnes non mobiles ont plus de 20 ans, mais il est important de relever que 43,2 % ont entre 15 et 19 ans. Une plus grande proportion de personnes non mobiles n'ont pas de parents ayant vécu une expérience de mobilité à l'étranger à des fins d'apprentissage (66,6% comparé à 52,9 % pour les personnes mobiles). De plus, une personne non mobile sur cinq (22,4 %) vit en zone rurale alors que le ratio est d'une personne sur 10 (11,2 %) parmi les personnes mobiles.

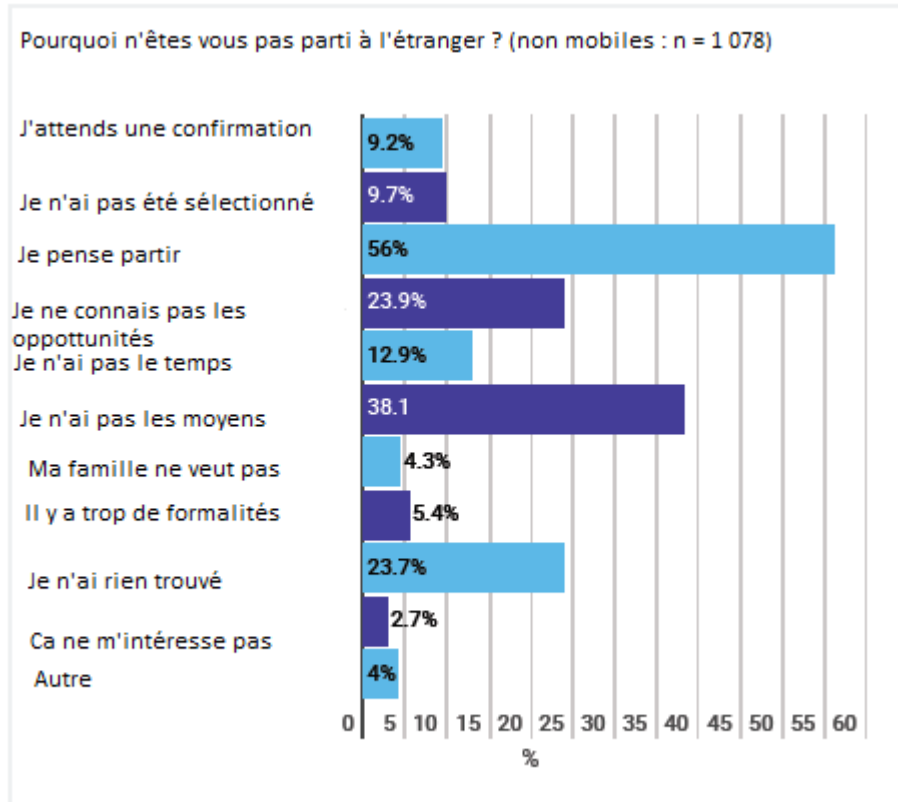
L'accès aux opportunités de mobilité à des fins d'apprentissage n'est pas toujours facile. Environ un tiers des personnes interrogées n'ont pas d'expérience de mobilité (n = 1 078). La principale raison en est le manque de ressources financières (38,1 %) : elles ne peuvent pas se le permettre.



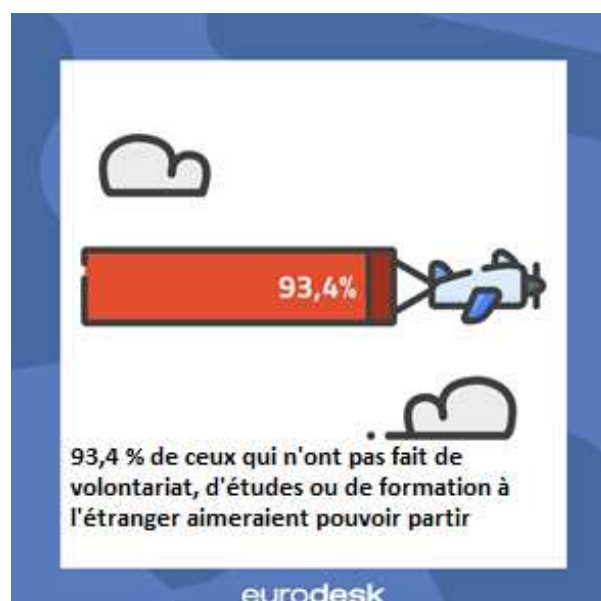
Les raisons invoquées pour expliquer pourquoi les personnes ne sont pas parties à l'étranger sont assez variées. Nous avons comparé nos résultats avec ceux de l'Eurobaromètre Flash de l'UE et constaté que les statistiques sont similaires. Les personnes qui ont participé à notre enquête avaient la possibilité de cocher une ou plusieurs raisons de ne pas partir et les tendances sont très claires. 56 % d'entre elles ont indiqué qu'elles aimeraient partir, 38,1 % ont signalé ne pas avoir la capacité financière pour couvrir les frais. Plus d'une personne sur cinq (23,9 %) a indiqué ne pas connaître les opportunités ou ne pas avoir trouvé de dispositif correspondant à ses besoins. Seulement 2,7 % indiquent ne pas être intéressées. Le manque d'accès à l'information et à l'orientation ressort des résultats de notre enquête et de celle de l'enquête de l'Eurobaromètre Flash de l'UE. De plus, la barrière financière reste très prégnante.

