



# Défis & Recommendations Le Le Guide

Communication  
inclusive et accessible  
dans le secteur jeunesse

That's  
clear!



Cofinancé par  
l'Union européenne

# That's clear!

## DÉFIS ET RECOMMANDATIONS

### LE GUIDE

Communication inclusive et accessible  
dans le secteur jeunesse



Cofinancé par  
l'Union européenne

Cofinancé par l'Union européenne. Les points de vue et opinions exprimés n'engagent toutefois que leurs auteurs et ne reflètent pas nécessairement ceux de l'Union européenne ou de l'Agence exécutive européenne pour l'éducation et la culture (EACEA). Ni l'Union européenne ni l'EACEA ne peuvent en être tenues responsables.

## **INDEX**

<b>Informations générales sur le projet</b>	<b>2</b>
1. Présentation du projet et de ses objectifs	2
2. Objectif de cette publication	3
<b>Aperçu des organisations de jeunesse en Europe</b>	<b>5</b>
1. Qu'est-ce qu'une organisation de jeunesse ?	5
1.1. Définition du terme « jeunesse » et profils des personnes qui ont recours à ces services	5
1.2. Situation actuelle, statistiques et contacts clés par pays partenaire	6
<b>Obstacles à la communication</b>	<b>16</b>
1. Le rôle de la communication dans l'inclusion sociale	16
2. Obstacles – introduction	17
2.1. Les obstacles rencontrés par les jeunes	17
2.2. Les obstacles rencontrés par les animateurs socio-éducatifs	18
2.3. Principaux formats de communication	20
<b>Bonnes pratiques</b>	<b>23</b>
1. Italie	23
2. Espagne	24
3. Autriche	25
3. Belgique	27
4. France	28
<b>Introduction aux outils et approches</b>	<b>29</b>
1. Accessibilité vs inclusion	29
2. Conception inclusive	30
3. Communication durable et écoresponsable	33
4. Langage clair	34
<b>Dix recommandations</b>	<b>37</b>
<b>Conclusion et références</b>	<b>39</b>

## Informations générales sur le projet

### 1. Présentation du projet et de ses objectifs

**That's Clear!** est un projet transnational mené dans le cadre du programme Erasmus+ qui répond au besoin urgent d'une communication inclusive au sein des services destinés aux jeunes à travers l'Europe. Ce projet vise essentiellement à promouvoir le langage clair comme outil puissant pour rendre l'information plus accessible aux jeunes marginalisés, notamment les migrants, les jeunes en décrochage scolaire et ceux souffrant de troubles cognitifs.

Le projet s'aligne sur trois priorités clés d'Erasmus+ :

1. **Inclusion et diversité dans le travail avec les jeunes** – lutter contre les barrières de communication qui empêchent les jeunes vulnérables d'accéder aux services.
2. **Améliorer la qualité et la reconnaissance du travail auprès des jeunes** – doter les animateurs socio-éducatifs de nouveaux outils de communication afin de mieux soutenir leurs groupes cibles.
3. **Transformation numérique** – intégrer des ressources numériques interactives pour professionnaliser et moderniser le travail auprès des jeunes.

Partout en Europe, les organisations de jeunesse sont confrontées à des défis communs : formation limitée en matière de communication, pratiques inclusives sous-utilisées et outils inadéquats pour atteindre les jeunes défavorisés. Près de la moitié des adultes européens ne possédant pas les compétences nécessaires en matière d'alphanumerisation (OCDE), ce fossé communicationnel est devenu un obstacle majeur à l'inclusion.

« That's Clear ! » répond à ce besoin en introduisant le langage clair, déjà une norme établie dans les domaines juridique et administratif, dans le secteur de la jeunesse. Le langage clair suit les directives internationales (ISO 24495-1:2023) et offre un cadre plus large et adaptable pour une communication inclusive. Il simplifie le contenu en utilisant un vocabulaire clair, une structure logique et un support visuel, rendant l'information compréhensible sans en diluer le contenu.

**Le projet vise à :**

- **Éliminer les barrières de communication** en développant des brochures, des infographies et des outils d'évaluation accessibles grâce à des ateliers de co-diagnostic centrés sur les jeunes.
- **Former les animateurs socio-éducatifs** à l'aide d'un cours en cinq modules (en présentiel et en ligne) sur le langage clair, complété par une boîte à outils numérique interactive et une certification Youthpass.
- **Tirer parti des outils numériques** pour plus de flexibilité et un impact plus large, en utilisant un logiciel d'évaluation de la clarté, des outils de contenu visuel et une plateforme en libre accès pour héberger les ressources.

Ce qui distingue « That's Clear ! », c'est son approche innovante et participative. Les jeunes ayant un faible niveau d'alphabétisation sont directement impliqués dans l'identification des problèmes et l'élaboration de solutions, ce qui garantit que les outils sont pratiques et pertinents. En outre, le projet s'appuie sur l'expertise diversifiée de ses partenaires, allant de l'édition inclusive et de l'alphabétisation au théâtre social et au leadership des jeunes, réunissant les meilleures pratiques de tous les secteurs et de tous les pays.

En favorisant les synergies intersectorielles entre le travail auprès des jeunes, l'éducation et la formation, le projet amplifie sa portée et sa durabilité. Il pourrait également avoir un impact dans d'autres domaines tels que le sport, où une communication inclusive peut renforcer la participation des jeunes marginalisés.

En fin de compte, « That's Clear ! » envisage un secteur de la jeunesse où chacun, quel que soit son niveau d'alphabétisation, ses capacités ou son origine, a un accès égal à l'information et aux possibilités de s'engager, d'apprendre et de diriger.

## 2. Objectif de cette publication

Ce guide sur la communication claire et inclusive dans le secteur de la jeunesse est l'un des principaux résultats du projet « That's Clear ! », développé dans le cadre du Work Package 2 : « Diagnostic des besoins et des pratiques inclusives pour les jeunes ». Son objectif est d'identifier les défis en matière de communication auxquels sont confrontés les jeunes marginalisés, tels que ceux souffrant de troubles cognitifs, ayant

un niveau d'alphabétisation limité ou confrontés à des barrières linguistiques, lorsqu'ils accèdent aux services destinés à la jeunesse.

**Le guide a été élaboré dans le cadre d'un processus participatif et fondé sur la recherche. Il rassemble les conclusions suivantes :**

- **Une cartographie des pratiques de communication** actuellement utilisées dans les services destinés aux jeunes dans les pays partenaires,
- **Une série d'ateliers de co-diagnostic** impliquant des animateurs socio-éducatifs et des jeunes marginalisés, visant à identifier les obstacles et à co-créer des stratégies de communication inclusives.

**En combinant ces données et les commentaires directs des jeunes et des professionnels, le guide offre :**

- Un aperçu clair des obstacles à la communication qui affectent les jeunes marginalisés
- Une synthèse des stratégies et des outils inclusifs actuellement utilisés ou nécessaires
- Une série de recommandations pratiques et concrètes pour améliorer l'accessibilité de la communication dans les services destinés aux jeunes.

Cette publication est destinée aux animateurs socio-éducatifs, aux éducateurs, aux organisations de jeunesse et aux institutions publiques qui cherchent à rendre leurs services plus inclusifs. Elle soutient les objectifs plus larges du projet « That's Clear ! » : favoriser l'inclusion sociale, responsabiliser les jeunes dans la prise de décision et doter les professionnels de la jeunesse d'outils pour une communication plus efficace et plus équitable.

Grâce à ses recommandations, elle vise à favoriser un changement à long terme dans la manière dont les services destinés aux jeunes communiquent, en mettant l'accent sur la clarté, l'accessibilité et l'inclusion.

# Aperçu des organisations de jeunesse en Europe

## 1. Qu'est-ce qu'une organisation de jeunesse ?

Les organisations de jeunesse sont des groupes formels ou informels qui offrent des opportunités éducatives, culturelles, sociales ou civiques à des personnes âgées généralement de 13 à 30 ans. Leur mission est de soutenir les jeunes dans leur participation civique et démocratique, leur développement personnel et leur inclusion sociale. Elles peuvent prendre la forme d'ONG, d'associations, de coopératives, de groupes d'étudiants, de clubs culturels ou d'initiatives communautaires.

### 1.1. Définition du terme « jeunesse » et profils des personnes qui ont recours à ces services

- **Perspective européenne :**

La stratégie de l'UE en faveur de la jeunesse définit les « jeunes » comme les personnes âgées de 13 à 30 ans.

- **Profils des participants:**

- Tout jeune en transition vers l'âge adulte, y compris souvent ceux qui sont confrontés à des difficultés
- Les « jeunes migrants » qui doivent s'adapter à de nouveaux contextes sociaux et linguistiques.
- Les « jeunes en décrochage scolaire » à la recherche d'autres voies d'éducation ou d'emploi.
- Les « jeunes souffrant de troubles cognitifs ou d'apprentissage » nécessitant une communication adaptée.
- Les « NEET » (Not in Employment, Education, or Training) menacés d'exclusion sociale.
- Les « jeunes engagés civiquement » qui participent à des projets de bénévolat, d'activisme ou culturels.

## 1.2. Situation actuelle, statistiques et contacts clés par pays partenaire



### A. Contexte du secteur de la jeunesse en Italie

#### **Contexte structurel et politique :**

La politique italienne en faveur de la jeunesse repose sur un cadre de gouvernance à plusieurs niveaux. Au niveau national, le département des politiques de la jeunesse et du service civique universel, placé sous la présidence du Conseil des ministres, est chargé de la stratégie et des mécanismes de soutien. En outre, l'agence nationale italienne AIG-Agenzia Italiana per la Gioventù supervise la mise en œuvre du programme Erasmus+ et joue un rôle essentiel de liaison entre les priorités de l'UE et leur exécution au niveau national. Parallèlement, les régions, les provinces autonomes, les autorités locales et les organisations de la société civile (y compris les ONG et les associations de jeunesse) jouent un rôle essentiel dans la mise en œuvre et l'engagement du programme.

