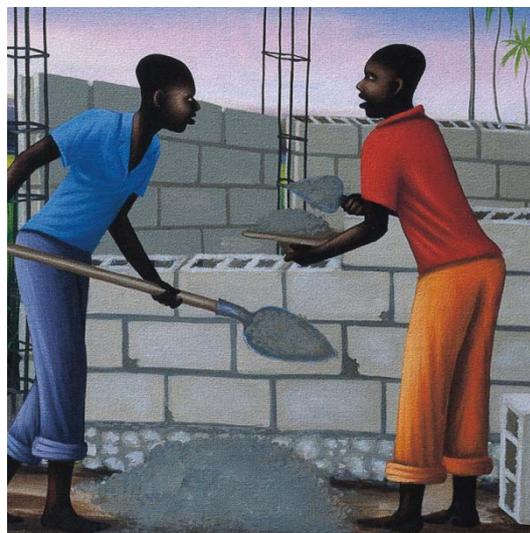
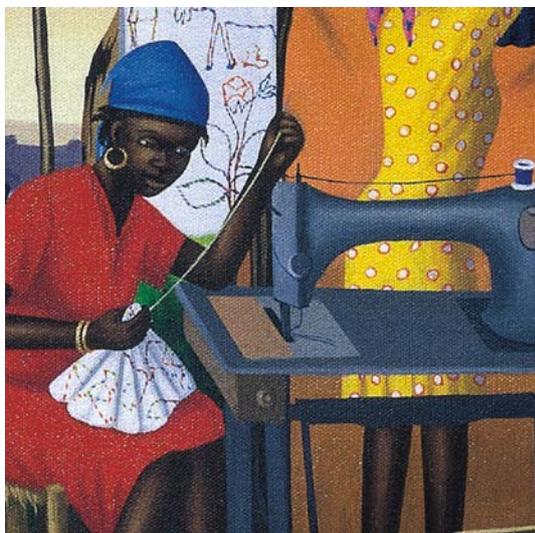
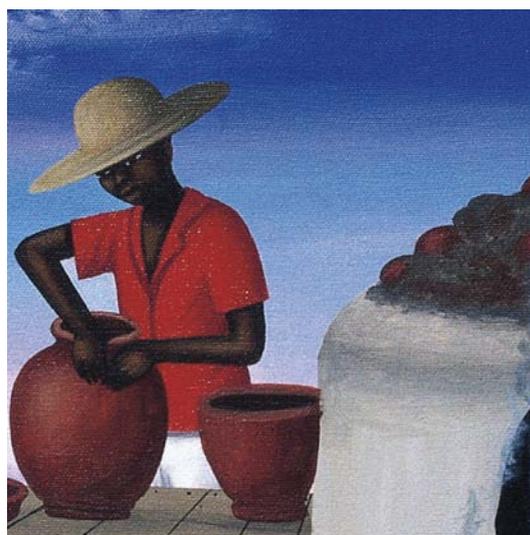
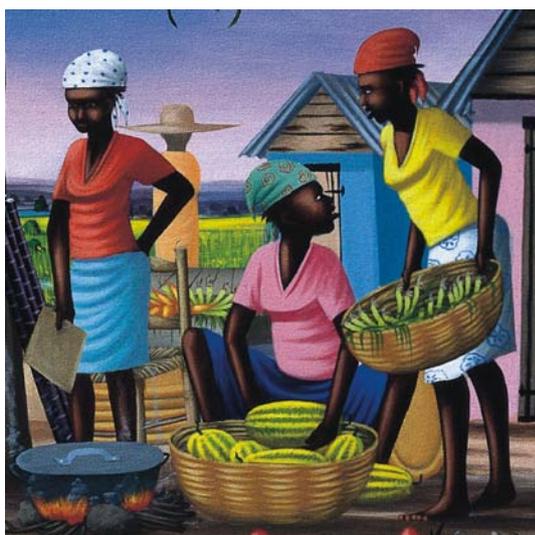


Apprendre et travailler

Développement des compétences :

Une campagne de motivation



Organisation
des Nations Unies
pour l'éducation,
la science et la culture

UNEVOC

• Centre international
pour l'enseignement et
la formation techniques
et professionnels

Apprendre et travailler

Développement des compétences :

Une campagne de motivation

Ce kit contient :

1. Un résumé
2. Des informations adressées aux intervenants
3. Un guide de l'animateur
4. Une liste des activités

En annexe :

Films et livrets « Apprendre et travailler » traitant des matériaux suivants :

- Le bois
- Métaux 1
- Métaux 2
- Ciment
- Petites machines
- Fruits 1
- Fruits 2
- Le cuir
- La poterie
- Charbon oublié
- L'eau
- Aiguille et fil

Les fichiers électroniques de ce kit sont disponibles sur le site Internet de l'UNESCO-UNEVOC à travers le lien suivant : www.unevoc.unesco.org/apprendre+travailler.

Comment utiliser ce kit

Le kit « Apprendre et travailler » contient le matériel qui servira à conduire une campagne de sensibilisation et de motivation à l'auto-emploi. Il propose des informations et des outils pour préparer et mettre en place des activités génératrices de revenus, ainsi que des films et fascicules expliquant la mise en place de projets de construction et d'auto-emploi. Ces activités sont destinées aux groupes marginalisés dans les pays les moins développés.

Ce kit est utile pour tous les acteurs impliqués dans le développement des compétences et le renforcement des capacités des populations locales défavorisées. Le but de ce kit est d'encourager les individus vivant dans des conditions économiques défavorables à développer de meilleures perspectives sociales et économiques en suivant des programmes d'enseignement et de formation techniques et professionnels (EFTP) afin d'améliorer leurs compétences professionnelles ou bien devenir des travailleurs indépendants.

Le kit est composé de plusieurs parties qui se complètent entre elles. Ce livret représente un outil de préparation et de gestion des campagnes de motivation, un « mode d'emploi ». Nous conseillons aux personnes chargées de préparer et de mener le projet d'en lire toutes les sections.

