



Cofinancé par  
l'Union européenne

BE  
UN  
IT

Projet BE-UNIT  
Erasmus+ KA220YOU – Partenariat de coopération jeunesse  
2023-2-IT03-KA220-YOU-000177342

# APPEL



Recommandations  
visant à améliorer l'employabilité des jeunes dans le domaine audiovisuel  
et à réduire les obstacles à la participation culturelle



# SOMMAIRE

## 1. Le projet européen BE-UNIT

et la création du Moonstep Short Film Festival

page 3

1.1. Origines du projet et objectifs pédagogiques

1.2. Un laboratoire européen de co-création culturelle

1.3. Moonstep Short Film Festival : un modèle

de gouvernance culturelle menée par les jeunes

1.4. Plaidoyer pour la culture et impact du projet

## 2. Contexte

page 7

2.1. Faible employabilité dans le secteur audiovisuel en Belgique, en Hongrie et en Italie

2.2. Écart entre l'éducation et le marché du travail

2.3. Stages sous-payés ou non rémunérés et inégalités structurelles

2.4. Accès limité à la participation culturelle

2.5. Absence de dialogue démocratique et rétrécissement de l'espace culturel

2.6 Références

## 3. Messages: Recommandations à l'attention des décideurs

page 12

3.1. Réduire les obstacles à la participation culturelle

3.2 Impliquer de nouveaux publics dans la culture cinématographique

3.3 Le film comme outil de promotion du dialogue et de la compréhension interculturels

3.4 Améliorer l'employabilité des jeunes dans le domaine audiovisuel

# **1. LE PROJET EUROPÉEN BE-UNIT ET LA CRÉATION DU MOONSTEP SHORT FILM FESTIVAL**

Dans le paysage contemporain de l'organisation des festivals de cinéma, le projet BE-UNIT, financé par Erasmus+, se distingue comme un exemple d'expérimentation culturelle ancrée dans le leadership des jeunes et la co-création internationale. Cette initiative a donné naissance au Moonstep Short Film Festival, qui s'est tenu à Turin du 19 au 21 septembre 2025, aboutissement de plus d'un an de formation, de collaboration et de développement créatif. Le festival n'est pas seulement un élément central du projet, il incarne pleinement sa mission en plaçant les jeunes au centre des processus de curation et d'organisation.

## **1.1. ORIGINES DU PROJET ET OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**

Réalisé de janvier 2024 à décembre 2025, BE-UNIT est un projet européen cofinancé par le programme Erasmus+ KA220-YOU et développé grâce à la collaboration de quatre organisations : Cooperativa Sociale ORSO s.c.s. - coordinateur (Turin, Italie), Galileo Progetti Non-profit Kft. (Budapest, Hongrie), POUR LA SOLIDARITÉ (Bruxelles, Belgique) et Epica Film (Turin, Italie). Les partenaires ont mis en commun leur expertise dans les domaines de la production audiovisuelle, des politiques de jeunesse, de la formation des jeunes et de l'élaboration des politiques.

BE-UNIT a réuni 45 jeunes participants venus de Belgique, de Hongrie et d'Italie, dans le but de promouvoir l'autonomisation, le renforcement des capacités et l'innovation culturelle en impliquant directement les jeunes participants dans le processus d'apprentissage et de création. Cette approche leur a permis d'acquérir les compétences techniques, organisationnelles et critiques indispensables pour travailler dans les secteurs culturel et audiovisuel. Les principaux groupes cibles étaient les jeunes adultes âgés de 18 à 25 ans originaires de Belgique, de Hongrie et d'Italie, en particulier ceux qui ont besoin d'être réactivés et impliqués dans la société, ceux qui étudient/travaillent mais qui ont besoin de renforcer leurs réseaux ainsi que leurs compétences, afin d'être moins isolés ou qui ont besoin d'aide pour entrer dans le monde du travail et qui s'intéressent particulièrement au monde de la production audiovisuelle et aux sujets liés à la jeunesse.

## 1.2. UN LABORATOIRE EUROPÉEN DE CO-CRÉATION CULTURELLE

La création du MOONSTEP INTERNATIONAL SHORTFILM FESTIVAL a nécessité beaucoup de temps et d'efforts avant d'être accueillie favorablement.