#### **Définition de la « jeunesse » et contexte démographique :**

L'Italie ne fixe pas légalement de tranche d'âge pour les « jeunes » : celle-ci varie selon les initiatives. Cependant, la limite inférieure est généralement fixée à 14 ans, tandis que la limite supérieure peut varier en fonction de l'orientation politique ou de la cible (principalement 28, 30 ou 35 ans).

Sur le plan démographique, l'Italie se caractérise par un vieillissement rapide de la population et une diminution de la cohorte des jeunes. En 2024, la proportion de personnes âgées de 0 à 14 ans s'élevait à environ 12,9 %, tandis que la tranche d'âge des 15-24 ans représentait environ 9,6 % de la population. Le nombre de jeunes adultes âgés de 18 à 34 ans est passé de 13,39 millions en 2002 à 10,33 millions en 2023, soit une baisse de 22,9 %, ce qui souligne un changement démographique important. Les projections de l'ISTAT (Institut national de statistique) indiquent que la population en âge de travailler (15-64 ans) diminuera de plus de 20 % d'ici 2050, passant de 63,5 % actuellement à seulement 54,3 %.

#### Défis :

- **Chômage des jeunes**

Les jeunes Italiens ont du mal à entrer sur le marché du travail, le taux de chômage des jeunes (âgés de 15 à 24 ans) oscillant autour de 20,1 % en juin 2025 et reflétant des disparités régionales persistantes.

- **NEET (jeunes qui ne sont ni étudiants, ni employés, ni stagiaires)**

Le taux de NEET en Italie est particulièrement élevé : il s'élevait à 16,1 % en 2023, bien au-dessus de la moyenne européenne d'environ 11,2 %, et était particulièrement élevé dans les régions du sud comme la Sicile et la Campanie, où il dépassait 27 %.

- **Risque de pauvreté et d'exclusion sociale**

Le rapport de l'ISTAT « La pauvreté en Italie » estime qu'en 2022, un peu plus de 2,18 millions de familles vivaient dans des conditions de pauvreté absolue.

L'incidence des familles en situation de pauvreté absolue est confirmée comme étant plus élevée dans le Sud (10,7 %), tandis qu'elle diminue considérablement dans le Nord, en particulier dans le Nord-ouest (7,2 %), et qu'elle est la plus faible dans le Centre (6,4 %).

En ce qui concerne les groupes d'âge, l'incidence de la pauvreté absolue est de 13,4 % chez les mineurs, de 12 % chez les jeunes âgés de 18 à 34 ans (en hausse par rapport à 2021) et reste élevée (9,4 %) dans la tranche d'âge 35-64 ans, tandis qu'elle reste inférieure à la moyenne nationale pour les personnes de plus de 65 ans (6,3 %).

#### Contacts/acteurs clés

Sciara Progetti A.P.S. - E.T.S. Sara Curioni [europe@sciaraprogetti.com](mailto:europe@sciaraprogetti.com)

#### Ressources :

- European Commission, Youth Wiki – Countries - Italy – 9. Youth and the World, 2024, <https://national-policies.eacea.ec.europa.eu/youthwiki/chapters/italy/9-youth-and-the-world?>, consulté le 2 October 2025.
- European Commission, Youth Wiki – Countries - Italy – 4. Social Inclusion – 4. General context, 2024, <https://national-policies.eacea.ec.europa.eu/youthwiki/chapters/italy/41-general-context>, consulté le 2 October 2025.
- Uniser, Eumove, NEETs in Europe: Focus on Italy, Spain and Portugal, 2025 <https://uniserblog.net/2025/08/05/neets-in-europe-focus-on-italy-spain-and-portugal/>, consulté le 2 October 2025.
- Reuters, Italy June unemployment rate falls to 6.3% with 16,000 jobs created in month, 2025, <https://www.reuters.com/en/italy-june-unemployment-rate-falls-63-with-16000-jobs-created-month-2025-07-31/>, consulté le 2 October 2025.
- M. Montasser, The NEET problem in Italy – a complex phenomenon to be solved, European Student Think Tank, 2022, <https://esthinktank.com/2022/04/19/the-neet-problem-in-italy-a-complex-phenomenon-to-be-solved/>, consulté le 2 October 2025.
- Caritas Italiana, Caritas Cares Poverty and social exclusion among young people Italy Report November 2017, 2017, <https://www.caritas.eu/wp-content/uploads/2023/06/171106-PU-Caritas-cares-youth-poverty-country-report-italy.pdf>, consulté le 2 October 2025.

## **B. Contexte du secteur de la jeunesse en Autriche**

#### **Contexte structurel et politique :**

L'Autriche dispose d'un réseau dense et diversifié d'organisations de jeunesse couvrant un large éventail d'intérêts, allant de la culture, l'éducation et l'environnement à la religion, les loisirs et le sport. Le Conseil fédéral de la jeunesse (BJV) joue un rôle central de direction et de coordination et veille à ce que les jeunes soient visibles sur le plan politique, culturel et social. Les grandes organisations de jeunesse touchent chacune plus de 50 000 jeunes et contribuent ainsi de manière importante à promouvoir la participation et l'engagement des jeunes.

Le financement des organisations de jeunesse est complexe. Il provient du gouvernement fédéral, des États fédérés et des municipalités, complété par des programmes de financement de l'UE et leurs propres ressources. Le niveau européen,

en particulier, offre des possibilités supplémentaires, par exemple en encourageant la mobilité internationale des jeunes et les projets transnationaux.

Le « Netzwerk Berufliche Assistenz » (réseau d'aide à l'emploi), financé par le Service du ministère des Affaires sociales (SMS), est un instrument important pour soutenir les jeunes défavorisés. Il s'adresse principalement aux jeunes menacés d'exclusion et aux personnes handicapées. Le NEBA propose six services de base gratuits dans toute l'Autriche : accompagnement des jeunes, formation, aide à l'emploi (BAS), accompagnement professionnel, aide au travail et services aux entreprises. Le groupe cible est constitué de jeunes de la 9e année jusqu'à environ 24 ans, de personnes rencontrant des difficultés d'apprentissage ou un handicap, et de personnes socialement défavorisées. Les élèves de 9e année ont entre 14 et 15 ans. L'objectif est d'offrir à ces jeunes le meilleur soutien possible dans leur transition de l'école à la formation ou au travail. Plus de 200 organisations régionales dans toute l'Autriche travaillent à la mise en œuvre de ce programme. À cette fin, des données détaillées sont collectées dans chaque Land.

En outre, de nombreuses associations et fédérations subventionnées, telles que l'Association alpine et la Croix-Rouge autrichienne de la jeunesse (ÖJRK), apportent une contribution importante pour atteindre et soutenir les jeunes grâce à des services à faible seuil d'accès. Ces organisations sont souvent soutenues dans leur travail par des financements de projets.

#### Défis :

- **Chômage des jeunes**

En Autriche, le taux de chômage des jeunes s'élevait à 10,4 % en 2024.

- **NEET**

Le taux NEET indique la proportion de jeunes âgés de 15 à 24 ans qui ne sont ni scolarisés, ni employés, ni en formation formelle, en pourcentage de la population résidente. Avec un taux de 8,7 % (femmes : 8,8 % et hommes : 8,6 %), l'Autriche se situe dans la moyenne (+0,6 point de pourcentage de plus qu'en 2022).

#### Contacts clés / acteurs

Sonja Pichler LebensGroß GmbH sonja.pichler@lebensgross.at

**Ressources :**

- Bundeskanzleamt, Bundes-Jugendvertretung, Wien, Bundeskanzleramt, 2024, <https://www.bundeskanzleramt.gv.at/agenda/jugend/jugendpolitik/bundes-jugendvertretung.html>, consulté le 2 octobre 2025.
- Bundes Jugend Vertretung, Über die BJV, Österreichische Kinder- und Jugendvertretung (ÖJV), Vienne, 2024, <https://bjv.at/ueber-die-bjv/>, consulté le 2 octobre 2025.
- Bundes-Jugendvertretung, Here We Are. We make your voice heard!, Vienne, 2017, [bjv-imagebroschuere-engl\\_2auflage\\_web.pdf](bjv-imagebroschuere-engl_2auflage_web.pdf), consulté le 2 octobre 2025.
- Bundesnetzwerk Österreichische Jugendinfo, Österreichische Nationalagentur, Jugendarbeit in Österreich, 2025, <https://jugendarbeitinoesterreich.at/oesterreichische-nationalagentur/>, consulté le 2 octobre 2025.
- NEBA-Angebote 2024, [https://www.bundeskost.at/wp-content/uploads/2025/03/Datasheets\\_Oesterreich\\_2024.pdf](https://www.bundeskost.at/wp-content/uploads/2025/03/Datasheets_Oesterreich_2024.pdf), consulté le 2 octobre 2025.
- Sozialministeriumservice, NEBA – Netzwerk Berufliche Assistenz, 2024, [https://www.sozialministeriumservice.gv.at/Menschen\\_mit\\_Behinderung/Arbeitsmarktprojekte/NEBA/NEBA\\_Netzwerk\\_Berufliche\\_Assistenz.de.html](https://www.sozialministeriumservice.gv.at/Menschen_mit_Behinderung/Arbeitsmarktprojekte/NEBA/NEBA_Netzwerk_Berufliche_Assistenz.de.html), consulté le 2 octobre 2025.
- Bundesministerium Finanzen, Förderungen zum Thema Kinder und Jugend, Transparenzportal, Wien, <https://transparenzportal.gv.at/tdb/tp/situation/npo/gesellschaft-und-verantwortung/kinder-jugend/6>, consulté le 2 octobre 2025.
- Federal Chancellery Republic of Austria, Youthwork, Legal Information System, 2025, <https://www.bundeskanzleramt.gv.at/en/agenda/youth/youthwork.html>, <https://www.bundeskanzleramt.gv.at/en/agenda/youth/youthwork.html>, consulté le 2 octobre 2025.

### **C. Contexte du secteur de la jeunesse en Espagne**

En Espagne, la jeunesse est officiellement définis comme les personnes âgées de 14 à 30 ans (selon l'Institut espagnol de la jeunesse – INJUVE). Les politiques et le financement en faveur de la jeunesse sont largement coordonnés par l'INJUVE au niveau national, mais leur mise en œuvre est fortement décentralisée, les communautés autonomes et les municipalités jouant un rôle clé.

