



FICHE EXPERIENCES N°12

Llwybro-Routes

NOM ET RAISON SOCIALE DE LA STRUCTURE RESPONSABLE :

WELSH ASSEMBLY GOVERNMENT DEPARTMENT FOR ENTERPRISE, INNOVATION AND NETWORKS
(DEPARTEMENT DU GOUVERNEMENT DE L'ASSEMBLEE GALLOISE POUR L'ENTREPRISE, L'INNOVATION ET LES RESEAUX)

1. TITRE DU PROJET OU DE L'ACTION

Llwybro-Routes

2. ETAT MEMBRE

Royaume Uni

3. REGION

Pays de Galles

4. ZONE GEOGRAPHIQUE D'APPLICATION DU PROJET / DE L'ACTION

Région

5. DONNEES STRUCTURELLES (si elles sont connues)

Nb d'habitants : 1 713 800 Densité : 81/km²

% Agriculteurs : 2,5

% au-dessous de 24 ans : 29,85

% au-dessus de 65 ans : 18

Taux de chômage : 4,4%

6. OBJECTIFS DU PROJET / DE L'ACTION

La mission générale de Llwybro-Routes : la promotion du choix, attractif et viable, de rester dans la campagne galloise ou de retourner s'y installer. Lorsque le projet est appliqué dans des zones moins rurales, il s'agit d'aider les jeunes à rester ou à retourner dans les communes du Pays de Galles.

Puis spécifiquement, notre objectif est de mettre en place des actions pour :

- encourager une dynamique de réseau entre les expatriés originaires du Pays de Galles et leurs régions natales, et renforcer les liens existants,
- étudier les tendances migratoires des jeunes originaires des zones rurales galloises et rendre compte de l'existence d'un corps d'expatriés qualifiés et expérimentés pouvant constituer un vivier de main d'œuvre pour les sociétés et les investisseurs locaux potentiels,
- étudier les visions qu'ont les jeunes de la vie et du travail dans la campagne galloise ainsi que les destinations géographiques et lieux de travail des jeunes se trouvant toujours dans leur région d'origine,
- lancer des programmes de sensibilisation à l'intérêt que représente la campagne galloise en terme de potentiel économique et de qualité de vie, à destination des jeunes
- répondre aux besoins, aux exigences et, autant que possible, aux aspirations, aussi bien existantes qu'émergentes, des partenaires concernés par le projet et des membres de la base de données, afin de contribuer au dynamisme économique et à la cohésion sociale de la campagne galloise.

7. FACTEUR DECLENCHEUR DU PROJET / DE L'ACTION

Llwybro-Routes a été mis en place en tant que projet pilote en 1998, en réponse au problème de l'exode des jeunes originaires du centre du Pays de Galles. Les informations alors disponibles sur cet exode étaient quasi-anecdotiques. A l'origine, le projet avait été mis en place pour rassembler des preuves permettant de confirmer ou d'infirmer cette tendance.

Après une évaluation indépendante du projet pilote et la préparation d'un nouveau plan financier, Llwybro-Routes a été étendu à l'ensemble des territoires ruraux du pays de Galles et à certaines circonscriptions hors de ces territoires. A partir des conclusions du projet pilote, il a été décidé d'élargir la mission en créant un lien entre les besoins des entreprises et les compétences des jeunes. A ce titre, Llwybro-Routes fournit des contacts et des informations sur les opportunités et les dispositifs de soutien des jeunes dans les territoires ruraux.

8. PUBLIC CIBLE

Personnes de 16 à 30 ans ayant reçu un enseignement secondaire dans les circonscriptions de Gwynedd, Anglesey, Conwy, Denbighshire, Flintshire, Wrexham, Powys, Ceredigion, Carmarthenshire, Pembrokeshire, Swansea, Neath Port Talbot, Vale of Glamorgan et Monmouthshire, quel que soit leur lieu de résidence actuel, à l'intérieur ou à l'extérieur du Pays de Galles.

9. DESCRIPTION DU PROJET

Parmi les principales actions de Llwybro-Routes, nous pouvons citer :

- Une base de données complète des jeunes ayant fait leurs études dans la zone scolaire concernée. La base de données comprend actuellement 34 220 membres et il est prévu de l'agrandir encore courant 2006.
- Un site Internet propre (www.llwybro-routes.co.uk)
- Des lettres d'information régulières. Ces lettres d'information servent à garder le contact avec les membres inscrits sur la base de données et à promouvoir nos communes en tant que territoire où les jeunes peuvent vivre et travailler. Elles contiennent des études de cas, des informations pratiques sur la vie et l'emploi dans les territoires, des conseils et des contacts. Trois éditions de la lettre sont produites chaque année, avec des éditions régionales pour le Nord, le Centre, le Sud-Ouest et le Sud-Est rural du Pays de Galles.