Le kit « Apprendre et travailler » est constitué des parties suivantes :

1	<p>Résumé du kit</p> <p>Cette section présente un aperçu général de chaque partie et s'utilise comme une « table des matières annotée » qui guidera l'utilisateur à travers le kit.</p>	<p>Page 3</p>
2	<p>Informations adressées aux intervenants</p> <p>Les informations adressées aux intervenants fournissent des renseignements sur les objectifs du kit, ses groupes cibles, ses intervenants et ses résultats escomptés. Cette section offre des conseils pratiques dans la gestion du projet.</p>	<p>6</p>
3	<p>Guide de l'animateur</p> <p>Tel un partenaire de travail, le guide de l'animateur a été conçu pour aider les animateurs dans l'exécution des tâches liées à la campagne. Il est rédigé dans un langage clair et simple. Le guide de l'animateur ainsi que la liste des activités soutiendront l'animateur tout au long de la campagne.</p>	<p>8</p>
4	<p>Liste des activités</p> <p>Cette partie constitue un aide-mémoire des activités à entreprendre pour les personnes actives dans la mise en place de la campagne. La liste des activités identifie les différentes étapes à effectuer pour atteindre les objectifs de la campagne : prise de conscience, motivation et poursuite de l'assistance auprès des membres du groupe cible.</p> <p>La liste servira de rappel des tâches à accomplir, des ressources nécessaires et de l'agenda à respecter. En un sens, il s'agit là d'un plan d'action. Les informations recueillies dans la liste pourront contribuer à l'évaluation et l'amélioration du kit de la campagne.</p>	<p>11</p>
5	<p>Films « Apprendre et travailler »</p> <p>Les DVD comprennent une série de douze clips vidéo, avec bande-son en anglais, en français, en portugais et en créole, présentant chacun des activités spécifiques liés à un matériau tel le bois, le métal, etc. Les films sont directement inspirés des conditions de travail des groupes marginalisés en Haïti. Ils ont été produits par l'UNESCO dans le cadre du Programme d'action mondial en faveur de l'Education pour tous, programme pour la jeunesse. Utilisés en Haïti, ils ont contribué, selon les objectifs, à motiver les groupes marginalisés à acquérir de nouvelles compétences. Le kit et ses vidéos devraient également pouvoir servir dans d'autres régions du monde.</p> <p>Les films seront essentiellement utilisés par les animateurs et formateurs, mais peuvent aussi s'avérer utiles à toute personne intéressée par le développement des compétences professionnelles.</p> <p>Les films suivants sont disponibles :</p> <p>Film 1 Le bois Film 2 Métaux 1</p>	<p>en annexe</p>

	<p>Film 3 Métaux 2 Film 4 Ciment Film 5 Petites machines Film 6 Fruits 1 Film 7 Fruits 2 Film 8 Le cuir Film 9 La poterie Film 10 Charbon oublié Film 11 L'eau Film 12 Aiguille et fil</p> <p>Santé et sécurité au poste de travail</p> <p>Les scènes représentées dans les films sont authentiques et peuvent, dans certains cas, dévoiler de mauvaises conditions de santé, de sécurité et d'hygiène au travail. C'est pourquoi le Centre international UNESCO-UNEVOC pour l'enseignement et la formation techniques et professionnels ne peut garantir la véracité des comportements dévoilés, en termes de respect des conditions de santé et de sécurité. Nous demandons aux animateurs de signaler les pratiques dangereuses présentées dans les films. Les documents internationaux de référence relatifs à l'environnement professionnel et à la santé, la sécurité et le bien-être au travail sont essentiellement la Constitution et la Déclaration de l'Organisation internationale du travail (OIT), son Rapport pour le XVIème congrès mondial et ses divers codes de pratique et conventions. Ces documents officiels et la présentation des normes internationales du travail sont disponibles sur le site Internet de l'OIT : www.oit.org. De plus amples informations sur la santé et la sécurité au travail sont présentes sur le site Internet du Centre international d'informations de sécurité et santé au travail (CIS) : www.ilo.org/public/english/protection/safework/cis (uniquement en anglais).</p> <p>Il est également recommandé aux animateurs d'avoir connaissance des normes nationales de santé et de sécurité. Certaines organisations et institutions nationales fournissant ces informations dans plus de 120 pays sont regroupées sur le lien suivant : www.ilo.org/public/english/protection/safework/cis/about/centres/allctrs.htm.</p>	
6	<p>Livrets associés aux films</p> <p>Recueillant textes, illustrations et copies des bandes-son, chacun des douze films est associé à un livret spécifique. Ils contiennent des illustrations et des textes techniques qui faciliteront la compréhension et la mémorisation des activités montrées dans les films. Les sujets suivants sont disponibles (en anglais et en français) :</p> <p>Livret 1 Le bois Livret 2 Métaux 1 Livret 3 Métaux 2 Livret 4 Ciment Livret 5 Petites machines Livret 6 Fruits 1 Livret 7 Fruits 2 Livret 8 Le cuir Livret 9 La poterie Livret 10 Charbon oublié Livret 11 L'eau Livret 12 Aiguille et fil</p> <p>Les illustrations expliquent, pas à pas, les activités réalisées dans les films. Ainsi, les livrets peuvent également servir aux personnes qui n'ont pas une maîtrise parfaite de du français écrit.</p> <p>Chacun des livrets contient une copie de la bande-son en français. Si la langue locale parlée est différente de celle dans laquelle le film est diffusé, l'animateur peut se référer au livret pour apporter des commentaires et des explications dans la langue du groupe.</p> <p>Chaque livret comporte également une section intitulée « Commentaires et observations » sur la santé et la sécurité au poste de travail. Il convient à l'animateur de lire attentivement ces recommandations avant de diffuser les films.</p>	en annexe

1. Résumé

Ce résumé propose un aperçu de l'intention première de la campagne, de la manière dont elle sera développée, et de ses objectifs. Il s'adresse non seulement aux acteurs engagés dans la gestion des campagnes sur place, mais également à toute personne intéressée par le projet. Il est fortement recommandé à tous ceux qui souhaitent jouer un rôle actif dans les campagnes de lire attentivement ce résumé, ainsi que tous les autres documents inclus dans le kit.