Fuengirola et la région d'Andalousie dans son ensemble reflètent le paysage général de la jeunesse en Espagne : un mélange de centres municipaux pour la jeunesse, d'associations locales, d'ONG et d'initiatives citoyennes qui œuvrent dans les

domaines de l'éducation, de la participation sociale, des échanges interculturels, de l'emploi et des activités culturelles.

#### **Statistiques et défis :**

- **Population**

Environ 6,6 millions de jeunes en Espagne (âgés de 15 à 29 ans), soit environ 14 % de la population totale (Eurostat 2023).

- **NEET**

Environ 12,7 % des jeunes Espagnols sont des NEET (ni en emploi, ni en formation, ni en études), un taux supérieur à la moyenne de l'UE. L'Andalousie affiche régulièrement l'un des taux régionaux de NEET les plus élevés.

- **Chômage**

Le chômage des jeunes en Espagne reste l'un des plus élevés d'Europe, avec environ 27 % en 2023 (Eurostat).

- **Inclusion**

Les jeunes migrants, ceux qui ont quitté l'école prématûrement et ceux qui ont un niveau d'alphanétisation limité sont confrontés à des obstacles importants pour accéder aux opportunités. Les pratiques de communication dans les services sont souvent trop bureaucratiques, ce qui entraîne une exclusion supplémentaire.

#### **Types d'organisations de jeunesse en Espagne**

1. Services publics pour la jeunesse : les départements municipaux de la jeunesse (concejalías de juventud) gèrent des bureaux d'information, des espaces culturels et des programmes de formation.
2. Associations de jeunesse et ONG : elles couvrent des domaines tels que le volontariat, l'apprentissage interculturel, l'inclusion des personnes handicapées, les arts, les sports et les projets environnementaux.
3. Organisations étudiantes et communautaires : elles opèrent dans les écoles, les universités et les quartiers, souvent de manière informelle, mais sont essentielles pour l'engagement civique.
4. Réseaux régionaux : en Andalousie, l'Instituto Andaluz de la Juventud (IAJ) coordonne la politique et le financement en faveur de la jeunesse.

## **Contacts/acteurs clés**

PLIS Débora Barrientos [debora@asplis.com](mailto:debora@asplis.com)

## **D. Secteur de la jeunesse en Belgique**

En termes d'administration publique générale, la Belgique est un organisme très complexe. Le pays est divisé en deux régions principales. La province du sud s'appelle la Wallonie. Celle du nord s'appelle la Flandre. Il existe également une minorité germanophone. Chacune de ces communautés dispose de son propre parlement local. Au sein des structures de chaque parlement régional, on trouve des agences responsables du secteur de la jeunesse. Les paragraphes suivants se concentrent sur la présentation du paysage du secteur de la jeunesse en Wallonie, la communauté francophone. Les principaux acteurs en matière de défense des intérêts des jeunes, opérant à différents niveaux et dans différents domaines, seront présentés. Une attention particulière sera accordée aux conseils de jeunes et aux centres de jeunesse, car ils constituent un réseau bien développé en Belgique.

En Belgique, on trouve des conseils de jeunes actifs à tous les niveaux : local, provincial et national. Ils servent de porte-parole et de représentants des jeunes auprès des autorités compétentes. Mais ils jouent également un autre rôle très essentiel : ils apprennent aux jeunes à être des citoyens actifs, qui ne craignent pas les autorités et ne s'opposent pas à elles. Les conseils de jeunes belges apprennent à établir un dialogue avec les décideurs politiques.

- Au niveau fédéral : Le forum des jeunes

Il s'agit d'un organe officiel de représentation et de consultation de la Fédération Wallonie-Bruxelles pour les jeunes (âgés de 16 à 30 ans). Il établit un lien important et significatif entre les jeunes et les décideurs politiques. Le Forum des jeunes fait des jeunes les acteurs de la société de demain, défend leurs idées et concrétise leurs projets, tout en promouvant la vision de la jeunesse belge dans le pays et à l'étranger. Le Forum des jeunes mène ses propres projets pour soutenir les jeunes, promouvoir la pensée critique, la diversité, la démocratie et l'harmonie. Grâce à cela, il reste très proche des jeunes et conscient des défis auxquels ils sont confrontés dans le monde moderne.

- Au niveau provincial : Conseil provincial des Jeunes (CPJ)  
 Certaines provinces wallonnes ont leurs propres conseils de la jeunesse. Leurs membres sont généralement des jeunes âgés de 14 à 26 ans. Ils sont élus ou sélectionnés pour un mandat de deux ans. Leur rôle est de représenter leurs pairs au niveau provincial. Les membres du CPJ conseillent les autorités provinciales sur la politique de la jeunesse et d'autres questions liées à la jeunesse. Le CPJ mène ses propres projets et organise des événements, tels que des débats, des campagnes de sensibilisation ou des activités culturelles. Des conseils provinciaux de la jeunesse existent dans plusieurs provinces belges, comme le Hainaut ou le Luxembourg. Malheureusement, la plupart d'entre eux ne disposent pas de sites web ou de profils dédiés sur les réseaux sociaux.
- Au niveau local : Conseil communal des jeunes (CCJ)  
 De nombreuses autorités locales belges ont décidé de créer leurs propres conseils de jeunes. Leurs membres sont généralement âgés de 12 à 18 ans. Pour eux, il s'agit d'un premier contact avec l'administration locale et les décideurs politiques. Ils ne jouent pas seulement un rôle consultatif. Ils sont actifs dans les domaines du sport, de la culture, du bien-être et autres. Ils organisent leurs propres projets et initiatives éducatives.

## Ressources

- [Forum des jeunes](https://forumdesjeunes.be/a-propos/), <https://forumdesjeunes.be/a-propos/>, consulté le 9 septembre 2025.
- Des jeunes expliquent avec leurs propres mots ce qu'est le CPJ dans la vidéo publiée par Le Défenseur des droits de l'enfant, <https://www.youtube.com/shorts/DlgZjjqbDt4>, consultée le 9 septembre 2025.
- Par exemple : Conseil provincial des jeunes du Hainaut, <https://www.province.namur.be/index.php?rub=recherche&q=Conseil+Provincial+des+Jeunes>, consulté le 9 septembre 2025.
- Conseil provincial des jeunes du Luxembourg, <https://www.province.luxembourg.be/province-de-luxembourg/conseil-provincial-jeunes>, consulté le 9 septembre 2025.
- [Conseil des jeunes du Quiévrain](https://www.quievrain.be/ma-commune/vie-politique/conseil-communal-des-jeunes), <https://www.quievrain.be/ma-commune/vie-politique/conseil-communal-des-jeunes>, consulté le 9 septembre 2025.
- [Conseil des jeunes de Mons](https://www.mons.be/fr/vivre-a-mons/participation-citoyenne/conseils-consultatifs/conseil-communal-des-jeunes/conseil-communal-des-jeunes), <https://www.mons.be/fr/vivre-a-mons/participation-citoyenne/conseils-consultatifs/conseil-communal-des-jeunes/conseil-communal-des-jeunes>, consulté le 9 septembre 2025.
- [Conseil des jeunes de Jurbise](https://www.jurbise.be/ma-commune/vie-politique/conseil-communal-des-jeunes), <https://www.jurbise.be/ma-commune/vie-politique/conseil-communal-des-jeunes>, consulté le 9 septembre 2025.

## E. Le secteur de la jeunesse en France

Les jeunes âgés de 15 à 29 ans représentent 16,4 % de la population française ( $\approx 10,9$  millions). Cependant, leur intégration dans l'éducation et l'emploi reste inégale. Environ 11 % des jeunes Français sont des NEET, ce chiffre étant proche de la moyenne de l'UE. Le taux de chômage des jeunes (15-24 ans) a atteint 18,7 % à la fin de 2024, soit près du double du taux de chômage global.

Les groupes marginalisés sont particulièrement exposés. Le décrochage scolaire touchait 7,5 % des 18-24 ans en 2022, conduisant souvent à des emplois précaires ou à une exclusion à long terme. Les taux sont beaucoup plus élevés chez les jeunes nés à l'étranger, qui quittent l'école sans qualification à un rythme deux fois plus élevé que leurs pairs nés dans le pays. Les jeunes handicapés sont également confrontés à des obstacles structurels pour accéder à l'éducation et au marché du travail.

La communication est un facteur clé de ces inégalités. Les recherches menées par l'Institut national de la jeunesse et de l'éducation populaire (INJEP) montrent que le langage administratif est souvent trop complexe, ce qui crée des obstacles pour les jeunes peu alphabétisés, issus de l'immigration ou rencontrant des difficultés cognitives. Les organisations de jeunesse jouent donc un rôle essentiel dans la traduction des politiques et des services en formats compréhensibles et utilisables.

Plusieurs acteurs majeurs structurent le secteur français de la jeunesse :

- L'INJEP, qui abrite l'Observatoire national de la jeunesse, produit des recherches et des statistiques.
- Le CIDJ (Centre d'Information et de Documentation Jeunesse) coordonne un réseau de centres régionaux (CRIJ – Centres régionaux d'information jeunesse) et locaux (BIJ – Bureaux d'information jeunesse) qui fournissent des conseils gratuits dans tout le pays.
- La FAGE (Fédération des Associations Générales Étudiantes) représente les associations étudiantes et milite pour l'égalité des chances.
- Les MJC (Maisons des Jeunes et de la Culture) proposent des activités culturelles et éducatives au niveau local.
- Le COJ (Conseil d'Orientation des Politiques de Jeunesse) met en relation les organisations de jeunesse et les décideurs politiques.

Ensemble, ces organisations illustrent la diversité de l'écosystème français de la jeunesse. Cependant, des défis persistants — décrochage scolaire, exclusion des jeunes migrants et communication inaccessible — soulignent l'importance d'agir.