Tout d'abord, les jeunes Européens ont participé à une résidence estivale à Sant'Anna di Valdieri en Italie (juillet 2024), où les participants se sont rencontrés en personne pour la première fois et ont assisté à des ateliers sur la programmation de festivals, l'engagement du public et la communication visuelle, animés par des professionnels reconnus.



Entre septembre et décembre 2024, les partenaires du projet BE-UNIT ont organisé des sessions de mentorat et des réunions de formation qui ont permis aux participants de renforcer leurs compétences et de développer leur identité professionnelle. Après cette formation, les partenaires du projet et les jeunes ont mis en place la structure organisationnelle du festival.

Dès le départ, BE-UNIT a encouragé une réflexion collective sur les compétences individuelles et les objectifs d'apprentissage. Les participants ont été répartis en groupes de travail thématiques (plaidoyer, parrainage, identité visuelle, médias sociaux et communication, service de presse, logistique, gestion de projet, direction artistique et facilitation) sur la base d'une auto-évaluation soutenue par les partenaires internationaux.



## **1.3. MOONSTEP SHORT FILM FESTIVAL : UN MODÈLE DE GOUVERNANCE CULTURELLE MENÉE PAR LES JEUNES**

Le Moonstep Short Film Festival incarne les principes éducatifs fondamentaux du projet BE-UNIT, en proposant un modèle innovant de gouvernance culturelle dans un secteur généralement dominé par des structures axées sur les adultes. Les jeunes participants ont joué un rôle de premier plan dans toutes les phases organisationnelles et curatoriales, de la sélection des films à la direction artistique et à la communication.

Le festival répond à la nécessité de valoriser les perspectives des jeunes générations, particulièrement concernées par des questions telles que l'identité, la durabilité, la crise écologique, la technologie et les inégalités mondiales. Dans ce cadre, le cinéma devient un langage actif et un outil de connexion sociale, incitant les jeunes publics à participer à la refonte des récits culturels.

## **1.4. PLAIDOYER POUR LA CULTURE ET IMPACT DU PROJET**

Le projet BE-UNIT et le Moonstep Short Film Festival présentent un modèle répliable de planification culturelle participative qui place l'autonomisation des jeunes au cœur de ses préoccupations. Leur expérience démontre que les compétences des jeunes constituent une ressource stratégique pour l'élaboration de politiques culturelles plus inclusives, démocratiques et durables.

Dans une Europe de plus en plus attentive aux processus participatifs, le modèle Moonstep est un exemple d'innovation culturelle qui répond aux besoins émergents des nouvelles générations et soutient de nouvelles formes d'implication active dans la vie culturelle.

## 2. CONTEXTE

### 2.1. FAIBLE EMPLOYABILITÉ DANS LE SECTEUR AUDIOVISUEL EN BELGIQUE, EN HONGRIE ET EN ITALIE

Dans les trois pays participant au projet BE-UNIT, les jeunes sont confrontés au même problème structurel : un niveau de qualification élevé ne se traduit pas par un emploi stable dans le domaine audiovisuel. Au niveau européen, les industries culturelles et créatives représentent 3,8 % de l'emploi total (données de l'Observatoire européen de l'audiovisuel, 2025), mais le sous-secteur audiovisuel reste dominé par les contrats temporaires, le travail par projet et les postes indépendants. Les postes permanents sont rares et la transition entre l'éducation et le marché du travail est souvent longue et incertaine. En Belgique, le secteur audiovisuel emploie environ 13 000 personnes (selon les statistiques compilées par screen.brussels), mais le travail est principalement basé sur des projets, ce qui limite les opportunités à long terme. Même avec une expérience pratique, les jeunes ont souvent du mal à obtenir des postes stables.