<sup>3</sup> Question : Indiquez votre âge (personnes non mobiles) Moins de 15 ans 4,3 % ; 15-19 ans 43,2% ; 20-24 ans - 28,7 % ; 25 – 29 ans 15,8 % ; 30 – 35 ans 8,1 %

<sup>4</sup> Eurobaromètre Flash 478. How do we build a stronger, more united Europe? The views of young people. (2019) Commission européenne



L'aspect financier reste l'un des principaux obstacles à la mobilité à des fins d'apprentissage pour des jeunes de différents milieux. Lorsque l'on compare les données socio-économiques et la mobilité à des fins d'apprentissage entre les personnes mobiles et les personnes non mobiles, la différence est claire. Le taux de participants mobiles le plus élevé se trouve dans la catégorie pour laquelle le besoin de bourse est moindre ou inexistant. Le taux de participants non mobiles est plus élevé dans les catégories pour lesquelles un soutien financier est nécessaire. Une personne non mobile sur quatre (24,4 %) indique avoir besoin d'une bourse complète pour pouvoir participer à des opportunités de mobilité alors que parmi les personnes mobiles, 14,3 % indiquent avoir besoin d'une bourse complète. **Inutile de préciser que, expérience de mobilité ou pas, les opportunités sont parfois coûteuses ou bien impliquent que l'on ait une stabilité financière permettant d'avancer de l'argent, exigence qu'une majorité des personnes ayant répondu à notre enquête ont du mal à remplir.**

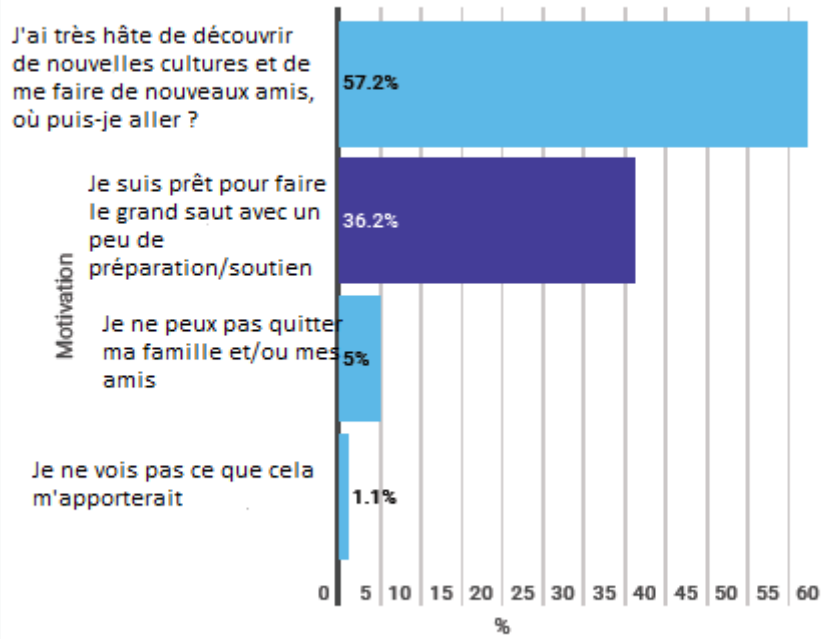


Quelle phrase reflète le mieux votre situation concernant l'accès aux opportunités de mobilité à l'étranger ? (n= 3 495)

	Tous	mobile	non mobile
Je peux me permettre d'aller à l'étranger avec l'aide du programme Erasmus+ (ou d'un autre programme de financement). Mes parents (ou moi-même) peuvent compléter les frais de vie/d'apprentissage sans trop de problème.	11,3 %	12,4 %	8,9 %
Je peux me permettre d'aller à l'étranger car mes parents (ou moi-même) peuvent couvrir les frais de vie/d'apprentissage. La bourse Erasmus+ (ou d'un autre programme de financement) est un plus mais pas une obligation.	28,9 %	31,8 %	22,4 %
Je pourrais me permettre d'aller à l'étranger si la bourse couvrait la totalité des frais de mobilité. Mes parents (ou moi-même) ne peuvent compléter les frais de vie/d'apprentissage que dans une moindre mesure.	42,4 %	41,6 %	44,2 %
Je ne peux pas me permettre d'aller à l'étranger si la bourse ne couvre pas la totalité des frais de la vie/d'apprentissage. Ma famille (ou moi-même) ne peut pas compléter les frais.	17,4 %	14,3 %	24,4 %

Enfin, les personnes non mobiles ont répondu de façon positive sur les opportunités existantes. Au total **93,4 % souhaitent vivre une expérience de mobilité**, certains indiquent être prêts à partir la semaine qui suit et d'autres avec un peu de préparation. Seulement 5 % disent ne pas vouloir quitter leur famille et passer du temps à l'étranger et 1,1 % pensent que ne rien avoir à y gagner.