## Ressources

- Population par classe d'âge. (n.d.).  
<https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/TPS00010/default/table>, consulté le 19 septembre 2025.
- Eurostat (2024). Statistics on young people neither in employment nor in education or training. Statistics explained. (n.d.). [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Statistics\\_on\\_youth\\_neither\\_in\\_employment\\_nor\\_in\\_education\\_or\\_training](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Statistics_on_youth_neither_in_employment_nor_in_education_or_training), consulté le 19 septembre 2025.
- Eurostat (2023). Early leavers from education and training. Statistics explained. (n.d.). [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Early\\_leavers\\_from\\_education\\_and\\_training](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Early_leavers_from_education_and_training), consulté le 19 septembre 2025.
- OECD (2024). Education at a Glance – France country notes.  
[https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2024/09/education-at-a-glance-2024-country-notes\\_532eb29d/france\\_f7565e23/7deeac76-en.pdf](https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2024/09/education-at-a-glance-2024-country-notes_532eb29d/france_f7565e23/7deeac76-en.pdf) consulté le 19 septembre 2025.
- Travail, santé et handicap – Emploi, chômage, revenus du travail | Insee. (n.d.).  
<https://www.insee.fr/fr/statistiques/6453728?sommaire=6453776>, consulté le 19 septembre 2025.
- INJEP. (5 août 2024). Les chiffres du service civique en 2023 - INJEP - Thomas Venet, chargé d'études, INJEP. <https://injep.fr/publication/les-chiffres-du-service-civique-en-2023/>, consulté le 19 septembre 2025.

## Obstacles à la communication

### 1. Le rôle de la communication dans l'inclusion sociale

Dans le contexte du travail auprès des jeunes, la communication est essentielle pour favoriser l'inclusion sociale. Pour les jeunes marginalisés, tels que les migrants, les jeunes en décrochage scolaire ou les jeunes handicapés, l'accès aux services et à l'information dépend souvent de la clarté et du caractère inclusif de la communication. Lorsque le langage est trop technique, que les formats sont inaccessibles ou que les messages sont déconnectés de la culture, les jeunes sont exclus non seulement de l'information, mais aussi des possibilités de participer à la société.

Une communication inclusive, fondée sur un langage simple, un design universel et des méthodes participatives, contribue directement à éliminer ces obstacles. Elle permet aux services de devenir plus transparents, plus accessibles et plus efficaces. Au-delà de la clarté, la communication inclusive reconnaît la diversité des besoins, des langues et des styles d'apprentissage, en utilisant de multiples formats (texte, visuels, audio, outils numériques) pour toucher un public plus large.

En utilisant un langage accessible, des mises en page structurées et des formats alternatifs (tels que des versions faciles à lire ou audio), les organisations peuvent s'assurer que les jeunes comprennent leurs droits, naviguent dans les services et s'engagent en toute confiance. La communication devient également un espace de participation lorsque les jeunes sont impliqués dans la co-création des outils et des messages qui leur sont destinés. De cette manière, la communication passe d'une compétence technique à une pratique sociale qui favorise l'inclusion, l'équité et l'autonomisation.



## 2. Obstacles – introduction

Afin d'identifier les obstacles à la communication auxquels sont confrontés les jeunes et les animateurs socio-éducatifs, nous avons organisé une série d'ateliers de co-diagnostic. Ceux-ci ont eu lieu dans chaque pays du partenariat (France, Belgique, Autriche, Italie et Espagne). Plus de 75 participants ont partagé avec nous leurs expériences et leurs réflexions sur les défis de communication auxquels ils sont confrontés dans leurs contacts mutuels. Il s'agissait de personnes âgées de 15 ans et plus. Il s'agissait d'étudiants, de jeunes marginalisés, d'éducateurs de jeunes, d'accompagnateurs de jeunes, d'enseignants, de psychologues, de travailleurs sociaux et de professionnels de la jeunesse. Nous tenons à les remercier pour leur participation active, leur ouverture d'esprit et leur sincérité. Leur contribution à ce projet est inestimable.

### 2.1. Les obstacles rencontrés par les jeunes

Les jeunes marginalisés sont confrontés à de nombreux défis en matière de communication. Ceux-ci sont directement liés aux besoins que nous avons identifiés lors des ateliers.

#### Difficultés :

- **Nouvelle langue** : pour certains jeunes marginalisés, la langue du pays dans lequel ils vivent actuellement n'est pas leur langue maternelle. Apprendre la

grammaire, l'utiliser, apprendre de nouveaux mots, étudier et écrire dans cette langue constituent des obstacles importants.

- **Parler à des locuteurs natifs** : nous avons observé que parler à des locuteurs natifs d'une langue est plus difficile pour les jeunes que de parler la langue elle-même (par exemple, pendant les cours de langue ou avec d'autres locuteurs non natifs).
- **Traits de caractère (soulignés par l'un des éducateurs)** : la timidité, l'introversion et le sentiment d'être perdu empêchent souvent les jeunes de participer activement aux discussions et aux activités.

#### Besoins :

- **Une façon adaptée de parler** : parler lentement (ou pas trop vite, comme certains l'ont écrit), répéter les mots si nécessaire, parler plus fort et utiliser des mots simples, être attentif au fait qu'ils ne comprennent tout simplement pas ce que quelqu'un dit et qu'il serait très utile de reformuler la phrase, et être patient. Une personne a écrit qu'un locuteur natif français, s'il ne comprend pas, peut toujours demander de répéter, au lieu d'essayer d'« interpréter correctement » ce que l'autre personne vient de dire. De telles imprécisions conduisent à des malentendus.

## 2.2. Les obstacles rencontrés par les animateurs socio-éducatifs

Les animateurs socio-éducatifs sont très motivés pour communiquer efficacement avec les jeunes marginalisés. Des années de pratique et d'observation les aident à développer leurs stratégies pour lever autant d'obstacles que possible. Cependant, ils sont toujours confrontés à de nombreux défis et ont du mal à trouver des moyens de les surmonter. Au cours de l'atelier de co-diagnostic, ils ont souligné plusieurs domaines à améliorer. C'est un excellent signe. Les éducateurs de jeunes sont des personnes ouvertes à l'apprentissage de nouvelles choses afin de remplir leur mission. Nous présentons ci-dessous les principaux défis, stratégies et domaines à améliorer qui ont été identifiés à l'issue de nos ateliers de co-diagnostic.

#### Défis :

- **Diversité du groupe cible** : personnes de niveaux d'éducation différents, d'origines, de milieux sociaux et culturels différents, parfois handicapées.
- **Absence de langue commune** : il arrive qu'il n'y ait pas de langue commune à tous les membres d'un même groupe.
- **Écoute passive** : manque d'engagement dans la conversation et les activités de groupe.
- **Conditions spatiales** : les jeunes sont plus ouverts, réceptifs et détendus lorsque l'activité (atelier) se déroule dans un espace ouvert ou à l'extérieur. Les salles de séminaire ou de groupe produisent l'effet inverse.

#### **Stratégies :**

- **Langage corporel** : utiliser des gestes pour faciliter la compréhension (par exemple, montrer sur vos doigts un chiffre que vous prononcez à voix haute), sourire, se tenir face à face, observer l'expression faciale de la personne pour s'assurer qu'elle a compris (et dans quelle mesure).
- **Émotions** : être patient lorsque quelqu'un ne comprend pas, ne pas montrer son agacement, être poli, empathique et conscient du niveau de stress et des émotions de la personne, prendre ses besoins au sérieux.
- **Vocabulaire** : utiliser un langage simple, bien articuler, parler lentement, utiliser des infinitifs.
- **Aides** : dessiner, demander l'aide d'un interprète ou d'une ONG, utiliser la technologie pour traduire, utiliser des supports visuels et de courtes instructions écrites.
- **Formats d'activités stimulants** : discussions (modérées), tâches créatives (p. ex. dessin), jeux de rôle, narration d'histoires, activités de partage culturel, écoute active.

#### **Domaines à améliorer :**

- **Renforcer l'empathie** : sensibiliser les animateurs socio-éducatifs à l'influence de la marginalisation et du faible niveau d'alphabétisation sur les émotions et la confiance en soi.
- **Simplifier la communication** : les éducateurs de jeunes ont souligné le manque de langage simplifié dans les supports et les informations. Comme l'a dit l'un d'entre eux [orthographe originale] : « Nous devons cesser d'utiliser des

dépliants qui ressemblent à des mini-documents juridiques. » Ils aimeraient également utiliser plus souvent des contenus visuels et développer leurs compétences en communication numérique.

- **Utilisation d'un langage simple** : la capacité à (ré)écrire des textes dans un langage simple et à appliquer les règles du langage simple dans la vie quotidienne (langage parlé) sont des compétences que les animateurs socio-éducatifs aimeraient améliorer.

### 2.3. Principaux outils de communication

Au cours de l'activité A1, le consortium a procédé à une évaluation structurée de 32 outils de médiation utilisés par des organisations axées sur la jeunesse dans les pays partenaires. L'analyse a permis d'identifier cinq principaux outils de communication et a mis en évidence les thèmes clés pertinents pour le secteur de la jeunesse.

#### Outils de communication identifiés

##### **1. Sites web (10 entrées)**

Il s'agit du format le plus couramment utilisé, généralement par les institutions ou les grandes organisations. Les sites web servent souvent de centres d'information, mais leur clarté et leur accessibilité varient. Si la plupart utilisaient des mises en page structurées, rares étaient ceux qui proposaient des formats alternatifs tels que des versions audio ou faciles à lire.

##### **2. Brochures (8 entrées)**

Souvent utilisées pour la communication spécifique à un programme, les brochures fournissaient des informations concises, mais comportaient parfois des textes denses ou manquaient de support visuel. Elles étaient souvent sous forme physique, mais étaient également partagées sous forme numérique.

##### **3. Profils sur les réseaux sociaux (5 entrées)**

Les plateformes telles que Facebook, Instagram ou LinkedIn sont utilisées pour publier des mises à jour en temps réel et interagir avec les abonnés. Elles sont efficaces pour la sensibilisation, mais leur clarté et leur accessibilité sont inégales, en particulier pour les publics ayant des troubles cognitifs ou sensoriels.