Gabriela illustre cette réalité : « **Malgré mon expérience dans la gestion d'événements, j'ai du mal à obtenir un poste permanent, car la plupart des opportunités sont temporaires ou liées à des projets, ce qui limite les possibilités de construire une carrière durable.** »

En Italie, les problèmes d'employabilité sont aggravés par l'opacité structurelle : comme le souligne Pietro, **l'accès à l'emploi repose encore largement sur le bouche-à-oreille et les réseaux personnels**. Au lieu d'encourager l'innovation, le secteur reste fermé et manque de structures ou d'agences transparentes pour guider les nouveaux arrivants. Cela crée un paradoxe : l'industrie prétend manquer de talents qualifiés, mais n'offre aucun moyen réel de les recruter. Sans « garant » interne, il est difficile d'obtenir un premier emploi, et le népotisme l'emporte souvent sur le mérite. Cette dynamique entrave le renouvellement générationnel et maintient le système dans une situation de stagnation.

En Hongrie, la présence de grandes productions internationales crée des opportunités prestigieuses, mais des asymétries cachées persistent : les travailleurs nationaux occupent souvent des postes subalternes, tandis que les rôles clés sont confiés à des étrangers. Comme l'expliquent Borka, Rebeka et Károly, un fossé profond s'est creusé entre les équipes travaillant sur des productions étrangères et celles travaillant sur des productions nationales, ce qui réduit les possibilités d'ascension sociale pour les nouveaux arrivants.

Les expériences des participants au projet BE-UNIT reflètent cette réalité : contrats à court terme, horaires irréguliers, protection sociale limitée et exigence de compétences techniques préalables – alors même que les systèmes de formation ne les fournissent pas. Gabriela ajoute une autre dimension : « Même sans diplôme universitaire, j'ai acquis une expérience pratique, mais je trouve difficile de trouver un emploi dans le secteur audiovisuel à Bruxelles. Les personnes ayant des qualifications académiques plus élevées ont parfois un meilleur accès à l'emploi, même si j'ai plus d'expérience pratique que certaines d'entre elles.»

Dans l'ensemble, l'employabilité dans le secteur audiovisuel est structurellement faible, quel que soit le pays.

## 2.2. ÉCART ENTRE L'ÉDUCATION ET LE MARCHÉ DU TRAVAIL

Un problème récurrent dans ces trois pays est l'inadéquation entre la formation universitaire et les attentes du secteur. Les jeunes sortent souvent de l'université avec de solides connaissances théoriques, mais les employeurs attendent d'eux des compétences techniques et pratiques avancées qui sont rarement enseignées dans le cadre de l'éducation formelle. Ceux qui n'ont pas suivi d'études supérieures sont confrontés au problème inverse : même s'ils possèdent une solide expérience pratique, ils sont souvent écartés au profit de candidats titulaires d'une licence ou d'un master.

En Italie et en Belgique, la majorité des entreprises audiovisuelles sont des petites ou micro-entreprises, ce qui limite leur capacité à investir dans des formations structurées. Par conséquent, l'apprentissage se fait souvent « sur le terrain », ce qui crée une pression pour les nouveaux arrivants et réduit l'efficacité. Pietro note que l'absence de parcours transparents renforce cette inadéquation : sans canaux d'entrée clairs ni réseaux professionnels accessibles à tous, les jeunes diplômés restent dépendants de contacts informels plutôt que d'un recrutement structuré. En Hongrie, l'autonomie créative est encore limitée par des problèmes structurels dans l'enseignement supérieur. Les étudiants de la SZFE (Université des arts dramatiques et de la cinématographie de Budapest) ne détiennent pas pleinement les droits d'auteur de leurs propres œuvres, ce qui les empêche d'utiliser librement ou de monétiser leurs créations, un problème également souligné par Borka, Rebeka et Karoly.

Ces lacunes structurelles rendent difficile pour les jeunes l'accès à un emploi stable, leur évolution professionnelle ou la reconnaissance adéquate de leurs compétences.

## **2.3. STAGES SOUS-PAYÉS OU NON RÉMUNÉRÉS ET INÉGALITÉS STRUCTURELLES**

Dans toute l'Europe, les stages restent l'un des principaux points d'entrée dans le secteur audiovisuel, mais ils renforcent souvent les inégalités sociales au lieu de faciliter un accès équitable.