1.1 Raison d'être des campagnes de motivation

Le Centre international UNESCO-UNEVOC encourage à mettre en place des campagnes de motivation pour les groupes marginalisés dans les pays les moins développés. Ce projet vise à offrir une plateforme et créer un environnement aptes à motiver les personnes vivant dans des conditions économiques défavorables à s'inscrire dans des programmes d'EFTP et/ou à exercer une activité professionnelle indépendante. Ceci peut non seulement contribuer à améliorer leur situation économique mais également leur intégration sociale et leur citoyenneté. A cet effet, le Centre international UNESCO-UNEVOC a développé le kit « Apprendre et travailler. Développement des compétences : Une campagne de motivation ».

Nous invitons les partenaires des Etats membres de l'UNESCO impliqués dans le renforcement des capacités et le développement des compétences des populations défavorisées à organiser des campagnes locales à partir des ressources disponibles dans le kit.

1.2 Contexte

L'idée fondatrice des campagnes de motivation est née des films réalisés par l'UNESCO dans le cadre du Programme d'action mondial en faveur de l'Education pour tous (Projet jeunesse). Ils ont été tournés en 1997 et 1998 en Haïti, un des pays les moins développés au monde. Une grande partie de la population haïtienne vit dans des zones rurales reculées et n'a pas facilement accès à l'information, à l'éducation et la formation. C'est pourquoi les films s'adressent particulièrement à ces individus, et, lors d'un parcours d'essai les réalisateurs ont visité plusieurs villages haïtiens pour montrer les films vidéo. Les villageois ont montré beaucoup d'enthousiasme au vu des idées innovatrices du projet, la disponibilité des matériaux utilisés, la simplicité des outils et la représentation d'activités génératrices de revenus. Par conséquent, les vidéos ont été mises à la disposition d'organisations locales intéressées ainsi que certaines organisations internationales actives en Haïti. Les vidéos ont été incorporées avec succès dans les projets de développement des communautés qui se concentrent spécialement sur la jeunesse dans les zones rurales lointaines mais également dans les quartiers urbains pauvres.

Convaincu que les groupes marginalisés issus d'autres régions du monde peuvent également s'identifier aux situations vécues dans les films et bénéficier de l'expérience haïtienne, le Centre international UNESCO-UNEVOC a développé ce kit de ressources comme support aux films. Il permettra aux agents et aux animateurs d'autres pays peu développés de mener des campagnes de motivation pour le développement des compétences et de l'auto-emploi.

1.3 L'EFTP dans les pays les moins développés

La présente campagne de motivation a pour but de contribuer à augmenter la renommée de l'EFTP au sein des pays les moins développés. Dans les endroits où les groupes marginalisés n'ont pas accès à l'éducation dans des classes de l'école, et où le décrochage scolaire est élevé pour différentes raisons, l'EFTP pour le secteur informel est une alternative attrayante, et une opportunité à « gagner sa vie » et par la même occasion augmenter son niveau de vie.

L'enseignement et la formation techniques et professionnels (EFTP) sont un domaine que les États membres de l'UNESCO considèrent comme prioritaire dans le cadre des activités des programmes de l'UNESCO. Une telle priorité va de soi puisque tout prouve que l'EFTP peut jouer un rôle capital dans la promotion de la croissance économique et du développement socio-économique de chaque pays, au bénéfice des individus, de leurs familles, des communautés locales et de la société en général.

Améliorer l'éducation préparatoire au monde du travail peut contribuer à améliorer les revenus des agriculteurs frappés par la pauvreté, à donner aux citoyens une plus grande gamme de choix dans leur vie, à atténuer la pauvreté et à autonomiser des individus qui se trouveraient sinon marginalisés.

Source: Centre international UNESCO-UNEVOC, 2003 : *L'UNESCO-UNEVOC en bref*, page 5.

1.4 Le groupe cible

Le groupe cible des campagnes de motivation sont des groupes marginalisés au sein des pays les moins développés, qui n'ont aucun accès à un système d'éducation formelle et qui sont également exclus à la participation à la vie économique et sociale.

Dans un bon nombre de cas, ces individus vivent avec moins d'un dollar par jour.

Ces groupes constituent fréquemment une grande partie de la population. Il est important de subvenir à leurs besoins et de leur proposer des opportunités afin qu'ils s'engagent dans des activités économiques pertinentes et utiles. Le développement socio-économique de ces groupes ne peut qu'avoir des répercussions positives – pour eux, mais également pour leurs pays respectifs.

1.5 Les campagnes de motivation

La pierre angulaire de ce kit est une série de films qui ont déjà été utilisées avec succès en Haïti dans le but d'inciter les groupes marginalisés à acquérir des compétences. Il convient aux animateurs de faire usage de ces films afin de montrer aux gens comment acquérir des compétences de travail simples et comment produire des objets à l'aide de techniques faciles qui ne nécessitent pas d'outils sophistiqués. Nous avons complété les films d'une série de livrets destinés à aider ceux qui gèrent les campagnes à s'orienter lors de la préparation des campagnes locales et/ou pendant leur gestion.

Le kit « Apprendre et travailler » (les films et les livrets supports aux films) n'est pas un outil en soi destiné au développement de compétences mais plutôt un « agent révélateur ». Nous espérons que les groupes cible seront encouragés à entreprendre des tâches similaires à celles montrées. Il va de soi que la représentation seule de ces films ne suffira à atteindre les résultats escomptés. Une partie de la campagne consistera à guider les groupes cible dans les compétences qu'ils nécessiteront selon les occupations qu'ils veulent poursuivre, à les informer où et comment suivre une formation complémentaire, comment créer sa propre entreprise, quelles possibilités de financement existent en termes de micro-crédits, etc.