Que pensez-vous de partir à l'étranger pour étudier, travailler ou faire du volontariat ? (non mobiles : n = 1 078)



## « Oui, je suis parti à l'étranger ! »

Partir à l'étranger peut être une des expériences les plus enrichissantes. La plupart des personnes mobiles ayant répondu à cette enquête (n = 2 417) sont parties à l'étranger pour s'amuser et vivre de nouvelles expériences (94,5 %), faire quelque chose qui fait sens et est utile (90,5 %) et acquérir de nouvelles compétences et améliorer leur employabilité (66,5 %). La majorité ont participé à des échanges financés par l'UE, mais des dispositifs régionaux et internationaux ont aussi été indiqués : au pair, vacances-travail, études hors Europe.

Il n'est pas toujours facile de trouver des opportunités de partir à l'étranger, comme nous le verrons dans le chapitre suivant. Parmi les personnes mobiles, 39,3 % indiquent avoir trouvé leur première opportunité de mobilité en ligne, sur des forums, des moteurs de recherche, des portails et les réseaux sociaux. La plupart indiquent aussi avoir trouvé des opportunités pour partir à l'étranger lors d'un contact en personne (84,7 %) : un enseignant, un ami, des collègues et des parents, un animateur jeunesse, une structure Information Jeunesse ou un conseiller d'orientation les ont motivés à franchir le pas.



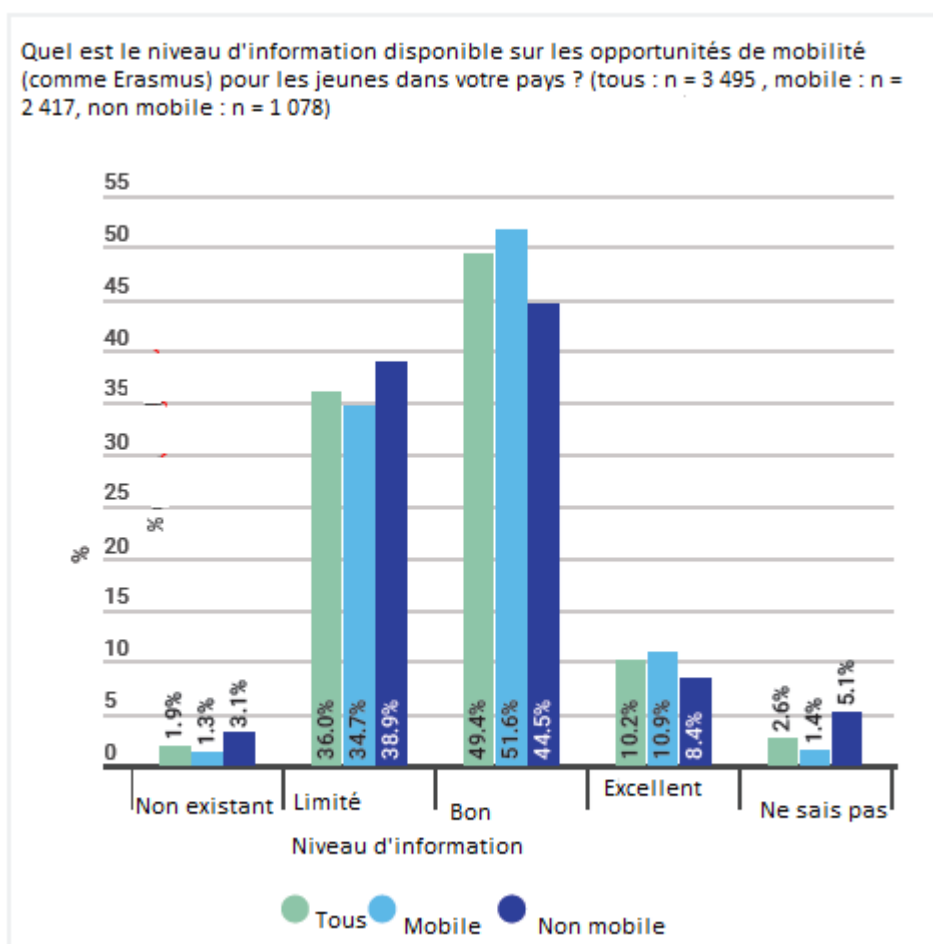
La plupart des personnes mobiles interrogées ont entre 20 et 29 ans (69,5 %). La plupart vivent en zone urbaine (55,7 %) et pensent avoir les ressources financières suffisantes pour participer à des opportunités de mobilité, avec l'aide de parents pour les frais supplémentaires ou grâce à des bourses rendant leur participation possible.

Pour les personnes interrogées non mobiles, l'aspect financier reste le principal obstacle. Malgré les obstacles, les personnes interrogées mobiles **décrivent leur expérience de mobilité comme une bonne ou une excellente expérience de développement personnel et d'apprentissage (94,7 %).**



## MOBILISER AVEC L'INFORMATION JEUNESSE

L'un des principaux objectifs de cette enquête est d'évaluer si les jeunes trouvent l'information accessible dans leurs pays, notamment les informations sur les opportunités de mobilité pour les jeunes. 59 % des personnes interrogées pensent que l'information sur la mobilité est bonne ou même excellente dans leurs pays. Toutefois, 38 % indiquent que l'information est soit limitée soit inexistante. Lorsque 'on compare les réponses des personnes mobiles avec celles des personnes non mobiles, la différence tient au pourcentage. Toutefois, les non mobiles pensent largement que l'offre d'information est pauvre.