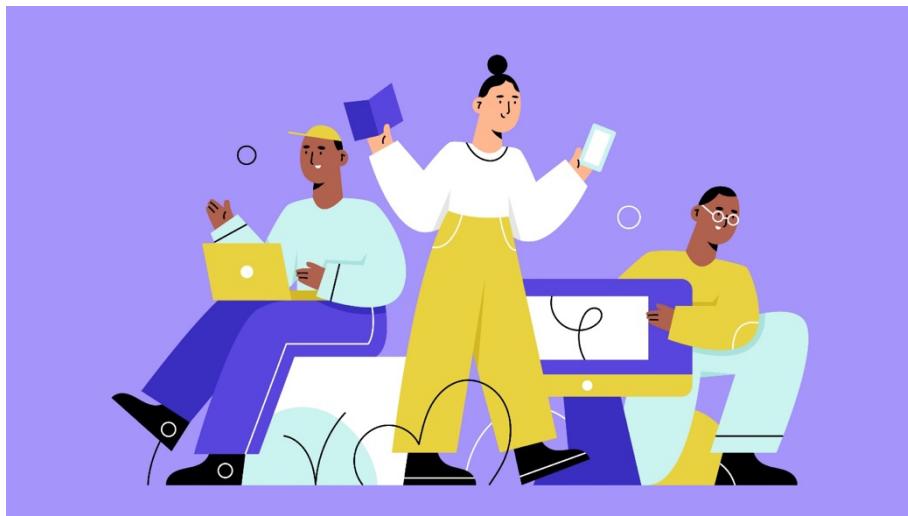
##### **4. Newsletters (5 entrées)**

Bien que leur structure soit généralement claire, elles étaient rarement traduites

ou adaptées dans des formats plus accessibles. La hiérarchie visuelle et la clarté des messages variaient d'un outil à l'autre.

##### 5. Affiches (4 entrées)

Utilisées pour la promotion d'événements ou de services spécifiques. Les affiches étaient généralement visuellement attrayantes, mais obtenaient des scores moins élevés en matière de clarté du contenu et comprenaient rarement des caractéristiques de conception multilingues ou inclusives.



#### Thèmes clés identifiés

- **Orientation professionnelle et aide à l'emploi** : plusieurs outils étaient axés sur l'aide à l'orientation professionnelle, la préparation à l'emploi ou les parcours de formation.
- **Participation culturelle et engagement civique** : présents dans les outils des centres culturels et des institutions publiques promouvant les activités, les ateliers et la participation des jeunes.
- **Santé mentale et bien-être** : bien qu'il ne s'agisse pas de l'objectif principal d'un outil en particulier, certaines ressources abordaient indirectement l'inclusion, le soutien émotionnel ou le renforcement de la confiance en soi.
- **Accessibilité et inclusion** : seuls quelques outils ont obtenu des scores élevés en termes d'offre de formats alternatifs (braille, audio, facile à lire), ce qui indique un domaine important à améliorer.

### Observations générales issues de l'évaluation

- La plupart des outils utilisaient un vocabulaire simple (note moyenne : 3-4 sur 5), mais manquaient souvent de traductions, de support audio ou d'éléments interactifs.
- Le texte structuré et la mise en page claire étaient généralement bien appliqués, mais seule une minorité utilisait des pictogrammes, des visuels étape par étape ou des conceptions adaptées aux sens.
- Il existe un écart notable dans l'utilisation de formats inclusifs, en particulier pour les utilisateurs handicapés ou peu alphabétisés.

Ces conclusions soulignent l'importance d'améliorer à la fois la clarté du contenu et la diversité des formats dans la communication destinée aux jeunes. Si les sites web dominent, il est essentiel d'intégrer des éléments plus accessibles, multilingues et interactifs dans tous les formats afin de promouvoir l'inclusion.

## Bonnes pratiques

### 1 Italie

Type d'outil de communication	Publication multilingue en formats standard, facile à lire et braille
Qui? (nom de l'organisation)	Sciara Progetti A.P.S. - E.T.S. en coopération avec les partenaires du projet « DIS-Abilities » (financé dans le cadre du programme Erasmus+ KA220)
Où ? (pays, ville)	Italie, France, Espagne, Grèce
Groupe cible (à qui s'adressent leurs communications, services et/ou événements)	Animateurs socio-éducatifs, éducateurs et personnes en situation de handicap cognitif ou visuel
Quand l'outil de communication a-t-il été mis en place ? Depuis combien de temps fonctionne-t-il ?	Développé et publié en 2024 dans le cadre du projet Erasmus+ « DIS-Abilities » <a href="https://disabilitiesproject.eu/">https://disabilitiesproject.eu/</a>
Pourquoi est-il efficace?	Cette publication se distingue par son caractère inclusif étendu. Elle a été produite en cinq langues (anglais, français, espagnol, italien et grec) et adaptée en formats faciles à lire et braille dans chaque langue. Cette approche multifORMAT garantit l'accessibilité au-delà des barrières linguistiques, cognitives et sensorielles, permettant ainsi à un large éventail d'utilisateurs de bénéficier de son contenu. En intégrant les principes de conception universelle et en investissant dans l'édition accessible, cet outil démontre comment la communication peut être à la fois inclusive et évolutive.

## 2 Espagne

Type d'outil de communication	Groupe et chaîne WhatsApp
Qui ? (nom de l'organisation)	PLIS
Où ? (pays, ville)	Fuengirola, Espagne
Groupe cible (à qui s'adressent leurs communications, services et/ou événements)	Abonnés à la chaîne et à la communauté – tous les groupes liés à PLIS
Quand l'outil de communication a-t-il été mis en place ? Depuis combien de temps fonctionne-t-il ?	Il y a un an
Pourquoi est-il efficace ?	Nous gérons deux types de communication : l'une via notre chaîne, où 350 personnes nous suivent mais ne participent pas nécessairement aux activités, et l'autre via notre communauté WhatsApp, où environ 300 membres participent plus activement. Afin de maintenir l'engagement des deux groupes, nous partageons deux versions des mêmes mises à jour, adaptées à chaque public. Cette approche s'est avérée plus efficace, car elle garantit que chacun reçoit les informations de la manière la mieux adaptée à son niveau d'implication.

### 3. Autriche

Type d'outil de communication	Outil de réflexion et d'action : Quatre plus un. Cet outil est une méthode issue du travail centré sur la personne.  Il aide chacun à tirer des enseignements des activités et des efforts précédents.  Ces expériences d'apprentissage peuvent susciter une nouvelle perspective sur les situations et aider à innover et à planifier l'avenir.
Qui? (nom de l'organisation)	LebensGroß considère l'approche centrée sur la personne de ses services comme la base d'un soutien individualisé et sur mesure. L'accent est mis sur les forces et les capacités, la volonté personnelle et les ressources disponibles dans l'environnement (réseaux de soutien). L'objectif est d'améliorer la qualité de vie et la participation à la société.
Où ? (pays, ville)	Graz, Autriche
Groupe cible (à qui s'adressent leurs communications, services et/ou événements)	Les employés, les éducateurs et les personnes handicapées, rencontrant des difficultés d'apprentissage et celles touchées par des situations défavorisées.
Quand l'outil de communication a-t-il été mis en place ? Depuis combien de temps fonctionne-t-il ?	Le travail centré sur la personne est appliqué et développé au sein de l'organisation depuis environ 2014.
Pourquoi est-il efficace ?	Cette méthode est efficace car il est important de discuter régulièrement de ce que nous avons essayé, de ce que nous avons appris, de ce qui nous satisfait et de ce qui nous préoccupe, ainsi que des prochaines étapes. Il s'agit d'une méthode simple pour évaluer conjointement une situation de manière structurée. Tous les participants répondent ensemble à quatre questions, après quoi ils utilisent la cinquième question pour planifier les prochaines étapes. Les cinq questions sont les suivantes :

Qu'avons-nous essayé ?  
Qu'avons-nous appris ?  
Qu'est-ce qui nous a satisfaits ?  
Qu'est-ce qui nous a préoccupés ?  
Sur la base de ce que nous savons : quelle est la prochaine étape ?

Les résultats sont consignés sur une affiche ou une fiche de travail. Cette méthode apporte une structure et facilite la discussion. Elle peut être utilisée pour le travail en famille, le travail individuel et les réunions d'équipe.

## 4. Belgique

Type d'outil de communication	« <u>Écrire pour être lu</u> » et Amesure
Qui ? (nom de l'organisation)	Ministère de la Communauté française de Belgique, Service de la langue française. Ministère fédéral de la Fonction publique. Service d'information. Centre de traitement automatique du langage (CENTAL) de l'Université catholique de Louvain.
Où ? (pays, ville)	Province de Wallonie, Belgique
Groupe cible (à qui s'adressent leurs communications, services et/ou événements)	Les outils de communication présentés dans cette étude de cas ont été créés à l'intention des employés administratifs chargés de rédiger les textes administratifs destinés aux habitants de la région wallonne.
Quand l'outil de communication a-t-il été mis en place ? Depuis combien de temps fonctionne-t-il ?	La première version du manuel « <u>Écrire pour être lu</u> » a été publiée en 1998. Malheureusement, nous n'avons pas réussi à trouver la date de sa réédition, dont nous fournissons le lien dans cette étude de cas. L'outil <u>Amesure</u> a été développé entre 2012 et 2017.
Pourquoi est-il efficace ?	Nous savons qu'il ne s'agit pas d' « outils de communication » classiques, comme un profil sur les réseaux sociaux ou un site web. Cet outil combine théorie et pratique dans la vie quotidienne. Les autorités ont préparé une publication contenant des lignes directrices à l'intention des employés administratifs, présentant la théorie de la rédaction d'un texte administratif en langage clair. Il y a peut-être eu également des formations. Nous ne le savons pas. Ce qui est brillant ici, c'est la mise au point d'un outil de vérification automatique. Chaque personne peut vérifier si, et dans quelle mesure, son texte administratif est compréhensible pour les lecteurs. Il s'agit d'une combinaison unique qui fournit une base théorique et un outil de vérification pratique.