1.6 Résultats escomptés

Le Centre international UNESCO-UNEVOC souhaite que cette campagne :

- motive les membres des groupes marginalisés dans les pays le moins développés à acquérir des compétences professionnelles et/ou à s'engager dans des activités d'auto-emploi (micro entreprises) qui aideront à améliorer leur situation économique
- encourage le groupe cible à réfléchir à l'utilisation de son potentiel et à développer ce potentiel davantage afin de vaincre la pauvreté
- rende l'enseignement et la formation techniques et professionnels plus attrayant
- aide les groupes marginalisés à vaincre les barrières sociales et à s'intégrer au niveau social et économique
- instaure les valeurs de l'autosuffisance, de l'indépendance et surtout de l'auto-motivation parmi les membres du groupe cible.

1.7 La suite ?

Les campagnes de motivation nécessitent deux types de suivi :

Action locale

Le but premier des campagnes de motivation est d'inciter les membres de groupes marginalisés à s'investir dans des formations au travail et/ou à s'engager dans des activités génératrices de revenus afin que celles-ci contribuent à un niveau de vie durable.

Nous suggérons aux animateurs et facilitateurs d'apporter un conseil continu aux groupes motivés dans le choix de leur apprentissage. Les membres des groupes cible pourraient également s'orienter directement vers des activités économiques. A cet effet, les animateurs et facilitateurs devraient être en mesure de les conseiller eu égard aux activités économiques à envisager : quelles activités sont commercialisables et génératrices de profits ? Sont-elles réalisables ? Comment créer sa propre entreprise ? Les systèmes de microcrédits pourraient s'avérer être un complément utile.

La motivation seule ne changera pas les conditions de vie des groupes cible. Il est crucial que les participants, une fois motivés, ne soient pas laissés à leur sort mais soient informés des options abordables et réalistes pour un développement futur. C'est aux animateurs et aux facilitateurs impliqués dans la mise en œuvre du projet qu'incombe la responsabilité de s'en assurer.

Contribuer à améliorer le kit

Le Centre international UNESCO-UNEVOC remercie d'avance tout retour, commentaire ou suggestion qui pourrait contribuer à améliorer et à développer le kit « Apprendre et travailler ». Nous demandons aux utilisateurs du kit de remplir le questionnaire prévu à cet effet (en page 19 de ce livret) et de le retourner au Centre international UNESCO-UNEVOC.

2. Informations adressées aux intervenants

2.1 Intervenants : qui devrait être impliqué ?

Une campagne de motivation organisée localement pourra inclure une série d'intervenants qui travailleront en tant que partenaires dans la mise en œuvre des campagnes :

- Une **personne** ou une **institution responsable** dans un pays moins développé (par exemple une autorité de formation professionnelle) qui assumera la responsabilité globale pour l'exécution d'une ou de plusieurs campagnes dans un pays ou une région particulière. Cette personne ou institution sera chargée de communiquer avec d'autres intervenants afin de les mettre à jour sur les progrès ou de convoquer des réunions régulières. En outre, cette personne ou institution communiquera avec le Centre international UNESCO-UNEVOC à l'égard de la campagne et fera un rapport final à l'UNESCO-UNEVOC des expériences et des suggestions pour son amélioration (cf. la liste des activités en partie 4). Cette personne ou institution devra également assurer le financement durable de la campagne. Si l'institution elle-même n'a pas un budget suffisant à sa disposition, d'autres sources de financement doivent être identifiées, par exemple avec l'aide des autres parties prenantes.
- Un **animateur** : c'est la personne chargée de la planification et de la mise en œuvre d'une campagne au niveau local sous la coordination générale de la personne ou institution responsable. Selon l'étendue de la campagne, il pourrait y avoir plus d'un animateur.
- Des **conseillers**, disponibles pour guider les personnes intéressées en ce qui concerne les possibilités de formation et/ou sur la façon de mettre en place sa propre petite entreprise, une fois que les individus ont été motivés par la campagne. Ceux-ci travailleront en étroite collaboration avec l'animateur.
- Les **prestataires de formation** du secteur formel ainsi que du secteur informel, disponibles pour offrir à ceux qui sont motivés une formation et d'autres possibilités de développement des compétences.
- Les **décideurs locaux et dirigeants**, qui pourraient assister à identifier des groupes cible pour la campagne, qui ont le pouvoir de les rassembler, qui peuvent mettre à disposition des lieux appropriés et des ressources techniques afin de mettre à bien les campagnes.

Toutes les parties prenantes devraient former une équipe où le rôle et les responsabilités de chacun sont clairement établis.

2.2 Objectifs et activités

L'objectif principal des campagnes est de motiver les membres des groupes marginalisés dans les pays les moins développés à s'impliquer dans la formation professionnelle et à s'engager dans des activités génératrices de revenus. Ce but peut être atteint en utilisant les vidéos et les livrets pour montrer le « comment » et fournir au groupe cible les informations et conseils sur les options réalisables et réalistes d'apprentissage et de formation appropriés, ainsi que sur la création de petites entreprises par le biais de micro-crédits.

Les étapes pour atteindre l'objectif se présentent généralement comme suit :

- identifier des groupes cible qui partagent les mêmes besoins de compétences destinées à générer des revenus
- effectuer une évaluation générale du groupe cible (c'est-à-dire leurs besoins de formation et d'apprentissage, identifier les problèmes qui pourraient être abordés par le biais de la campagne de motivation)
- sensibiliser les groupes spécifiques aux opportunités à s'investir dans une formation professionnelle appropriée et dans des activités génératrices de revenus
- présenter les vidéos pertinentes pour les groupes cible spécifiques
- identifier les compétences requises pour exercer certaines activités génératrices de revenus
- informer le groupe cible sur les opportunités de formation appropriées et abordables
- faire le suivi et l'évaluation du progrès des campagnes de motivation
- évaluer l'impact des campagnes de motivation.

Avant d'entamer la planification de la campagne, une évaluation approfondie et réaliste des ressources financières et humaines nécessaires est requise afin de déterminer la durabilité de l'activité. La disponibilité des ressources aura une influence sur l'envergure de la campagne.

2.3 Le groupe cible

Le groupe cible des campagnes de motivation est composé de groupes marginalisés au sein des pays les moins développés. Il s'agit de groupes n'ayant aucun accès au système d'éducation formelle régulière et qui sont également exclus de la participation à la vie économique et sociale.