Lorsque l'on compare comment ceux qui vivent en zone rurale et dans de petites villes évaluent l'accessibilité de l'information en comparaison avec ceux des villes et des zones urbaines, la perception est très similaire. 56,5 % des personnes interrogées vivant en zone rurale ou dans de petites villes pensent que l'information est bonne ou excellente, comparé à 61,2 % pour ceux des villes et des zones urbaines. Il est important de souligner que le pourcentage de personnes non mobiles est plus élevé dans les zones urbaines et les villes (44,3 %) par rapport aux personnes mobiles dans les zones rurales et les petites villes (27,2 %).

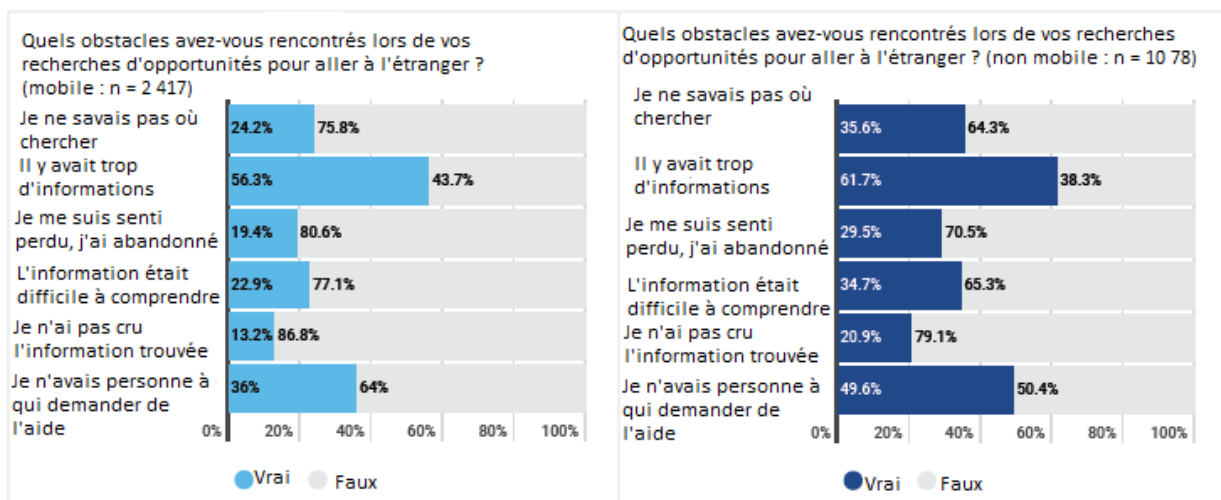
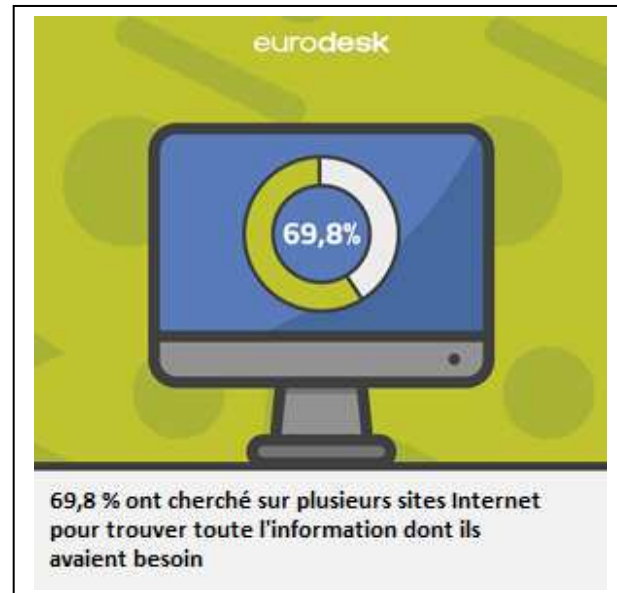
Garantir aux jeunes et aux jeunes adultes un accès aux bonnes informations, ce n'est pas se limiter à leur proposer des sites Internet, des brochures ou des pages sur les réseaux sociaux. C'est aussi **garantir que l'information offerte soit adaptée aux jeunes, c'est-à-dire exacte, fiable, facile à trouver et à comprendre et libre d'accès pour tous.**<sup>5</sup>

<sup>5</sup> Conseil de l'Europe et ERYICA. Publications sur l'Information Jeunesse, historique, résultats, compendium (2012). Conseil de l'Europe



## Obstacles dans l'accès à l'information sur la mobilité

Les structures Information Jeunesse s'engagent pour que les jeunes comprennent les informations qu'elles reçoivent et les aident en ce sens. Nous avons demandé aux personnes ayant participé à notre enquête si elles sont d'accord ou pas avec des phrases sur la façon dont elles appréhendent les informations sur la mobilité. 69,8 % d'entre elles ont indiqué avoir dû vérifier sur différents sites Internet pour trouver toutes les informations qu'elles recherchaient. 56,5 % se sont senties perdues et ont eu du mal à trouver les informations qu'elles cherchaient. Lorsque l'on prend en compte l'ensemble des statistiques, on relève quelques différences entre les expériences de participants mobiles et des non mobiles.