La base de données est un élément fondamental du projet Llwybro-Routes. Actuellement, elle est utilisée pour :

- Rester en contact avec les inscrits, au moyen de la lettre d'information
- Rapprocher les jeunes des besoins des employeurs en matière de compétences spécifiques. (Les membres peuvent mettre à jour leurs compétences et qualifications sur la base de données)
- Suivre la carrière et le parcours de vie des jeunes ayant fait leurs études au Pays de Galles.

10. METHODE ET STRATEGIE

Le processus de développement de la base de données se décompose en trois types d'actions :

1) Collecter les données concernant les étudiants de Year 11 et VI Form (équivalent niveau 1^{ère} et terminale) pour les placer dans la base de données lorsqu'ils quittent l'école.

Cette tâche est réalisée par un prestataire, qui présente le projet et les enjeux liés à la migration rurale à des élèves de 16 ans. Les coordonnées sont d'abord recueillies sur un formulaire papier, pour s'assurer que les participants sont informés de leurs droits dans le cadre de la loi sur la protection des données, et qu'ils sont d'accord sur l'usage de ces informations. Les données sont ensuite transférées dans la base.

2) "Vendre" la base de données aux anciens élèves. Plusieurs actions sont réalisées dans ce sens :

- Présence de Llwybro pour encourager lors d'événements importants tels que le Royal Welsh Show, les matches internationaux de rugby, le National and Urdd Eisteddfodau et les festivals régionaux.
- Utilisation de listes de diffusion et de contacts par e-mail avec des membres d'autres bases de données comme FriendsReunited, les associations universitaires d'anciens étudiants, les sociétés galloises des autres régions du Royaume Uni et de l'étranger.
- Des techniques promotionnelles plus classiques sont également utilisées, en particulier les conférences de presse, les lettres aux journaux régionaux du Royaume Uni, les articles sur le site Internet Where I Live de la BBC, l'utilisation de Papurau Bro, la communication auprès des associations sociales culturelles du Pays de Galles, etc..

3) Maintenir l'intérêt et l'engagement des membres inscrits à la base de données pendant plusieurs années. Notre stratégie comporte plusieurs points :

- Interactivité

L'évaluation du projet pilote a permis de dégager que la possibilité de donner son avis et d'influer sur des décisions pouvant avoir une incidence sur leur avenir et celui des générations futures, était l'une des principales motivations des jeunes à rejoindre la base de données. C'est pourquoi, Llwybro sonde régulièrement l'opinion de ses membres et médiatise largement les résultats. De ce point de vue, les intérêts des participants et des agences soutenant le programme sont identiques

- Des avantages

L'approche du statut de membre de Llwybro a été développée de manière à le rendre similaire à celle d'un club. Ainsi, l'engagement en tant que membre apporte des avantages, comme des accès réservés lors de grands événements, des réductions sur des produits et services des territoires gallois, des compétitions, des prix, etc. En outre, chaque membre possède un numéro permanent, qui lui permet, par exemple, de pouvoir participer aux enquêtes sur internet.

● **Ciblage en fonction des besoins :**

Les jeunes sont intéressés par leur propre région, mais l'intérêt faiblit rapidement au-delà d'une zone géographique très restreinte. De même, selon les étapes du parcours de vie, les besoins ne sont pas les mêmes. Les informations reçues sont donc ciblées spécifiquement en fonction de l'âge et de la région d'origine du participant.

● **Utilité de l'information :**

Les membres bénéficient d'informations particulières à travers le site Internet Llwybro : liens sur des sites utiles, conseils et informations sur la vie pratique, le marché du travail et la création d'entreprise, les sources de financement et autres formes d'accompagnement. Ce service n'est possible que grâce à la participation active d'agences de premier plan et des organismes responsables du développement et à de la maintenance du site.

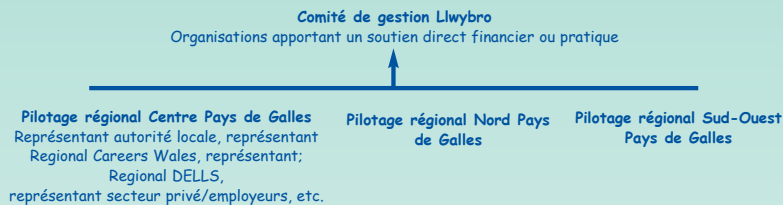
L'information est transmise aux membres par trois circuits :

- Les Lettres d'information, envoyées trois fois par an, contenant des études de cas, des actualités, des informations sur les nouvelles initiatives, des opportunités de carrière et d'affaires qui contribuent à promouvoir l'idée que rester ou de retourner au Pays de Galles est un choix viable. Ce qui contredit le préjugé voulant qu'il n'y ait rien de disponible pour les jeunes dans ces campagnes.
- Le site Internet, qui contient des informations similaires mais aussi des offres d'emploi à jour, des liens, contacts et informations sur la vie, les études et le travail au Pays de Galles.
- La participation de Llwybro à des salons et des événements pour promouvoir le projet, ce qui permet de réaliser des entretiens individuels avec des jeunes.