Voici quelques exemples de ces groupes :

- les jeunes en décrochage scolaire et professionnel
- les populations rurales et excentrées
- les femmes et les filles
- les minorités ethniques
- les soldats démobilisés.

Afin de mener à bien une campagne de motivation dans un contexte bien particulier, les intervenants auront à déterminer plus précisément le(s) groupe(s) cible qu'ils souhaitent atteindre au niveau local.

Les considérations suivantes pourraient guider le processus :

- Le groupe cible peut-il être atteint ?
- Existe-t-il un potentiel local d'opportunités pour le développement des compétences ? Lesquels des matériaux et processus décrits dans les vidéos pourraient être d'un intérêt particulier pour le groupe cible ? (Les activités présentées dans les vidéos qui ne sont pas pertinentes ou réalistes dans le contexte local ne devraient pas être utilisées.)
- Dans quelle mesure les questions d'équilibre entre les sexes sont-elles particulièrement pertinentes pour le groupe cible en question et comment pourraient-elles être abordées ?
- Quelle est la langue de communication du groupe ? Peut-on résoudre les problèmes de traduction ?
- Qui pourrait-être un animateur approprié pour la campagne, ayant un accès aisé et une crédibilité au sein du groupe ?

2.4 Résultats escomptés

L'exécution des campagnes de motivation devrait apporter les résultats suivants :

- une prise de conscience accrue parmi les membres des groupes marginalisés des opportunités à s'impliquer dans la formation professionnelle ou dans des activités d'auto-emploi
- une participation accrue à des activités génératrices de revenus de la part des membres des groupes marginalisés.

Les campagnes de motivation devraient en outre fournir un avis sur l'approche, l'envergure et le contenu du kit afin de permettre au Centre international UNESCO-UNEVOC de l'améliorer. Nous vous demandons à cet effet de répondre aux questions reprises dans la « Liste des activités » dès l'achèvement de la campagne et de les retourner au Centre international UNESCO-UNEVOC.

3. Guide de l'animateur

Ce « Guide de l'animateur » est destiné aux animateurs et organisateurs locaux d'une campagne de motivation. Ce guide peut être adapté aux campagnes menées de façon formelle ou informelle. Il a pour but d'aider et d'encourager ceux qui exécutent le rôle d'animateur sur le terrain.

3.1 Introduction

Vous avez été désigné comme une personne dont on s'attend à ce qu'elle joue un rôle important dans la campagne de motivation. Vous devrez établir et maintenir des contacts avec les groupes cible de la campagne. Lors de la campagne, ce sont les groupes marginalisés qui constituent le groupe cible.

L'objectif principal des campagnes constitue à motiver les membres de groupes marginalisés au sein de pays les moins développés à s'impliquer dans la formation professionnelle et à s'engager dans des activités génératrices de revenus. Ce guide fournit des suggestions et des recommandations destinés à vous aider, l'animateur, afin d'atteindre cet objectif.

Pour vouloir « prêcher », il faut tout d'abord connaître le message que l'on veut transmettre, et y croire. Vous en tant qu'animateur devriez être conscient du rôle important que vous détenez dans le cadre de cette campagne afin de développer les compétences, générer des revenus et par conséquent accroître le niveau de vie du groupe cible. C'est pourquoi vous devriez être convaincu qu'il est possible d'améliorer son niveau de vie et son niveau économique en prenant conscience des possibilités qu'offre l'apprentissage par l'utilisation de matériaux, outils et facilités disponibles localement.

Equippé de votre savoir et d'une foi dans le projet, il vous sera plus aisé d'engendrer une telle prise de conscience, d'inculquer la motivation et de prodiguer les conseils aux futurs bénéficiaires de la campagne.

Pour ce faire, les différentes tâches, les rôles et les responsabilités sont définis comme suit.

3.2 Pourquoi un animateur ?

La raison de désigner un animateur est d'établir un point d'encrage au niveau local pour la campagne de motivation. L'animateur s'assurera du flux d'informations entre les personnes impliquées localement mais fournira également des informations ainsi que des rapports à propos des expériences acquises et de l'impact de la campagne envers les personnes qui l'ont désigné.

L'animateur sera chargé d'identifier et de détecter les groupes cible parmi la population marginalisée : l'animateur devrait assez bien connaître les membres du groupe cible, être conscient de leurs besoins spécifiques et être capable d'adapter les activités à leurs besoins.

L'animateur se chargera de faire la liaison entre les participants (telles que les personnes ou l'institution responsables de la campagne, les conseillers, les formateurs et décideurs locaux), d'assurer le flux d'informations, une planification cohérente, les arrangements locaux et une gestion fluide de la campagne afin que celle-ci atteigne ses objectifs.

Vous avez été désigné comme animateur par une personne ou une institution chargée de la gestion des campagnes dans votre pays. Vous devriez avoir reçu des informations précises à propos des objectifs de la campagne de motivation en termes de compétences à développer, d'emploi du temps pour la mise en œuvre, de la manière d'accéder aux ressources et autres types de support qui vous serviront à mener une campagne, ainsi que des indications comment, à qui et quand vous devez établir un rapport des résultats et expériences acquis.

Vous êtes la personne responsable d'une campagne dans votre contexte local.

3.3 Rôles et responsabilités de l'animateur

Le rôle de l'animateur a plusieurs facettes. Un animateur devrait être en mesure d'apporter un soutien, être une source d'informations et être un partenaire pour les agents impliqués dans la campagne et bien sûr pour le groupe cible.

Un bon animateur tisse des liens de confiance avec ceux/celles avec qui il travaille. Pour favoriser l'émergence d'idées créatives, il convient de créer un climat de confiance et d'ouverture.

Un animateur accompli développe une stratégie et un plan qui tiennent compte des besoins du groupe cible et s'emploie à atteindre ce but.

