

# NOUVELLES GENERATIONS : COMMENT SUSCITER L'ENGAGEMENT ?

## PROFIL DES ETUDIANTS

3 à 5 étudiants

## INSTITUTION PARTENAIRE

**ATD Quart Monde – France**  
[www.atd-quartmonde.fr](http://www.atd-quartmonde.fr)

## PERSONNE RESPONSABLE DU PROJET

Hélène Pinazo Canales

Responsable de la communication

## PRÉSENTATION DE L'INSTITUTION ET CONTEXTE DU PROJET

Fondé en 1957 par Joseph Wresinski, le Mouvement ATD Quart Monde est aujourd'hui présent en France et dans 29 pays. ATD Quart Monde se bat avec les personnes les plus pauvres pour construire une société où chacun a sa place et rendre effectif l'accès de tous aux droits fondamentaux. Il est à l'origine de nombreuses avancées sociales comme le Revenu Minimum d'Insertion (ancêtre du RSA) ou la loi Territoires zéro chômeur de longue durée.

Nos actions sont de trois types :

- Agir sur le terrain, avec les personnes en situation de pauvreté, avec la volonté de s'unir autour d'un même combat pour la dignité de tous.
- Agir auprès des institutions et politiques, pour faire changer les lois et évoluer les pratiques.
- Agir auprès de l'opinion publique par des campagnes citoyennes pour faire changer le regard porté sur les plus pauvres et susciter l'engagement.

ATD Quart Monde a fêté l'an dernier ses 60 ans d'existence, 60 ans d'actions et encore du chemin à parcourir pour éradiquer la pauvreté. L'enjeu aujourd'hui et pour les prochaines années est désormais de réussir à engager les nouvelles générations pour qu'elles prennent le relais dans la lutte contre la pauvreté. Et pour susciter l'engagement, une communication externe adaptée est essentielle et incontournable. Si nous avons réussi à prendre le virage des nouvelles technologies, nous avons encore du mal à toucher et engager les jeunes générations. Et aujourd'hui, nous avons besoin d'idées, de propositions pour innover.

### CONTENU PEDAGOGIQUE DU PROJET

Nous souhaitons savoir comment adapter notre communication (tant sur le fond que sur la forme) aux nouvelles formes d'engagement de la jeunesse. Nous attendons donc d'abord une analyse de notre communication mais aussi de ce que font d'autres ONG en direction de la jeunesse. Nous avons aussi besoin d'identifier les thèmes qui attirent les jeunes (l'écologie, la culture par exemple etc.), leurs manières de s'engager et ce qui anime/motive leur engagement. Enfin nous attendons de la part du groupe projet une série de recommandations, fruits de ce travail d'observations et d'analyses, pour adapter notre communication par la suite et toucher davantage les nouvelles générations.

### RESULTAT ET PRODUITS ATTENDUS

Concernant la forme, nous attendons un rapport écrit et une présentation orale devant le pôle Mobilisation-communication et Éditions d'ATD Quart Monde. Concernant le fond, nous attendons dans une première partie une analyse de nos pratiques et de celles de nos « concurrents » du secteur tant sur la forme (les canaux, les événements, les outils espaces, influenceurs, artistes etc.), que sur le fond (quels messages ? quels thèmes ? et à qui ?) et dans une deuxième partie, une série de recommandations, tenant compte de nos spécificités et de nos moyens, pour adapter notre communication aux nouvelles formes d'engagements des jeunes (15-30 ans) avec pourquoi pas des exemples/propositions de contenus écrits, vidéos, photos pour rendre les propositions les plus concrètes possibles.

### MÉTHODOLOGIE

Nous pensons nous rendre disponibles toutes les semaines, en début de projet, pour présenter le contexte, les enjeux et travailler avec eux une problématique précise. Passé le premier mois, nous proposons un RDV physique une fois par mois pour faire le point et le reste de temps nous serions joignables par téléphone et mail pour toute question.

Pour le travail en lui-même nous restons très ouverts aux propositions des étudiants mais nous envisageons qu'ils puissent réaliser des entretiens avec des personnes et des structures qui nous semblent intéressantes pour ce travail : services de communication d'ONG, agences de communication, médias, influenceurs, jeunes engagés (par exemple sur des lieux physiques, lors d'événements associatifs, ou sur le web) tant au niveau national qu'au niveau local. Nous pourrions les orienter au besoin dans l'identification de ces structures/personnes et les mettre en contact avec certaines d'entre elles pour la réalisation de ces entretiens physique ou téléphoniques.

### CALENDRIER

Le calendrier sera précisé lors de la première réunion de travail.

### LOGISTIQUE

Les étudiants auront accès à la salle des projets collectifs de Sciences Po, munie d'un ordinateur, d'un écran plasma, d'une imprimante et d'un téléphone. Nous mettrons à disposition une salle pour les étudiants quand ils viendraient dans nos locaux.