Les stages non rémunérés ou faiblement rémunérés sont très répandus. Selon le Forum européen de la jeunesse, un stage non rémunéré coûte plus de 1 000 euros par mois aux jeunes, ce qui conduit nombre d'entre eux à occuper plusieurs postes non rémunérés avant de trouver un emploi rémunéré. Des recherches menées par le Sutton Trust et l'OIT montrent que les stages rémunérés débouchent sur des salaires plus élevés et un emploi plus rapide, tandis que les stages non rémunérés sont associés à des résultats moins bons à long terme.

Les témoignages des participants à BE-UNIT confirment ces conclusions.

Jacopo raconte : « Mon parcours professionnel est axé sur le cinéma et l'événementiel, et j'ai contribué à divers festivals de cinéma, mais une seule de ces expériences a été reconnue comme un véritable travail rémunéré. Toutes les autres étaient non rémunérées, bien que j'assumais toutes les responsabilités. »

Il ajoute : « Mon expérience montre à quel point les stages non rémunérés empêchent l'accès à un emploi équitable. J'ai occupé plusieurs postes qui exigeaient des responsabilités, mais qui n'étaient pas rémunérés correctement, voire pas rémunérés du tout dans de nombreux cas, ce qui m'a compliqué la tâche pour progresser professionnellement. Ces conditions profitaient aux personnes bénéficiant d'un soutien financier, et non à celles qui dépendaient de leurs propres revenus. »

Ces expériences reflètent la situation dans les trois pays : même après avoir terminé leur stage, les jeunes ne reçoivent souvent aucune offre d'emploi ou acceptent une rémunération faible simplement pour maintenir leurs relations professionnelles. Ce système crée une filière discriminatoire où seuls ceux qui bénéficient d'un soutien financier peuvent se construire une carrière.

## **2.4. ACCÈS LIMITÉ À LA PARTICIPATION CULTURELLE**

Le cinéma et la culture cinématographique peuvent jouer un rôle crucial dans la promotion des valeurs démocratiques, du dialogue et de la compréhension mutuelle entre les jeunes Européens. Cependant, l'accès à la culture reste inégal.

Les enquêtes menées lors des événements « BE-UNIT OFF » organisés à Bruxelles (24 mai 2025), Budapest (7 et 8 juin 2025) et Turin (6, 7 et 8 juin 2025) montrent que les deux principaux obstacles sont le prix des billets (46,8 %) et le manque d'informations (46,8 %). Même lorsqu'il existe des réductions pour les étudiants et les jeunes, celles-ci sont mal communiquées. Les promotions ne parviennent souvent pas à toucher de nouveaux publics, et les événements culturels peuvent leur sembler exclusifs ou « ne pas leur être destinés ».

Les données recueillies en Italie en 2021 illustrent cette tendance : seuls 16 % des jeunes âgés de 18 à 24 ans vont au cinéma au moins sept fois par an. La fréquentation est beaucoup plus élevée dans les zones métropolitaines, tandis que les régions rurales restent largement exclues. Les festivals de cinéma suivent la même tendance : bien que 60 % du public des festivals soit âgé de 15 à 34 ans, il s'agit principalement de spectateurs réguliers plutôt que de nouveaux spectateurs. Les festivals sont souvent perçus comme élitistes, ce qui renforce les barrières à l'accès.

En Hongrie, les groupes défavorisés, en particulier la population rom, sont confrontés à des obstacles supplémentaires. Comme le soulignent Borka, Rebeka et Karoly, ces obstacles comprennent l'exclusion sociale, les difficultés économiques et des espaces culturels perçus comme peu accueillants. Le sous-financement des institutions roms et la mise en œuvre insuffisante des politiques d'intégration limitent encore davantage la participation. Des actions de sensibilisation ciblées, des partenariats avec des ONG et l'organisation d'événements culturels dans les zones marginalisées sont essentiels pour favoriser une véritable inclusion.

## **2.5. ABSENCE DE DIALOGUE DÉMOCRATIQUE ET RÉTRÉCISSEMENT DE L'ESPACE CULTUREL**

En Hongrie, le secteur culturel est confronté à des défis supplémentaires liés à la politisation, au contrôle institutionnel et à la centralisation des décisions. Selon plusieurs rapports, l'accès au soutien public peut dépendre de la proximité politique, les productions critiques ou indépendantes étant souvent exclues des programmes de financement.