Dans le contexte de la campagne de motivation, l'animateur est la personne qui travaille avec le groupe cible. Il/elle se doit de bien connaître le contexte local à l'avance afin de pouvoir adapter la campagne de motivation aux besoins et problèmes spécifiques du groupe cible. L'animateur doit s'assurer que les informations proposées au groupe cible soient pertinentes pour eux et proposent une solution concrète à leurs problèmes; dans le cas contraire l'effet de la motivation sera perdu.

L'animateur devrait prendre toutes les mesures essentielles au bénéfice du groupe cible, dont les suivantes :

- favoriser une prise de conscience et motiver pour acquérir et utiliser des compétences à des fins d'activités productives
- promouvoir l'autonomie du groupe cible afin d'accroître leur confiance, prêter conseil et orienter sur les possibilités de formation adaptées et abordables
- stimuler des activités économiques génératrices de revenus (emploi ou auto-emploi)
- fournir des informations sur la manière de mettre en place une petite entreprise et sur les systèmes de micro-crédit accessibles
- engager la communauté locale et ses dirigeants dans la campagne et dans l'obtention de ses objectifs
- favoriser l'équilibre entre les sexes : la participation égale des femmes et des hommes
- organiser des sessions formelles ou informelles ou des ateliers interactifs pour les groupes cible.

3.4 Caractéristiques de l'animateur

La caractéristique principale d'un bon animateur réside dans la confiance en la capacité du groupe cible à améliorer leurs vies à travers le développement des compétences et l'investissement dans des activités économiques bénéficiaires.

Un bon animateur doit également avoir:

- de bonnes compétences de communication et des compétences sociales
- une bonne connaissance du groupe cible, de leurs besoins, attentes et leur potentiel
- la capacité de travailler avec différents groupes de personnes qui pourraient avoir des croyances, des idées et des attentes différentes
- la capacité à ne jamais perdre de vue son rôle principal qui est d'aider le groupe cible à accroître leur niveau de vie
- une connaissance de stratégies et de moyens d'impliquer et de motiver le groupe cible
- une compréhension des façons dont les individus différents se « débrouillent »
- des compétences dans différentes manières d'atteindre l'objectif souhaité
- la capacité de surveiller, d'évaluer et de résumer les résultats et l'impact des activités de motivation.

3.5 Quelques directives pour mener à bien vos activités

Les animateurs accomplis se doivent d'être patients, respectueux envers les personnes desquelles ils ou elles s'occupent, tolérants et complètement dévoués à leur travail. Dans le cas présent, votre rôle en tant qu'animateur exige un engagement à la campagne de motivation. Vous devez être sûr d'être en mesure de parvenir à une amélioration dans les vies de la communauté cible avec laquelle vous avez choisi de travailler.

En tant qu'animateur, vous devez vous identifier avec la communauté avec laquelle vous travaillez. Pour ce faire, vous devriez disposer de très bonnes connaissances locales, par exemple, du mode de vie du groupe cible, de ses coutumes et croyances. Si vous désirez vous familiariser davantage avec le savoir local, il vous serait utile de rencontrer les dirigeants de la communauté et de travailler en étroite collaboration avec eux.

Suite à votre étroite collaboration avec les dirigeants de la communauté, vous aurez alors assez d'idées et de connaissances pour adapter votre campagne de motivation au contexte local et d'orienter vos activités afin qu'elles soient pertinentes pour les besoins du groupe cible. Vous devez relever les défis auxquels le groupe cible est confronté et clarifier comment l'enseignement et la formation techniques et professionnels (EFTP) et le développement des compétences génèrent des revenus, de l'auto-emploi et des possibilités d'emploi, ainsi que la manière dont ces formations contribuent à surmonter leurs difficultés. Par ce biais, vous créez un environnement propice à la participation active du groupe cible.

Afin de mener une campagne réussie, en tant qu'animateur vous travaillerez de près avec le groupe cible. Vous pouvez atteindre ce but en vous rendant disponible autant que possible à la communauté pendant la période entière de la campagne. Votre présence et votre engagement seront un élément guidant et motivateur du groupe cible.

Alors que vous devriez autant que possible encourager la participation de la communauté dès le départ, vous devriez également garder à l'esprit le fait qu'il s'agit là d'un processus graduel. Une façon d'impliquer le groupe cible serait d'organiser des réunions informelles ou des réunions où vous rencontrerez les personnes clés issues de la communauté locale et les former sur la manière de « transmettre le message ». Il est important que vous ayez suffisamment d'expérience et de connaissances de la campagne. Afin de mener à bien votre tâche avec succès, vous devriez être totalement familiarisé avec le contenu de ce kit. Celui-ci vous fournira également bon nombre de réponses aux questions qui pourraient survenir.

Il est également utile de commencer votre travail en abordant les problèmes et menaces typiques auxquels sont confrontés les membres du groupe cible et de les relier à des situations que vous montrerez par le biais des films. En associant ce qui est montré dans les vidéos avec les vies du groupe cible, vous pourrez attirer leur attention. Un moyen d'intéresser et de motiver les gens est de leur montrer des « histoires à succès ». Si possible, il serait utile d'associer à votre campagne des personnes qui ont amélioré leur vie en développant leurs compétences et leur créativité. Laissez-les raconter leur histoire et donnez ainsi au groupe cible un exemple tiré de la « vie réelle ». Soyez conscient que la campagne de motivation ne doit être qu'une partie d'un processus plus long. Pour vraiment faire une différence dans la vie du groupe cible, vous devez aller au-delà de la motivation. Une fois que le groupe a été motivé à suivre une formation ou à s'engager dans des activités génératrices de revenus, ils se tourneront vers vous pour de plus amples renseignements et conseils sur la manière à commencer, et par où. Par conséquent, il est important que vous ayez une connaissance approfondie des possibilités de formation accessibles et abordables et des plans locaux de crédits aux micro-entreprises. Si vous ne disposez pas de ces connaissances, il serait judicieux d'impliquer des formateurs locaux et des institutions qui proposent des services de micro-finance, tels les ONG, les coopératives de crédit, les intermédiaires financiers non bancaires, etc.