Notons que 49,6 % des personnes interrogées non mobiles estiment qu'elles n'avaient personne à qui demander de l'aide, soit près de la moitié des personnes interrogées non mobiles. Dans une plus grande mesure que leurs pairs mobiles, les personnes interrogées non mobiles estimaient également qu'il y avait trop d'informations pour faire des recherches, à tel point qu'elles ont abandonné (29,5 % pour les personnes interrogées non mobiles et 19,4 % pour les personnes interrogées mobiles).

Les personnes interrogées non mobiles ont également eu plus de difficultés à comprendre l'information qu'elles ont trouvée et à faire confiance aux sources, dans une plus grande mesure que leurs pairs mobiles. S'informer peut être une source de découragement et la dispersion de l'information et des ressources engendre une démotivation supplémentaire pour de nombreux jeunes.

Bien que certaines personnes interrogées ne reçoivent pas suffisamment d'informations sur les différentes possibilités (par exemple comment recevoir une aide financière et du soutien pour faire une demande), d'autres indiquent que leurs établissements s'en sortent bien dans la promotion de ces possibilités auprès des élèves/étudiants, de sorte qu'ils n'ont aucun obstacle à trouver de l'information. Certains ont mentionné que les organisations travaillant pour et avec les jeunes ne sont pas toujours suffisamment équipées, qu'elles pourraient faire mieux pour promouvoir les opportunités de mobilité. D'autres ont indiqué que les établissements devraient davantage encourager la mobilité et ne pas décourager ceux qui s'y intéressent. Essentiellement, l'information sur la mobilité doit être partagée entre un large éventail de partenaires, d'établissements, de centres de jeunes, de points d'information et de conseillers d'orientation, ainsi que de parents, d'ONG et de représentants de communautés. Comme

le précise la stratégie européenne pour la jeunesse, il est nécessaire d'adopter une approche plus systématique en matière d'information, de sensibilisation et de diffusion de qualité pour les jeunes.

« Il y a beaucoup de sources d'information, mais ça prend beaucoup de temps de trouver ce qu'on cherche et d'avoir assez d'information dessus. »

« Si on sait déjà qu'on veut partir, on finit par trouver des informations. Mais quand j'étais étudiante, je ne connaissais pas les opportunités. Il n'y a pas beaucoup d'informations dans les écoles. »

« Il n'y avait pas de freins, mais je n'ai pas trouvé beaucoup d'opportunités. »

« Différents programmes sur tellement de sites Internet différents, qui sont parfois difficiles à trouver et pour lesquels on a du mal à savoir s'ils sont officiels ou pas. J'aimerais qu'il y ait UNE grande base de données bien visible. »

« J'aimerais vraiment aller à l'étranger, mais je ne sais malheureusement pas par où commencer. »

« Je n'avais personne à qui demander plus d'informations. »

« Après mon échange Erasmus avec la fac, j'ai essayé de trouver un autre échange Erasmus, mais je me suis sentie perdue, alors je ne suis jamais repartie. »

---

Source : Enquête Eurodesk 2019

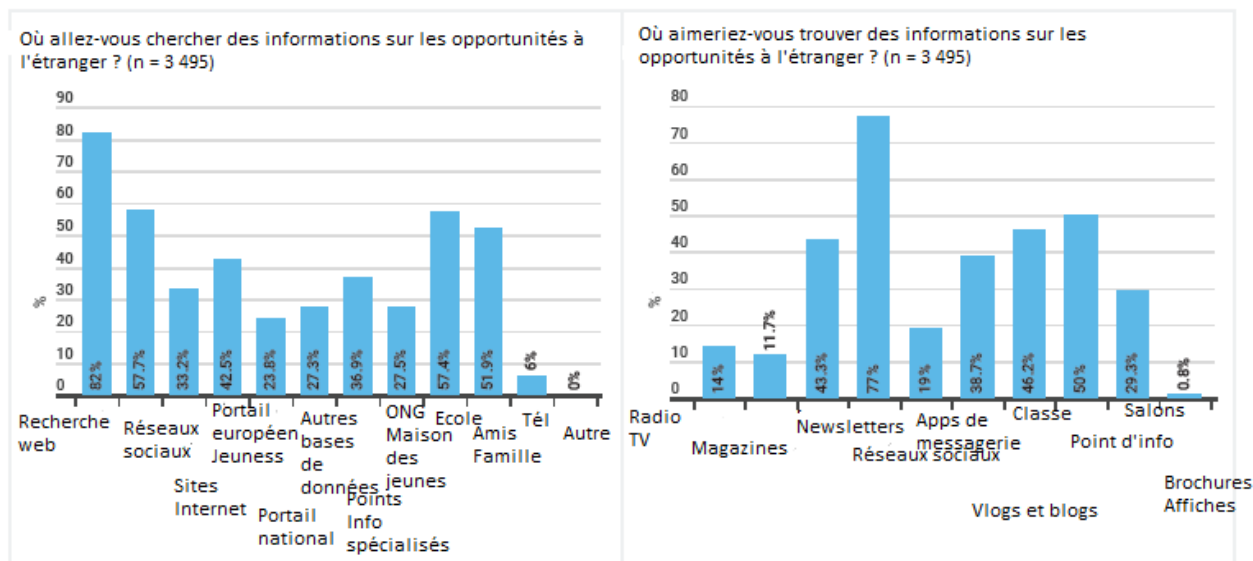
## Caractéristiques de l'information sur la mobilité

Nous avons ensuite demandé aux personnes interrogées d'évaluer les caractéristiques de l'information qu'ils ont utilisée et de décrire leur perception globale. Elles ont indiqué si elles ont trouvé l'information (en ligne et en personne) fiable, de qualité, utile et inspirante. La remarque la plus frappante qui en est ressortie est que l'information n'est pas inspirante. La question se pose de savoir comment rendre l'information plus inspirante en s'appuyant sur différentes formes de diffusion, différents canaux et différentes sources.