## 5. France

Type d'outil de communication	Plateforme numérique + portail d'information sur les services : « Boussole des Jeunes »
Qui ? (nom de l'organisation)	Le ministère français de l'Éducation nationale et de la Jeunesse / réseau Information Jeunesse.
Où ? (pays, ville)	France (au niveau national, avec des antennes locales/régionales)
Groupe cible (à qui s'adressent leurs communications, services et/ou événements)	Les jeunes âgés de 16 à 30 ans, en particulier ceux qui ne connaissent pas bien leurs droits, les jeunes marginalisés, les jeunes qui n'ont pas facilement accès aux canaux d'information officiels, ainsi que les professionnels adultes qui travaillent avec ces jeunes.
Quand cet outil de communication a-t-il été mis en place ? Depuis combien de temps fonctionne-t-il ?	Ce service existe et est amélioré en permanence depuis 2017. Actuellement opérationnel dans environ 63 départements et couvrant huit domaines (emploi, formation, logement, santé et mobilité internationale, sports/loisirs/culture, engagement social/activisme et vie quotidienne), Boussole des Jeunes vise à s'étendre chaque année à de nouvelles zones géographiques et à de nouveaux domaines d'intérêt.
Pourquoi est-il efficace ?	La Boussole des Jeunes sert de plateforme de cartographie et d'orientation des services : il met les jeunes en relation avec les services dont ils ont besoin, leur explique leurs droits et les procédures en termes plus clairs, et les aide à trouver des professionnels locaux. Il réduit le fossé causé par des informations complexes ou difficiles à trouver. Parce qu'il est numérique, gratuit, utilise un langage compréhensible (langage facile à comprendre et utilisation du « tu » direct en français, au lieu du « vous » plus formel) et relie les structures locales/régionales, il touche des jeunes qui pourraient autrement être exclus. Son succès tient au fait qu'il combine clarté, visibilité et aide pratique en un seul endroit.

# Introduction aux outils et approches

## 1. Accessibilité vs inclusion

Dans le secteur européen de la jeunesse, l'**accessibilité** et l'**inclusion** sont des concepts étroitement liés mais distincts.

L'**accessibilité** désigne la suppression des obstacles – physiques, numériques ou informationnels – afin que les jeunes handicapés ou présentant d'autres limitations puissent accéder aux espaces, aux services et aux ressources sur un pied d'égalité.

L'**inclusion** va toutefois plus loin : il s'agit de créer activement des environnements dans lesquels tous les jeunes, quelles que soient leurs capacités, leur origine ou leur situation, peuvent participer, se sentir valorisés et influencer les décisions.

Les cadres européens reflètent cette distinction. La Convention des Nations unies relative aux droits des personnes handicapées (2006), ratifiée par l'UE et ses États membres, a fait de l'accessibilité une obligation légale. Ce principe a été renforcé par l'Acte européen sur l'accessibilité (European Accessibility Act) de 2019, qui impose aux États membres d'harmoniser les normes d'accessibilité des produits et services, y compris les technologies de l'information et de la communication. Ces mesures **ont amélioré l'accès à l'éducation, à la culture et aux outils numériques** dans toute l'Europe. Toutefois, comme le constatent de nombreuses organisations de jeunesse, l'accessibilité seule ne garantit pas une participation significative.

L'**inclusion** est un concept plus large et plus proactif. La stratégie de l'UE en faveur de la jeunesse 2019-2027 identifie l'inclusion et la diversité comme des priorités clés, soulignant la nécessité de donner plus de pouvoir aux groupes marginalisés tels que les jeunes en décrochage scolaire, les jeunes migrants, les jeunes handicapés et ceux issus de milieux socio-économiques défavorisés. Par exemple, un centre pour jeunes peut répondre aux normes d'accessibilité en proposant une rampe d'accès ou un site web accessible, mais l'inclusion nécessite d'adapter les programmes, le langage et la communication afin que ces jeunes soient non seulement présents, mais aussi engagés et représentés.

Dans la pratique, l'**accessibilité est souvent le point de départ**, tandis que l'**inclusion représente l'objectif**. Cela est particulièrement pertinent dans le domaine de la communication : rendre un site web technique conformément aux directives d'accessibilité garantit l'accès, mais l'utilisation d'un langage simple garantit la compréhension. De même, offrir des informations en plusieurs langues, concevoir des activités en collaboration avec les jeunes ou intégrer des outils numériques qui s'adaptent à différents niveaux d'alphabétisation sont des pratiques inclusives qui vont au-delà de la simple conformité.

En résumé, l'**accessibilité ouvre la porte ; l'inclusion garantit que les jeunes se sentent les bienvenus**, reconnus et capables de contribuer. Les organisations européennes de jeunesse doivent donc intégrer ces deux principes si elles veulent mettre en place des services équitables, durables et participatifs pour les générations futures.

#### Ressources

- Nations unies (2006). Convention relative aux droits des personnes handicapées.
- Union européenne (2019). Acte européen sur l'accessibilité.
- Commission européenne (2018). Stratégie de l'UE en faveur de la jeunesse 2019-2027.
- Conseil de l'Europe (2022). Stratégie pour le secteur de la jeunesse 2030 : inclusion et diversité.

## 2. Conception inclusive

- **Comment cela a-t-il commencé ?**

Revenons à la seconde moitié du XXe siècle. Les personnes handicapées commencent à se battre pour leurs droits. Très lentement, étape par étape, la société « valide » reconnaît les personnes « handicapées » comme des membres à part entière de la société. C'est ainsi qu'est née l'idée de conception universelle. Ce terme fait principalement référence à l'architecture et aux produits. L'approche de la conception universelle tente de trouver un juste milieu, une solution qui conviendra au mieux à tout le monde, aux personnes « valides » comme aux personnes « handicapées ». La révolution numérique et ses nombreuses possibilités d'adaptation ont donné naissance au concept de conception inclusive.

- **Qu'est-ce que le design inclusif ?**

Il s'agit avant tout de connaître son groupe cible, ses besoins et... sa diversité. Cette approche nous offre à tous une nouvelle perspective. Ses trois messages principaux sont les suivants :

- Nous devons mettre fin à la division polarisée entre « handicapés » et « valides ».
- Il est nécessaire de prendre en compte les divers besoins d'un groupe.
- Nous devons adapter le produit ou le service à ces besoins.

Cette étude de cas permettra de mieux comprendre ce concept. Examinons de plus près la collection de vêtements adaptés récemment lancée par l'une des plus grandes marques de vêtements au monde. Les chemisiers, t-shirts, pantalons et sous-vêtements sont par exemple dotés de fermetures éclair magnétiques et de boutons-pressions, permettant l'accès à une sonde, une stomie ou un cathéter.

- **Pourquoi est-ce important ?**

La conception inclusive permet de reconnaître les besoins diversifiés d'un certain groupe. On peut avoir de l'expérience dans un certain domaine, mais il y a toujours des choses à apprendre.

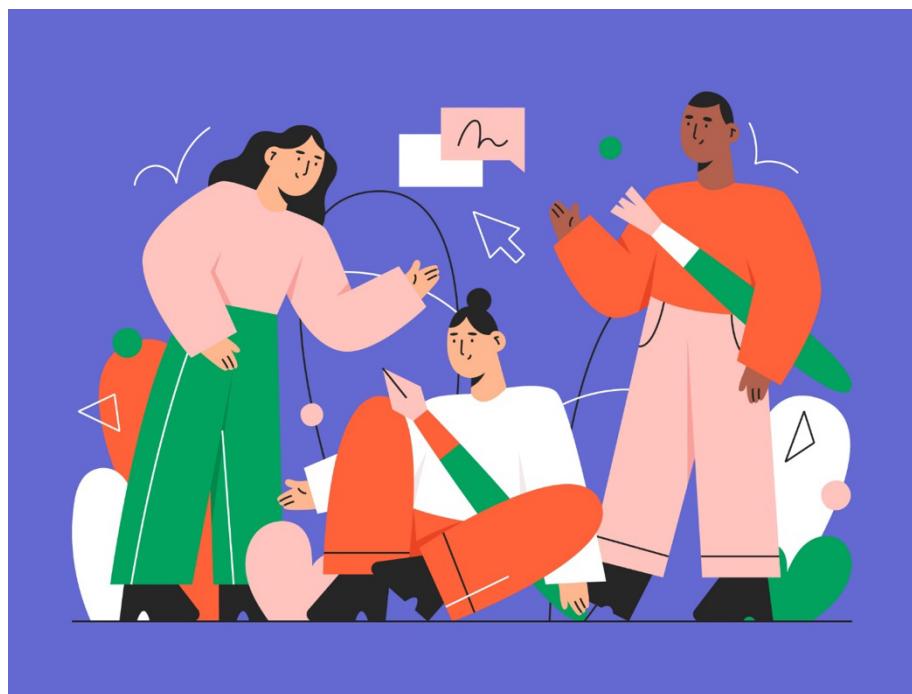
Ou imaginons que vous découvriez soudainement qu'un nouveau groupe de personnes pourrait commencer à utiliser un certain produit ou service. Pour toucher davantage de clients ou de bénéficiaires, seules quelques adaptations seront nécessaires.

- **Pourquoi la conception inclusive est-elle importante dans la communication avec les jeunes marginalisés ?**

La conception inclusive dans la communication consiste à créer un contenu facile à comprendre et à naviguer pour le plus grand nombre possible de personnes, quels que soient leur origine culturelle ou linguistique, leur âge, leur sexe et leurs capacités.

Réfléchissez un instant. Quelles sont les raisons de l'exclusion des jeunes ? Il peut s'agir, par exemple, d'un faible niveau d'alphabétisation, d'un contexte social, culturel ou migratoire, de troubles d'apprentissage, d'un handicap, et bien d'autres encore. En vous adaptant à leurs besoins, vous vous faites entendre auprès d'eux. Pour eux, c'est le signe qu'ils ne sont pas invisibles. Ils sont considérés et invités à utiliser votre produit

ou à bénéficier des services que vous fournissez. S'ils se sentent les bienvenus, ils participent. Et s'ils participent, nous sommes sur la bonne voie vers l'égalité.