● **Structure de gestion du projet :**

Le modèle de la structure de gestion est donné ci-dessous.

Être membre du comité de gestion est une expérience proactive. Tout en ayant la responsabilité des frais de fonctionnement du projet, chaque membre intègre les contributions prospectives permettant d'assurer le développement et le succès d'une action.



Pour soutenir le Comité de gestion, il existe quatre groupes de pilotage régional. Ces groupes de pilotage n'ont pas un rôle de gestion pratique mais constituent un moyen d'assurer la coordination régionale, le retour d'information et les liens, en particulier avec les organisations et les employeurs du secteur privé. Elles agissent comme les principales sources de renseignements pour la lettre d'information et le site Internet.

11. PRÉCISEZ LE NOMBRE ET LE TYPE DE STRUCTURES ET / OU DE PARTENAIRES ASSOCIÉS OU IMPLIQUÉS (S'ILS SONT PLUSIEURS)

	Nom	(*) Type de structure
Structures	Gouvernement de l'Assemblée galloise	B6
Autres partenaires impliqués	Conseils de comté	B4
	Groupes Leaders	A4
	Sociétés de transport	A2
	Mentor A Busnes	A2

12. COUT TOTAL DU PROJET ET MISE EN PLACE DU FINANCEMENT (BUDGET)

£190k par an

13. DE QUELLE FACON, D'APRES-VOUS, CE PROJET OU CETTE ACTION EST-IL INNOVANT OU SPECIFIQUE ?

Llwybro est unique, certainement au Pays de Galles. Aucune autre organisation n'effectue un travail de suivi d'une population et la promotion du territoire, avec les mêmes objectifs, le même public ou la même durée.

14. DECRIVEZ LES RESULTATS OBTENUS (ASPECTS QUANTITATIFS ET QUALITATIFS)

Le nombre des membres inscrits dans la base de données et les partenariats avec les entreprises sont en augmentation.
Il est prévu de réaliser une évaluation à grande échelle du projet en 2006/07

15. DECRIVEZ LES EFFETS OBTENUS (sur le projet de développement local, sur les populations locales, sur les partenaires, sur l'image de la zone géographique à la fois de façon interne et externe, etc.)

A déterminer lors de l'évaluation en 2006/07

16. LES PROBLEMES RENCONTRES ET LES SOLUTIONS TROUVEES

Le défi principal est d'inciter les membres inscrits dans la base de données à revenir mettre à jour les informations les concernant.
La solution est d'augmenter et de maintenir la valeur du statut de membre. Les développements en cours prévoient un service d'informations directes et sur mesure. L'objectif est d'offrir les informations dont les membres ont besoin au moment où ils en ont besoin, par e-mail et avec la possibilité de services de messagerie sms.

17. QUELS ONT ETE LES FACTEURS DETERMINANTS DU PROJET (PARTENARIAT, PROCEDURE, OUTILS, ETC.)?

- le budget et les ressources.
- les modes de communication avec le public ciblé (site Internet et technologie).
- les partenariats étroits avec les sociétés de transport, les agences régionales pour l'entreprise, les agences pour l'emploi, les programmes en faveur des jeunes, les initiatives linguistiques et les conseils de comté.

18. PERSPECTIVES (ABANDON, REPETITION, DEVELOPPEMENT, ETC.)

Il est important de garder l'élan - Il s'agit d'un projet de longue haleine, dont les retombées ne seront visibles que d'ici cinq à dix ans.
Il est important aussi de continuer à communiquer avec le public grâce à des moyens innovants, pour suivre l'évolution de la technologie et de la mode.

19. AUTRES COMMENTAIRES

Un projet tel que celui-ci exige un engagement à long terme pour conserver sa valeur vis-à-vis de ses membres et de ses partenaires.
La valeur potentielle de la base de données augmente, à mesure qu'elle mûrit et que les moins de 18 ans représentent un pourcentage moins élevé des membres.

Contact : Anthony Jarrett
E-mail : anthony.jarrett@wales.gsi.gov.uk
Site Internet : www.llywybro-routes.co.uk