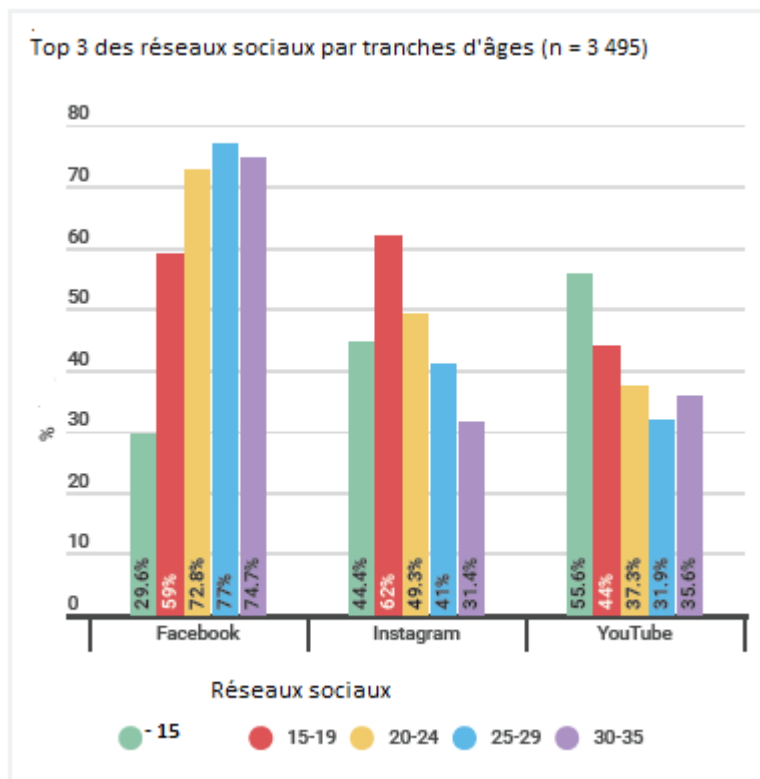


## Principales sources d'information sur la mobilité

Pour mieux comprendre les habitudes de recherche d'information des personnes interrogées, nous leur avons demandé quelle était leur principale source d'information, c'est-à-dire où elles préféreraient recevoir l'information sur la mobilité. La majorité se tournent vers les outils en ligne comme les moteurs de recherche généraux, les réseaux sociaux et les portails pour trouver des informations sur les opportunités. Ils s'adressent également aux membres de leur famille et à leurs pairs qui, à leur connaissance, ont de l'expérience ou plus de connaissances sur le sujet. En retour, ils aimeraient recevoir des informations du même type de sources. Ils apprécient l'approche « en personne » avec le milieu scolaire comme l'un des principaux fournisseurs d'information, de même que les points d'information, les salons et les événements sur les opportunités.



Dans la précédente enquête Eurodesk, les personnes interrogées appréciaient les réseaux sociaux en tant qu'outils d'information pour rechercher et recevoir des informations sur la mobilité. Nous avons donc creusé davantage pour comprendre quel type de plateformes de réseaux sociaux les jeunes utilisent pour s'informer sur les opportunités de mobilité et, par extension, où ils aimeraient recevoir de l'information. Les tendances antérieures en matière de réseaux sociaux ont montré que les plateformes comme Snapchat et Instagram devenaient de plus en plus populaires parmi les jeunes (13-18 ans) et que Facebook était de moins en moins populaire. Une réflexion qui s'est poursuivie depuis les résultats de l'an dernier est de savoir si nous envisageons de fournir plus d'informations sur la mobilité sur Snapchat et Instagram. L'enquête de cette année aide à clarifier ce que les jeunes en pensent. Snapchat a été jugé très faible (78,9 % ont dit « le moins probable ») en tant que plateforme où les jeunes chercheraient de l'information sur la mobilité, tandis que Facebook a été jugé le plus probable parmi toutes les personnes interrogées de plus de 20 ans (81,2 %). Si l'on examine les différentes tranches d'âges de l'enquête, les résultats sont similaires d'une génération à l'autre. Facebook, Instagram et Youtube sont demeurés les trois plateformes les plus utilisées à tous les âges, les légères différences étant que les moins de 15 ans ont cité YouTube et Instagram comme leurs deux principales sources, tandis que les autres groupes cibles ont cité Facebook et Instagram comme leurs deux principales sources.