- **Un groupe cible diversifié, une équipe diversifiée**

Connaître le groupe cible et sa diversité est la première étape. Être conscient de ses besoins, de ses forces et de ses limites est la première étape pour adapter les services ou les produits afin de répondre à ses attentes. Mais allez-vous y travailler seul ? Probablement pas. Réfléchissez un instant aux personnes que vous allez inviter à rejoindre votre équipe. Les représentants du groupe cible devraient participer en tant qu'experts. Ils contribueront au processus de conception/création d'une manière que vous n'auriez jamais imaginée. Ils prêteront attention à des questions et des problèmes auxquels personne n'aurait jamais pensé. Ils montreront la complexité et la diversité de leur propre groupe. Un exemple très simple et classique : être malvoyant signifie-t-il ne voir que l'obscurité ? De nombreuses vidéos prouvent que ce n'est pas vrai.

#### Ressources

- Crip Camp : A Disability Revolution raconte l'histoire de ce mouvement aux États-Unis.
- Site web de l'entreprise Primark, <https://corporate.primark.com/en-gb/a/news/corporate-news/adaptive-fashion-hits-the-high-street-as-primark-launches-first-men-and-womens-range-with-victoria-jenkins>, consulté le 9 septembre 2025.

- Vidéo en anglais présentant différents types de déficience visuelle,  
<https://www.youtube.com/shorts/plsLO6D3r1q>, consultée le 10 septembre 2025.

### 3. Communication durable et respectueuse de l'environnement

Le terme « communication durable et respectueuse de l'environnement » décrit des pratiques de communication écologiquement responsables et socialement durables à long terme. Cela ne concerne pas seulement le type de communication : l'accent est également mis sur le contenu, l'attitude qui le sous-tend et l'impact sur la société et l'environnement.

- **Communication durable**

Il s'agit d'une forme d'échange efficace à long terme, éthiquement acceptable et socialement responsable. Elle vise à instaurer la confiance, à mener des dialogues sur un pied d'égalité et à créer de la transparence. Les personnes sont activement impliquées dans les processus, ce qui favorise et encourage la participation. Les thèmes clés de la communication durable sont la justice sociale, l'éducation, la diversité, l'inclusion et la protection de l'environnement et du climat. Cette forme de communication est fondée sur des valeurs : elle reflète non seulement ce qui est dit, mais aussi comment et pourquoi.

- **Communication respectueuse de l'environnement**

La communication respectueuse de l'environnement se concentre sur l'empreinte écologique. Des stratégies sont mises en œuvre pour préserver les ressources naturelles et à réduire l'impact environnemental. Il s'agit par exemple d'éviter consciemment les supports imprimés au profit des médias numériques, d'adopter des méthodes de travail sans papier, d'utiliser des supports publicitaires durables, d'éviter les prospectus jetables et d'utiliser des technologies à faible consommation d'énergie. La réduction des déplacements professionnels grâce à des réunions virtuelles fait également partie des pratiques de communication écologiques.

- **Le lien : communiquer de manière durable et respectueuse de l'environnement.**

La combinaison de ces deux approches aboutit à une stratégie de communication complète, conçue de manière consciente tant sur le fond que sur la forme. Une

communication durable et respectueuse de l'environnement tient compte non seulement de ce qui est communiqué, mais aussi de la manière dont cela est fait, par quels moyens et avec quelles conséquences. Il s'agit de comprendre la communication comme un outil de changement social, responsable, réfléchi et économique en ressources. Les entreprises, les organisations et les individus peuvent ainsi contribuer activement à la protection de l'environnement et du climat, assumer leur responsabilité sociale et gagner la confiance de leur groupe cible grâce à une communication authentique et transparente.

L'ère numérique offre de nombreuses possibilités pour mettre en œuvre ces principes. Cependant, elle nécessite également de repenser et d'examiner de manière critique les structures de communication existantes. La communication durable et respectueuse de l'environnement n'est pas une tendance à court terme, mais une approche tournée vers l'avenir qui prend de plus en plus d'importance.

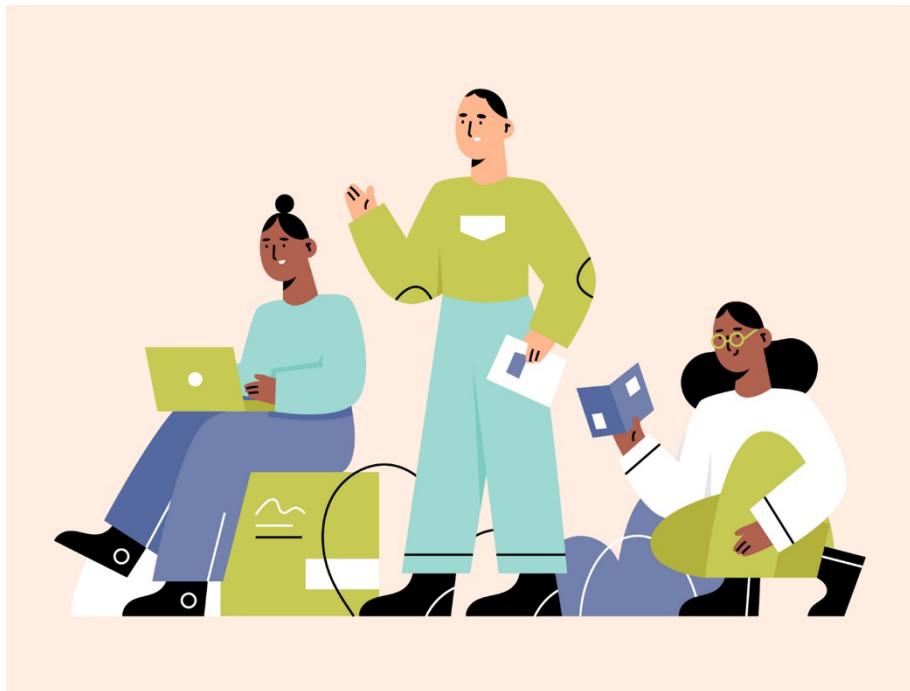
#### 4. Langage clair

Le langage clair n'est pas seulement un style d'écriture ou un moyen de communication, c'est aussi **une question d'équité**. Lorsque les jeunes comprennent facilement les informations qu'ils reçoivent, ils peuvent faire des choix, participer à des activités, se sentir intégrés et avoir un impact dans leur communauté. Pour ceux qui sont confrontés à des obstacles tels que l'alphabétisation limitée, la migration ou les difficultés d'apprentissage, une communication claire est souvent la première étape vers l'inclusion. Mais **cela profite également à tout le monde** : même les lecteurs hautement qualifiés préfèrent les messages faciles à comprendre et à mettre en pratique.

Le principe du langage clair est désormais reconnu à l'échelle internationale.

La norme ISO 24495-1:2023 sur le langage clair définit quatre résultats clés :

1. Le public peut trouver ce dont il a besoin.
2. Il peut le comprendre.
3. Il peut l'utiliser.
4. Il peut atteindre ses objectifs.



Ces résultats sont obtenus en travaillant à trois niveaux :

- **Structure** : organisez le contenu de manière logique, en plaçant les informations les plus importantes en premier (« front-loading »). Utilisez des titres, des listes et des sections courtes pour guider le lecteur.
- **Langage** : choisissez des mots courants, utilisez la voix active et rédigez des phrases courtes. Évitez le jargon, les doubles négations ou les formulations abstraites.
- **Conception** : accombez le texte de polices lisibles, d'un contraste clair et d'éléments visuels tels que des icônes ou des infographies. Sur les plateformes numériques, veillez à ce que le contenu soit facile à parcourir et adapté aux appareils mobiles.

**Les avantages vont au-delà de l'accessibilité.** Dans les services publics, les textes rédigés dans un langage simple réduisent les erreurs et accélèrent les processus. Dans

le domaine de la santé, les patients qui reçoivent des instructions dans un langage simple sont moins susceptibles de commettre des erreurs avec leurs médicaments. Dans l'éducation, les élèves s'impliquent davantage lorsque les supports pédagogiques sont clairs. Il en va de même pour le travail auprès des jeunes : lorsque les invitations, les formulaires ou les descriptions de programmes sont clairs, davantage de jeunes participent et moins abandonnent.

Imaginez un jeune migrant qui reçoit une annonce concernant un programme pour les jeunes. Si le message est rédigé dans un langage bureaucratique, il risque d'abandonner avant même de poser une question. Si le même message utilise un langage simple, c'est-à-dire s'il comporte un titre direct, une explication simple de ce que c'est, quand et comment y participer, ainsi qu'un repère visuel, ce jeune sait immédiatement que cette opportunité lui est destinée. **La clarté transforme un obstacle potentiel en invitation.**

Le langage clair est différent du langage « facile à lire ». Les formats faciles à lire suivent des règles strictes afin d'aider les personnes souffrant de troubles cognitifs. **Le langage clair, en revanche, crée un cadre plus large qui préserve les idées complexes tout en les rendant compréhensibles pour le grand public.** Cette flexibilité le rend particulièrement efficace dans des contextes diversifiés et multilingues.

Le langage clair peut également être mesuré. Des outils d'évaluation de la lisibilité tels que Flesch Reading Ease ou LIX peuvent donner une première indication du niveau de difficulté d'un texte, tandis que des tests réalisés auprès d'utilisateurs réels fournissent un retour direct sur l'efficacité des messages. Ces méthodes permettent aux organisations de passer de l'intention à la preuve, garantissant ainsi que la communication est non seulement bien intentionnée, mais aussi efficace.

En bref, **le langage clair ne consiste pas à simplifier les idées, mais à respecter le droit de comprendre.** En combinant structure, formulation accessible et conception réfléchie, les animateurs socio-éducatifs et les organisations créent des conditions plus équitables pour la participation. La clarté n'est pas seulement un style, c'est une voie vers l'équité, la confiance et l'inclusion.

## Dix recommandations

### 1. Commencez par un examen de la communication

Évaluez vos sites web, vos dépliants et vos publications sur les réseaux sociaux. Posez-vous la question suivante : qui est exclu par notre mode de communication actuel ? Impliquez les jeunes dans ce processus afin de recueillir des points de vue diversifiés.

### 2. Privilégiez un langage simple

Utilisez des phrases courtes, un vocabulaire familier et une structure claire. Évitez le jargon ou expliquez-le si nécessaire. Le langage simple permet à tous les jeunes de comprendre les informations et d'agir en conséquence.

