

ASSOCIATIONS ET COLLECTIFS CITOYENS

	• ALDA - Association européenne pour la démocratie locale • Association A.R.T. Fusion • Eclasio • Metaphora Theatre • One World Network NRW • The Finnish Peace Committee • CReA Onlus Association • BalkanIDEA Novi Sad Association SLOGA – Slovenian Global Action
Projet The Future We Want (L'avenir que nous voulons)	

La démarche s'inscrit dans un
cadre réglementaire

☐ OUI ☒ NON

La démarche est

☒ PONCTUELLE ☐ PÉRENNE

THÈMES

ENVIRONNEMENT

RÉSUMÉ DE LA DÉMARCHE

Le projet « The Future We Want » vise à accroître le niveau d'engagement des jeunes Européens sur les questions de durabilité et de développement, à créer de meilleurs modes de vie et à donner une voix significative à la jeunesse européenne par le biais d'un plaidoyer sur l'Agenda 2030 au niveau local et européen. Un groupe très diversifié de 45 jeunes venus de toute l'Europe a sensibilisé des citoyens et décideurs publics aux conséquences environnementales et sociales de l'industrie de la mode rapide. L'événement principal du projet a été une caravane transnationale qui a visité 17 villes européennes entre août et septembre 2024, engageant près de 30 000 Européens par le biais de campagnes de rue et de réunions publiques. Des méthodes créatives telles que des représentations théâtrales et des ateliers interactifs ont permis de capter l'attention du public et d'inspirer des changements de consommation.

LA DÉMARCHE

PRÉPARATION

* contexte, qui initie le projet, objectifs poursuivis, date de mise en place du projet, coût total du projet, territoire concerné, transparence des documents et de la démarche depuis sa mise en place, calendrier de suivi, communication, etc.

Le projet The Future We Want (L'avenir que nous voulons) est un projet Erasmus+, soutenu par la Commission européenne et mené par neuf organisations européennes de janvier 2023 à décembre 2024. Le financement était de 500 000 euros.

Ce projet innovant a permis à un groupe de 45 jeunes d'attirer l'attention sur l'un des défis mondiaux les plus pressants : la mode rapide (fast fashion) et le consumérisme non durable. Un groupe très diversifié de jeunes venus de toute l'Europe a sensibilisé des citoyens et décideurs publics aux conséquences environnementales et sociales de l'industrie de la mode rapide. Le groupe était très différent en termes de genre et d'origine sociale, et comprenait des personnes en situation de handicap et des personnes migrantes. Le projet « The Future We Want » réunit neuf organisations de Roumanie, Serbie, Slovaquie, France, Belgique, Finlande, Italie, Allemagne et Portugal. Le projet encourage la durabilité, la sensibilisation au climat, l'autonomisation des jeunes et le plaidoyer à travers l'Europe.

Cette initiative d'un an a progressivement permis aux participants de s'approprier pleinement le projet. En commençant par des modules en ligne sur l'Agenda 2030 et les méthodes de plaidoyer, le projet a créé parmi les participants une forte dynamique de collaboration. Lors d'une rencontre de 10 jours en Roumanie, les jeunes participants ont choisi de se concentrer sur la mode rapide. Ils ont ensuite planifié les activités d'action, y compris des campagnes en ligne, des événements de rue et un plaidoyer politique par le biais de lettres ouvertes et de notes d'information à destination d'élus locaux et européens.



LA DÉMARCHE

L'événement principal du projet a été une caravane transnationale qui a visité 17 villes européennes de 7 pays différents, entre août et septembre 2024, engageant près de 30 000 Européens par le biais de campagnes de rue, d'ateliers, et de réunions publiques. Des méthodes créatives telles que des représentations théâtrales et des ateliers interactifs ont permis de capter l'attention du public et d'inspirer des changements de consommation. Combinant le plaidoyer, la créativité et l'engagement des jeunes, « The Future We Want » montre comment les citoyens européens peuvent s'unir pour construire un avenir durable. Le projet est un modèle d'intégration européenne pratique, qui encourage la collaboration transfrontalière et incite les jeunes à contribuer au programme de développement durable de l'UE.