Essayez de planifier le déroulement et l'emploi du temps de vos activités. Surveillez les développements, les points positifs, les obstacles survenus et les modifications nécessaires. Les « Informations adressées aux agents » et la « Liste des activités » dans ce kit vous fourniront de plus amples informations.

Gardez contact avec ceux qui vous ont désigné comme animateur de la campagne. Partagez vos préoccupations, vos expériences, vos réussites et les lacunes avec eux. Cela aidera à améliorer le kit de la campagne, de sorte que les futurs utilisateurs et les animateurs puissent bénéficier de votre expérience.



Nous espérons que ce « Guide de l'animateur » tiendra ses promesses et qu'il vous guidera afin de devenir un animateur accompli. Nous espérons que vous atteindrez le but escompté pour la campagne « Apprendre et travailler » : sensibiliser et motiver.

4. Liste des activités

But de la liste des activités

Cette liste des activités est destinée à ceux qui planifient et exécutent les campagnes de motivation au niveau local (intervenants et animateurs). Elle devrait contribuer à atteindre le but général : motiver les membres de groupes marginalisés à s'impliquer dans la formation professionnelle et à s'engager dans des activités génératrices de revenus.

Cette liste illustre les différentes étapes préparatoires qui pourraient s'imposer ou être adaptées aux contextes locaux particuliers.

Elle sert également de point de départ pour vos réactions, recommandations et suggestions afin d'améliorer et de continuer à développer cette campagne de motivation.

Le récapitulatif des activités couvre trois étapes :

- planifier la campagne de motivation
- encadrer l'implémentation de la campagne de motivation
- évaluer la campagne de motivation.

Alors que les campagnes locales peuvent différer dans leur nature, leur groupe cible et leur organisation, cette liste des activités propose une structure générale. N'hésitez pas à ne répondre qu'aux aspects qui correspondent à votre situation spécifique et n'hésitez pas à ajouter des aspects qui vous paraissent importants même si ceux-ci n'ont pas été inclus dans la liste des activités.

N'hésitez pas à reproduire autant de copies qu'il vous est nécessaire. Et le plus important, assurez-vous d'enregistrer vos expériences et d'envoyer vos réactions au Centre international UNESCO-UNEVOC (voir les détails des coordonnées au bas du formulaire).

Identification et coordonnées

1. Nom et coordonnées (adresse postale, téléphone, fax, courriel de la (des) personne(s) chargée(s) de remplir ce formulaire :

2. Quelle était votre tâche au sein de la campagne de motivation ?

Planifier la campagne de motivation

Il convient de planifier soigneusement la campagne de motivation afin d'en minimiser les risques et d'en maximiser son succès. Bien qu'une seule personne ou institution devrait être responsable du déroulement de la (des) campagne(s) de motivation, plusieurs parties seront également impliquées dans le processus, tels que les autres participants, le groupe cible et les animateurs. Il convient que chacun soit conscient de son rôle et de ses responsabilités.

Le processus de planification devrait couvrir plusieurs aspects, voici quelques exemples:

- définir les buts de la campagne
- identifier le groupe cible
- composer l'équipe et distribuer les responsabilités
- établir un emploi du temps
- établir un plan budgétaire
- établir une évaluation des risques.

Buts de la campagne

3. Pourquoi vous êtes-vous engagé personnellement dans la campagne de motivation ?

4. Avez-vous des buts supplémentaires à l'esprit, en surcroît de ceux donnés dans la campagne de motivation ?

Groupe cible

5. Qui désirez-vous atteindre, motiver ? Quel est votre groupe cible ? Pourquoi avez-vous choisi ce groupe cible ?

6. Comment allez-vous procéder afin de contacter le groupe cible et obtenir leur accord pour mettre en œuvre la campagne de motivation ?

7. Qui pourrait vous aider dans la prise de contact avec le groupe cible ? (dirigeants locaux, centres communautaires, écoles, organisations non-gouvernementales, dépliants, affiches, etc.)

8. Comment comptez-vous annoncer la campagne ? (affiches, dépliants imprimés, communication personnelle, etc.)

9. Comment allez-vous rester en contact avec le groupe cible après la campagne afin d'établir l'évaluation de l'impact?

Participants

10. Qui devrait-être impliqué dans la planification et l'implémentation des campagnes ?

11. Quel est le rôle de chaque partie dans la planification et l'implémentation de la campagne ? Qui est responsable, et pour quoi ?

12. Quelle est la personne/institution responsable de la gestion générale de la campagne ?

13. Comment les parties vont-elles coopérer ? (Rapports sur l'état du projet réguliers ? Réunions régulières ? Si oui, où et à quelle fréquence ?)

Emploi du temps

La personne/institution responsable pour la gestion de la campagne devrait établir un calendrier réaliste qui inclut un emploi du temps pour toutes les étapes du projet à effectuer. Cet emploi du temps devrait être communiqué à tous les membres de l'équipe afin que chacun soit conscient des délais qui leur sont imposés.

14. Quand comptez-vous lancer la campagne de motivation ? (Réfléchissez au temps nécessaire de préparation. Ne perdez pas de vue les contraintes saisonnières tels que la saison des pluies qui pourrait compliquer le transport ou la saison des récoltes qui pourrait vous empêcher d'atteindre les populations rurales, etc.)

15. Quel est votre emploi du temps pour la préparation? Quels délais doivent être respectés ?

16. Quelles étapes préparatoires sont nécessaires et quelle en sera la durée ?

17. Quel est votre emploi du temps pour la gestion de la campagne au plan local ? (Un jour ? Plusieurs jours de suite ? Plusieurs ateliers pendant une longue période ? etc.)

Lieu

18. Où la campagne de motivation se tiendra-t-elle ? Combien de personnes peut-on y accueillir ?

19. Le lieu est-il facile d'accès pour les membres du groupe cible ?

20. Quel type d'équipement est-il disponible, quel équipement devrez-vous fournir vous-même ? Y-a-t'il de l'électricité sur place ?

21. Doit-on héberger l'animateur ? Si oui, où sera-t-il logé ?

Budget

La disponibilité d'un budget aura des implications pour la portée de la campagne. Les aspects suivants devront être pris en compte lorsque vous établirez un budget pour la campagne de motivation.