### 3. Allez à la rencontre des jeunes là où ils se trouvent

Adaptez vos canaux de communication à vos publics. Si les sites web restent utiles, les jeunes ont tendance à utiliser les réseaux sociaux ou les applications de messagerie. Veillez à la cohérence entre les différentes plateformes.

### 4. Combinez texte et visuels

Accompagnez les informations écrites d'images, d'icônes ou d'infographies. Utilisez des visuels inclusifs qui reflètent la diversité et fournissez un texte alternatif pour l'accessibilité.

### 5. Testez auprès des utilisateurs

Avant le lancement, partagez les supports avec de petits groupes de jeunes. Leurs commentaires sur la clarté et la pertinence vous aideront à affiner votre approche.

### 6. Soutenez les publics multilingues

Dans les contextes multilingues, fournissez les informations clés dans les langues parlées par votre communauté. Pour les jeunes migrants, les jeunes réfugiés, ainsi que pour les jeunes qui ne parlent pas la langue du pays pour quelque raison que ce soit, adaptez les ressources aux différents niveaux d'alphabétisation.

## **7. Intégrez l'accessibilité dès le départ**

Appliquez les normes d'accessibilité numérique telles que les directives pour l'accessibilité des contenus Web (WCAG) : veillez à un contraste élevé, à un texte modulable, à des légendes et à une navigation simple.

## **8. Renforcez les capacités du personnel**

Proposez régulièrement des formations au personnel et aux bénévoles sur la rédaction claire, la communication interculturelle et l'accessibilité numérique. Les compétences doivent être actualisées et partagées en interne.

## **9. Renforcez les partenariats**

Collaborez avec les écoles, les bibliothèques, les centres culturels et les autorités locales pour élargir votre portée. Associez-vous à des spécialistes de l'alphabétisation ou du handicap pour bénéficier d'un soutien expert.

## **10. Surveillez et améliorer**

Utilisez des analyses, des enquêtes ou des données de fréquentation pour suivre la manière dont les jeunes interagissent avec votre communication. Adaptez régulièrement vos stratégies pour répondre à l'évolution de leurs besoins.

## Conclusion et références

« That's Clear » démontre que **l'inclusion commence par notre langage**. Le message est cohérent dans tous les pays partenaires : la communication détermine si les jeunes peuvent trouver, comprendre et utiliser les offres et les services pour atteindre leurs objectifs. Le projet vise donc à combler cette lacune en intégrant systématiquement un langage simple et une conception inclusive dans les pratiques quotidiennes du travail avec les jeunes.

Le projet s'attaque ainsi à l'une des principales causes d'exclusion : la communication inaccessible. L'expérience de tous les pays partenaires confirme que **les animateurs socio-éducatifs ont besoin d'outils concrets, d'une formation pratique et de temps pour adapter leur travail**.

That's Clear ! suit une approche clairement structurée :

1. Co-diagnostic centré sur les jeunes – Les obstacles et les besoins sont identifiés, créés et décrits en collaboration avec les jeunes.
2. Analyse des supports : brochures, infographies, outils d'évaluation et autres outils fournissent des résultats vérifiables et sont analysés.
3. Développement de mesures de formation – des formations modulaires/ateliers/webinaires sont combinés à un apprentissage en présentiel et en ligne, reconnu par Youthpass.

Cette approche renforce les pratiques des organisations de jeunesse, réduit le décrochage scolaire et augmente la participation. Elle profite particulièrement aux migrants, aux jeunes en décrochage scolaire et aux jeunes souffrant de troubles cognitifs, mais aussi, en fin de compte, à toutes les personnes qui préfèrent des informations claires et compréhensibles.

« That's Clear ! » combine des connaissances issues de l'édition inclusive, de l'alphabétisation, du théâtre social, de la culture et du leadership des jeunes. En même temps, il ouvre des voies vers l'éducation, la formation et le sport. Les décisions de communication durables, telles que la réduction des supports imprimés, la réutilisabilité et la priorité donnée à l'accessibilité, contribuent également à une valeur ajoutée sociale à long terme : moins de malentendus, une plus grande capacité d'action et un accès plus équitable aux services.

## Perspectives spécifiques à chaque pays

- Autriche : des programmes tels que NEBA (Netzwerk Berufliche Assistenz, ou réseau d'aide professionnelle) offrent un soutien accessible pour la transition entre l'école et le monde du travail. Un langage simple peut renforcer les supports d'orientation, les formulaires et les documents de coaching dans ce domaine. D'autres organisations de jeunesse forment également un réseau dense et diversifié couvrant la culture, l'éducation, l'environnement, le sport, les loisirs et même la religion.
- Italie et Espagne : Youth Wiki présente les cadres politiques et les instituts nationaux pour la jeunesse qui illustrent comment une communication claire peut être intégrée dans les services locaux, les programmes de mobilité et les centres pour la jeunesse.
- Belgique (Fédération Wallonie-Bruxelles) : la Belgique a une structure administrative complexe (communautés/régions avec leurs propres parlements et responsabilités en matière de jeunesse). Le réseau de participation des jeunes est particulièrement influent : les conseils de jeunes aux niveaux nationaux, provinciaux et municipaux servent de porte-parole et d'espace d'apprentissage pour la participation démocratique. Exemple : le Forum des Jeunes est le représentant officiel des 16-30 ans dans la Fédération Wallonie-Bruxelles ; il met en relation les jeunes et les décideurs, rédige des déclarations et soutient les processus de participation. De tels organismes sont idéaux pour introduire des normes de langage clair dans la communication publique, soutenues par des lignes directrices pratiques et des contrôles automatisés de compréhensibilité.
- France : les jeunes âgés de 15 à 29 ans représentent une part importante de la population, mais les transitions dans l'éducation et la carrière, notamment le chômage des jeunes et le décrochage scolaire, restent un défi. Afin de lever les barrières de communication, l'INJEP (données et analyses), le CIDJ/CRIJ/BIJ (information jeunesse à bas seuil) et les MJC (travail culturel et éducatif local) se sont imposés comme des organisations clés capables de traduire le langage administratif complexe en formats à la fois compréhensibles et utilisables.

**Un langage et une communication clairs et inclusifs sont équitables et efficaces.**

Lorsque les gens trouvent ce dont ils ont besoin, le comprennent et peuvent l'utiliser pour atteindre leurs objectifs, ils s'impliquent automatiquement.

En combinant les normes avec la co-conception et la reconnaissance des organisations de jeunesse, **la clarté devient une pratique quotidienne**. Cela conduit à de bons, voire de meilleurs, résultats pour les jeunes. Cela **ouvre les portes de la communication et rend la participation possible**.

## Références

- ISO 24495-1:2023 : Langage clair – Partie 1 : Principes directeurs et lignes directrices. Organisation internationale de normalisation
- Union européenne - Stratégie de l'UE en faveur de la jeunesse 2019-2027 (Portail européen de la jeunesse ; aperçu et plans de travail) : [Stratégie de l'UE en faveur de la jeunesse | Portail européen de la jeunesse](#)  
[https://youth.europa.eu/strategy\\_fr](https://youth.europa.eu/strategy_fr)
- Union européenne : Youthpass – portail officiel (objectif, certificats, langues, processus) : [Objectifs européens pour la jeunesse | Portail européen de la jeunesse](#).
- Eurostat : Statistics on young people neither in employment nor in education or training, 2025[https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Statistics\\_on\\_young\\_people\\_neither\\_in\\_employment\\_nor\\_in\\_education\\_or\\_training](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Statistics_on_young_people_neither_in_employment_nor_in_education_or_training),
- Eurostat Young people - social inclusion:  
[https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Young\\_people\\_-\\_social\\_inclusion](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Young_people_-_social_inclusion).
- OCDE - Compétences en lecture et en écriture chez les adultes :  
<https://www.oecd.org/fr/themes/competences-en-lecture-et-ecriture-des-adultes.html>
- OCDE - Enquête sur les compétences des adultes (PIAAC) - aperçu du programme : <https://www.oecd.org/fr/about/programmes/piaac.html>
- SALTO-YOUTH, What is Youthpass? (recognition instrument for projects supported by the EU youth programmes) : <https://www.salto-youth.net/rc/training-and-cooperation/youthpass/>.
- WCAG 2.2 – Web Content Accessibility Guidelines, Recommendation, 2024: [Web Content Accessibility Guidelines \(WCAG\) 2.2.](#)
- Italie :
  - Youth Wiki : (<https://national-policies.eacea.ec.europa.eu/youthwiki/chapters/italy/overview>).
- Autriche :
  - Sozialministerium : <https://www.sozialministeriumservice.gv.at/>.
  - Youth Wiki : <https://national-policies.eacea.ec.europa.eu/youthwiki/chapters/austria/32->

administration-and-governancehttps://www.sozialministeriumservice.gv.at/Menschen\_mit\_Behinderung/Arbeitsmarktprojekte/NEBA/NEBA\_Netzwerk\_Berufliche\_Assistenz.de.html?

- Espagne
  - Statistiques sur les jeunes qui ne sont ni en emploi, ni en formation :  
Statistiques sur les jeunes qui ne sont ni en emploi, ni en formation - Statistiques expliquées - Eurostat
- France
  - INSEE. Taux de chômage, 2025, Au premier trimestre 2025, le taux de chômage est resté pratiquement stable à 7,4 % - Informations rapides - 120 | Insee, 2 octobre 2025.
  - Youth Wiki - France : https://national-policies.eacea.ec.europa.eu/youthwiki/chapters/france/16-evidence-based-youth-policy?utm\_source=chatgpt.com.
  - Injep - L'institut national de la jeunesse et de l'éducation populaire :  
https://injep.fr/.
  - Cidj - Accueil | CIDJ.COM : études, métiers, orientation, emplois, stages, formations,...
- Belgique
  - Forum des Jeunes : https://forumdesjeunes.be/a-propos/.
  - Région de Bruxelles-Capitale : Les jeunes et la politique :  
https://catalog.be.brussels/en/citizen/family/youth/young-people-politics/young-people-and-politics-in-french-speaking-brussels.