Le projet « The Future We Want » vise à renforcer l'engagement des jeunes sur les questions de durabilité et de développement, en donnant à la prochaine génération les moyens de façonner l'agenda politique de l'UE en matière de développement durable. Les trois principaux objectifs du projet sont les suivants :

- Renforcement des compétences de neuf organisations partenaires en matière de plaidoyer, de campagnes et d'objectifs de développement durable.
- Autonomisation des jeunes : Formation de 45 jeunes à mener des campagnes de plaidoyer sur les défis de la durabilité aux niveaux local et européen.
- Engagement du public : 30 000 Européens touchés grâce à des campagnes créatives en ligne et hors ligne visant à promouvoir l'Agenda 2030 et des pratiques de consommation durables.

Le projet visait à donner aux jeunes les moyens d'être des acteurs du changement. Au cours de l'année, les participants ont développé les compétences nécessaires pour construire et mener à bien une campagne sur un thème qui leur tenait à cœur.

ÉTAPES ET DÉROULEMENT

* réalisation, animation, méthode, outils, prise en compte des citoyens à chaque étape, reconnaissance de la maîtrise d'usage, scénarios alternatifs, obstacles ou aléas rencontrés, innovations, etc.

Activités et mise en œuvre

- Plaidoyer et formation : Des ateliers et des sessions de formation ont fourni aux jeunes militants des outils leur permettant d'influencer les politiques locales et européennes en matière de durabilité.
- Caravane transnationale : La principale activité du projet consistait en une campagne itinérante couvrant 17 villes à travers l'Europe. Cette caravane a mobilisé les communautés par le biais de spectacles de rue, d'ateliers interactifs et de réunions publiques. Les activités se sont concentrées sur l'impact environnemental de la mode rapide et la promotion d'alternatives aux pratiques non durables.



- Campagnes en ligne : En s'appuyant sur les médias sociaux, le projet a permis de partager un contenu attrayant, allant des infographies aux vidéos, inspirant les jeunes à faire des choix durables et à exiger un changement dans les pratiques de consommation et la législation européenne.

Le projet « The Future We Want » se distingue par son approche créative du plaidoyer. En combinant des représentations théâtrales de rue, des ateliers pratiques et des récits numériques, le projet capte l'attention du public et délivre des messages complexes de manière accessible. La caravane transnationale, en particulier, est un exemple de collaboration européenne, car des jeunes d'horizons divers travaillent ensemble pour faire changer les choses.

IMPLICATION DES DIFFÉRENTS ACTEURS & ACTRICES

* parties prenantes, publics cibles, publics éloignés (nombre de personnes concernées), présence de contradictoire durant la démarche (quand (calendrier) et comment, quelles implications ?) etc.

Parties prenantes

- 45 jeunes (18-30 ans) de 9 pays différents qui ont organisé des réunions de sensibilisation et des activités publiques dans leurs communautés locales.
- 9 organisations qui ont mené le projet et renforcé leurs compétences en matière de plaidoyer, de campagne et d'ODD
- Des milliers de citoyens dans les 17 villes européennes. Environ 10000 participants aux activités de rue et 50000 personnes qui ont utilisé le matériel en ligne.
- 49 ONG et 9 députés européens qui ont signé la lettre ouverte, et 2 800 citoyens qui ont signé la pétition.
- Les décideurs politiques à différents niveaux ; à niveau local française, le 21 octobre 2024, les participants ont rencontré Guillaume Libsig, adjoint au maire de Strasbourg, chargé de la vie associative et de la jeunesse.

Public cible et portée

- Public principal : Jeunes Européens âgés de 16 à 30 ans, en particulier ceux qui s'intéressent à l'action climatique, aux modes de vie durables, et à la justice sociale.
- Public secondaire : Les décideurs politiques, les autorités locales et les acteurs du secteur de la mode.
- Sensibilisation : Grâce à des activités sur le terrain et à des campagnes numériques, le projet a permis d'engager directement 45 jeunes militants et de toucher environ 30 000 personnes.

RETOURS

* évaluation en interne par le porteur de projet et par les citoyens, impact de la démarche sur le projet, suivi (retour auprès des habitants, continuité de l'association), expérience des citoyens, réussite ou échec et raisons ?

Le projet mesure son impact grâce aux éléments suivants : - Le nombre de jeunes défenseurs formés et les activités qu'ils mènent par la suite. - Les mesures de l'engagement communautaire, y compris le nombre de participants lors des campagnes de rue et les interactions en ligne. - Les résultats politiques, tels que les engagements ou les changements inspirés par les efforts de plaidoyer. De plus, et malgré la fin "opérationnelle" du projet, les jeunes participants se sont récemment constitués en association afin de continuer leur engagement contre la mode rapide.