22. Quelles seront les ressources physiques nécessaires (imprimantes, lieu, équipement DVD, approvisionnement en électricité, écran vidéo, équipement sonore, restauration, etc.) ?

23. Avez-vous besoin de moyens de transport (pour les participants, pour les facilitateurs, pour l'équipement) ?

24. De quelles ressources humaines aurez-vous besoin et quel en sera le coût (animateurs – formation et salaires – autre personnel de soutien) ?

25. Quel sera le coût total ? Disposez-vous du budget nécessaire ? Quelles sont les sources de votre budget ? Combien de personnes espérez-vous atteindre avec ce budget ?

Evaluation des risques

Les risques sont tous les facteurs qui pourraient gêner ou porter préjudice au succès de votre activité. Le fait d'identifier à l'avance les risques possibles vous permettra d'évaluer leur impact possible sur la gestion de la campagne de motivation et de planifier des contre-mesures préventives.

26. Quels facteurs pourraient ralentir ou empêcher le succès de la campagne ?

27. Quelle est la probabilité que ces facteurs surviennent ?

28. Quel impact auront ces facteurs sur le déroulement de la campagne de motivation ?

29. Quelles mesures pourrez-vous prendre afin de minimiser ou empêcher ces risques ? Quelles contre-mesures seriez-vous capable de prendre si le problème se matérialise ?

Suivi de la campagne

Il est important de suivre le déroulement de votre campagne de motivation. Cela implique de garder un œil sur vos activités et d'observer si tout se déroule comme prévu. En vous attelant à la tâche, il vous sera possible de repérer les risques prévus et imprévus et ainsi de prendre les contre-mesures à temps. Ces informations seront également essentielles pour la planification et l'implémentation des campagnes à venir.

30. Les préparations ont-elles évolué comme prévu ? Lesquelles ont évolué différemment ? Pourquoi ?

31. Avez-vous réussi à atteindre le groupe cible? Avez-vous atteint d'autres personnes en plus des personnes prévues ? Pourquoi ?

32. Les autres agents (dirigeants locaux, employés, formateurs) s'impliquent-ils dans la campagne ?

33. Avez-vous rencontré un problème linguistique ? Si oui, comment l'avez-vous résolu ? Avez-vous présenté le projet dans la langue locale (une langue autre que celles disponibles dans la bande son) ?

34. Avez-vous rencontré des problèmes techniques (par ex. lieu, vidéo, son, transport) ? Si oui, svp. expliquez lesquels.

Evaluer la campagne

Dans le cadre de l'évaluation de la campagne de motivation, il est important d'avoir établi une analyse de fond avant d'entamer la campagne. Ainsi, il vous sera possible de comparer la situation préalable et postérieure de votre groupe cible et de voir si vos activités ont eu un impact.

35. Disposez-vous d'indications montrant que la motivation à apprendre et à travailler s'est développée parmi le groupe cible ?

36. Selon vous, quel est le facteur particulier qui a permis d'accroître la motivation ?

37. Si vous estimez que la motivation à apprendre et à travailler ne s'est pas développée, quelle en est la raison ?

38. Etes-vous au courant d'activités génératrices de compétences ou d'emploi ayant émergé suite à la campagne ?

39. Comptez-vous évaluer l'impact de la campagne une nouvelle fois au bout de quelques mois ?

40. Avez-vous l'intention de conduire d'autres campagnes de motivation ? Allez-vous recommander à d'autres personnes à en conduire ?

Améliorer le kit « Apprendre et travailler »

41. Quelles parties du kit de la campagne de motivation ont-elles été particulièrement utiles ? De quelle manière ?

42. Que manquait-il et que devrait-on ajouter à la campagne de motivation ?

43. Quelles recommandations concrètes auriez-vous à proposer pour le futur développement du contenu du kit « Apprendre et travailler » ?

44. Avez-vous des observations à formuler à propos du format de distribution du kit (matériel imprimé, films, fichiers électroniques) ?

45. Avez-vous d'autres commentaires ?

Assurez-vous qu'une copie du formulaire rempli soit envoyée à

Centre international UNESCO-UNEVOC

UN Campus, Hermann-Ehlers-Str. 10

53113 Bonn, Allemagne

Tél. : [+49] (228) 815 01 00

Fax : [+49] (228) 815 01 99

Courriel : unevoc@unesco.org

Kit « Apprendre et travailler »

Le kit « Apprendre et travailler » est réalisé et fourni par le Centre international UNESCO-UNEVOC pour l'enseignement et la formation techniques et professionnels, à Bonn, Allemagne. Le kit a pour objectif de faciliter le développement d'une campagne pour la mobilisation et la motivation des jeunes afin de leur procurer une orientation et une assistance professionnelles. L'accent a été mis sur la jeune population marginalisée du secteur informel des pays les moins développés.

Le kit consiste en huit parties. Les activités présentées dans le kit ne sont pas garanties d'une réussite financière. Son contenu est fondé sur les recherches, les témoignages et les avis d'experts. Tout a été fait dans l'esprit d'assurer l'authenticité de son contenu ; ni les auteurs, ni le Centre international UNESCO-UNEVOC ne peuvent être tenus responsables d'éventuelles informations inexactes ou de circonstances altérées.

Centre international UNESCO-UNEVOC
UN Campus, Hermann-Ehlers-Str. 10
53113 Bonn
Allemagne
unevoc@unesco.org
www.unesco.org/unevoc

ISBN 978-92-95071-19-3 (version imprimée)
978-92-95071-20-9 (version en ligne)
Tous droits réservés
© UNESCO 2011

Livrets associés aux films « Apprendre et travailler »

Les films ont été réalisés en Haïti. Nous tenons à exprimer notre profonde gratitude envers le peuple haïtien.

Coordination : Martina et Jean-Claude Ramigé
Texte : Martina Ramigé, UNESCO
Peintures : Edouard Michelet
Illustrations graphiques : Stefan Nowak, Martin Warnke
Ramigé Film Production