## L'IMPORTANCE DU ROLE DES INFORMATEURS JEUNESSE

Après avoir évalué le lien entre les personnes interrogées et la mobilité à des fins d'apprentissage, l'information sur la mobilité et les canaux de communication qu'ils préfèrent, nous avons demandé aux personnes interrogées quel type de soutien elles trouvent utile. Les jeunes préfèrent les services adaptés à leurs besoins. 90,5 % des personnes interrogées ont répondu qu'elles aimeraient être accompagnées personnellement, avoir quelqu'un pour leur faire des recommandations, leur donner des conseils et les soutenir dans la rédaction de leur demande. Les 9 % restants ont indiqué savoir déjà ce qu'elles voulaient, ou que cela faisait partie du « voyage » à l'étranger, de tout régler elles-mêmes.

Nous avons ensuite demandé quel genre d'information les personnes interrogées aimeraient recevoir d'un conseiller en mobilité.

Sur une échelle de pertinence, voici les pourcentages obtenus : pertinent ou pas pertinent (n = 3 495)

	tous	mobile	non mobile
Informations sur les différentes bourses qui correspondent à mes besoins.	91,6 %	92,4 %	89,7 %
Informations sur le pays d'accueil (système éducatif, marché de l'emploi, structures d'accompagnement, solutions de logement, etc.) pour préparer mon expérience de mobilité.	90 %	88,5 %	93,4 %
Un soutien / coach pour <b>préparer</b> mon expérience de mobilité.	82,5 %	81,2 %	85,3 %

Le graphique montre que les participants mobiles s'intéressent davantage aux aspects techniques comme le financement et les subventions, afin de trouver de nouvelles opportunités qui leur correspondent. Alors que les personnes interrogées non mobiles souhaitent en savoir plus sur leur destination, la logistique du logement, les structures de soutien, le système d'éducation, etc. Il va sans dire que les trois catégories de domaines de soutien ont obtenu une note supérieure à 80 % lorsqu'on a demandé leur pertinence, ce qui peut donc être interprété comme trois domaines de soutien essentiels pour préparer les jeunes à une expérience de mobilité. Il est en effet important de s'adapter aux préférences du public cible pour l'information, qu'il s'agisse d'un soutien technique, culturel ou concernant la motivation.



## CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS

Dans le cadre des nouveaux programmes de mobilité pour les jeunes comme Erasmus+ et le Corps européen de solidarité, l'Union européenne vise à augmenter le financement et le nombre d'opportunités pour les jeunes. Les résultats de l'enquête Eurodesk montrent qu'il est crucial de toucher tous les jeunes et qu'il y a encore beaucoup à faire pour améliorer la qualité de l'information sur les opportunités de mobilité pour les jeunes. Cette amélioration doit être systématique et cibler toutes les structures, du niveau local à la Commission européenne. Nous formulons donc les recommandations suivantes pour que les opportunités pour les jeunes soient plus inclusives et répandues.

### Recommandations pour les prochains programmes

#### **Augmenter le soutien financier pour garantir l'inclusion dans Erasmus+**

De nouveaux critères d'attribution de l'aide financière devraient être adoptés afin de rendre Erasmus+ et le Corps européen de solidarité plus inclusifs. Les frais de vie sur place et de voyage devraient être calculés sur la base de la situation de chaque participant et du pays dans lequel il va. Les participants les moins favorisés ou en situation de handicap devraient avoir la possibilité de percevoir une subvention intégrale afin de couvrir tous leurs frais sur place et les frais de transport liés à la mobilité.

#### **Garantir la transférabilité des aides sociales nationales pendant une mobilité à l'étranger à des fins d'apprentissage**

L'aspect financier ressort comme l'un des principaux obstacles pendant les séjours à l'étranger. C'est même l'un des obstacles les plus courants pour ceux qui n'ont pas d'expérience de mobilité. Nous pensons qu'il faudrait aider les participants ayant des contraintes financières en leur permettant de voyager avec leurs allocations sociales nationales (allocations d'invalidité, prestations sociales, par exemple). Les Etats membres devraient permettre aux jeunes de percevoir ces allocations nationales pendant leur expérience de mobilité à des fins d'apprentissage à l'étranger, en complément des financements perçus dans le cadre de programmes comme Erasmus+.

### Recommandations pour les politiques jeunesse

#### **Investir dans les professionnels de l'Information Jeunesse afin de garantir un moyen inclusif et qualitatif de toucher davantage de jeunes**

Les professionnels de l'Information Jeunesse ont la possibilité de travailler à la fois en ligne (pour toucher un grand nombre de personnes à la fois) et en personne pour offrir une approche plus inclusive et individuelle. Les professionnels de l'Information Jeunesse sont étroitement liés aux réalités locales et nationales et ont la capacité de motiver ceux qui sont les plus éloignés des possibilités de mobilité et, en même temps, d'éduquer les acteurs locaux à devenir des démultiplicateurs du même message.<sup>6</sup> Les résultats de l'enquête confirment les travaux de recherche plus larges sur les habitudes en évolution rapide des jeunes qui attendent de plus en plus de services personnalisés et instantanés. Tous les animateurs jeunesse n'ont pas accès à une formation continue et à des ressources leur permettant de s'investir dans ce domaine (marketing numérique, par exemple).

Par conséquent, investir dans le développement professionnel des professionnels de l'Information Jeunesse permettra de garantir qu'ils puissent avoir un impact fort en touchant et en impliquant les jeunes et les autres parties prenantes travaillant avec et pour les jeunes.

<sup>6</sup>Cadre de compétences Eurodesk. Manuel pratique et module de formation identifiant les compétences clés des conseillers mobilité travaillant auprès des jeunes et sur les programmes européens de mobilité à des fins d'apprentissage. (2018) Eurodesk Brussels Link (2018) Eurodesk Brussels Link

### **Investir dans les services d'Information Jeunesse**

Investir dans les services d'Information Jeunesse permettrait d'adopter une approche plus stratégique de l'information des jeunes, afin de garantir une portée et un impact accrus, avec plus de personnel, plus de ressources et plus de soutien. L'investissement dans ces services devrait viser à soutenir les communautés rurales et celles qui sont les plus éloignées des opportunités, et donc viser l'objectif d'une plus grande inclusion dans la mobilité des jeunes. Investir dans les services d'Information Jeunesse permet d'assurer la qualité et l'efficacité. Les organisations de jeunesse ne devraient pas travailler isolément. Les réseaux régionaux, nationaux et européens peuvent soutenir l'échange de bonnes pratiques et le développement de l'apprentissage des organisations. Un réseau tel qu'Eurodesk offre à ses organisations membres des forums pour s'entraider lorsqu'il s'agit, par exemple, de répondre à des demandes d'information sur des pays. Les animateurs jeunesse et les organisations de jeunesse doivent être connectés entre eux ainsi qu'avec leurs partenaires clés.

### **Investir dans les portails mobilité pour en faire des points d'entrée pour l'information sur la mobilité**

Les résultats de cette enquête Eurodesk montrent que l'information sur la mobilité n'est pas toujours facilement accessible, et pour certains jeunes, la recherche d'informations est un facteur démotivant. Fournir des informations précises, à jour et complètes, d'une manière créative et facile à digérer, peut être une première expérience formidable qui pousse les jeunes à rechercher davantage de soutien et, éventuellement, à participer à une expérience de mobilité à des fins d'apprentissage. Les portails sur la mobilité comme le portail européen de la jeunesse peuvent être un point d'accès unique pour trouver toutes sortes d'informations. Ils devraient être utilisés à leur plein potentiel.

## **Recommandations pour les animateurs jeunesse**

### **Renforcer la coopération avec d'autres structures**

Afin d'apporter des réponses adéquates aux jeunes, les différents services doivent être mieux connectés. Il est essentiel de renforcer la collaboration avec les services de l'emploi, les écoles, les universités, les bibliothèques et autres établissements d'enseignement et de les doter des informations pertinentes pour leurs groupes cibles.

La coopération et l'interaction entre ces services et les structures Information Jeunesse aux niveaux local, national et européen devraient être mieux articulées. Au niveau de l'UE, la Commission européenne veille à ce que la nouvelle plateforme des parties prenantes réunisse ces acteurs non seulement pour partager leurs travaux, mais aussi pour discuter et proposer des solutions dans des domaines thématiques comme l'information sur la mobilité, l'animation jeunesse en ligne, l'orientation et le conseil en personne.

### **Proposer des activités attrayantes destinées à toucher les jeunes**

Fournir des informations et des opportunités en ligne est un moyen essentiel de toucher les jeunes. Les deux principaux endroits où les jeunes cherchent et aimeraient recevoir de l'information sont les sources en ligne (recherche en ligne 82 % et réseaux sociaux 77 %). Cela montre que ceux qui travaillent avec et pour les jeunes doivent assurer une présence numérique plus active afin de toucher un large groupe cible. Nous encourageons les structures Information Jeunesse à repenser leur diffusion et à développer une stratégie numérique pour attirer les jeunes là où ils sont actifs, mais aussi à adopter une approche qui les engage et les inspire.

### **Co-créer et évaluer des actions visant à toucher les jeunes avec les jeunes**

Afin de concevoir des activités de sensibilisation efficaces qui s'adressent à un large éventail de jeunes, les jeunes doivent jouer un rôle important dans l'élaboration des stratégies, la création et l'évaluation des activités de sensibilisation. Nous encourageons ceux qui travaillent avec et pour les jeunes à consulter et à co-créer avec les jeunes afin de concevoir des activités de sensibilisation efficaces.





## A PROPOS D'EURODESK

Eurodesk est une association internationale à but non lucratif créée en 1990 dans le but de sensibiliser le public aux possibilités de mobilité à des fins d'apprentissage et d'encourager les jeunes à devenir des citoyens actifs. En tant qu'organisation de soutien à Erasmus+, Eurodesk rend l'information sur la mobilité à des fins d'apprentissage complète et accessible aux jeunes et à ceux qui travaillent avec eux.

Avec un réseau de coordinateurs nationaux connectés à plus de 1 100 référents au niveau local dans 36 pays européens, Eurodesk est la principale source d'information des jeunes sur les politiques européennes, les informations sur la mobilité et les opportunités. Ce réseau répond aux demandes d'information et fournit des conseils aux jeunes sur la mobilité à travers l'Europe.

En savoir plus sur Eurodesk : [www.eurodesk.eu](http://www.eurodesk.eu)



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