Les organisations professionnelles se sont divisées en structures parallèles pro-gouvernementales et anti-gouvernementales, avec un accès inégal aux ressources.

Comme l'expliquent Borka, Rebeka et Karoly, ce climat encourage l'autocensure, les créateurs évitant les sujets politiquement sensibles afin de garantir leur financement.

La production documentaire indépendante est particulièrement vulnérable, car la plupart des fonds nationaux seraient alloués à des projets favorables au gouvernement. Cette politisation réduit l'autonomie créative, limite la représentation et affaiblit le rôle du cinéma en tant qu'espace démocratique.

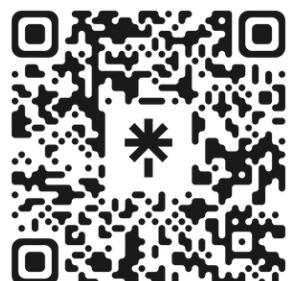
Plus largement, à travers l'Europe, les productions audiovisuelles ne reflètent pas toujours les expériences des jeunes vivant dans un environnement marqué par la discrimination, l'intolérance et la fragmentation sociale. Ce manque de représentation contribue à réduire le dialogue culturel et accroît la vulnérabilité des jeunes générations.

## 2.6. RÉFÉRENCES

Toutes les références utilisées pour cet appel sont regroupées dans un lien centralisé, garantissant ainsi une transparence et une crédibilité totales. Veuillez consulter l'URL suivante pour consulter toutes les sources citées :

<https://linktr.ee/beunitproject>

- [why.brussels](#) — Audiovisual Industry in Brussels
- [ANSA](#) — Aumentano le produzioni audiovisive destinate al web (2024)
- [ResearchGate](#) — Hollywood Runaway Productions in Socialist/Post-socialist Hungary
- [ResearchGate](#) — Spillovers behind the scenes
- [SZFE](#) / Copyright Study (Hungary)
- [Hungary Cultural Policy Profile](#) (2025)
- [Italian Statistical Yearbook](#) (2021)



### **3. MESSAGES: RECOMMANDATIONS À L'ATTENTION DES DÉCIDEURS**

#### **3.1. RÉDUIRE LES OBSTACLES À LA PARTICIPATION CULTURELLE**

La culture reste inaccessible à de nombreux groupes en raison de barrières structurelles et socio-économiques. Une éducation culturelle limitée réduit la confiance et les compétences des personnes pour s'engager dans la vie culturelle, tandis que les contraintes financières, telles que le prix des billets ou les frais de déplacement, restreignent encore davantage l'accès. En conséquence, les opportunités culturelles sont réparties de manière inégale, profitant aux privilégiés et excluant les entités à but non lucratif, les organisations locales et culturelles qui manquent souvent de ressources et dépendent de l'acceptation externe, ce qui réduit leur capacité à créer ou à promouvoir des programmes culturels et accentue leur marginalisation de la vie culturelle publique.

Une communication ciblée est essentielle pour atteindre les groupes qui sont généralement exclus des programmes culturels. Cela peut inclure la publicité sur des plateformes et dans les écoles ou les quartiers situés en périphérie de la classe moyenne, afin de garantir que l'information parvienne aux communautés défavorisées. La gratuité des programmes et l'organisation d'ateliers préparatoires ou de suivi peuvent également aider les participants à mieux comprendre et s'impliquer dans le contenu culturel.

Lorsqu'on organise des événements de grande envergure, tels que des festivals, le fait de les accueillir directement dans des quartiers défavorisés ou marginalisés peut renforcer l'implication de la communauté et faciliter une véritable interaction avec les résidents locaux, comme c'est le cas par exemple pour les communautés roms. Il est important non seulement de les inviter en tant que participants, mais aussi d'intégrer des éléments des cultures minoritaires locales dans le programme lui-même, par exemple en consacrant une section à leur art, leur musique ou leurs traditions, et en invitant des créateurs ou des invités issus de minorités ou ayant un parcours migratoire. Cette approche favorise les échanges culturels mutuels et promeut l'inclusion.

De nombreuses organisations à but non lucratif travaillent avec des groupes défavorisés, en mettant l'accent sur l'inclusion, souvent en engageant le dialogue avec les communautés locales et en développant des projets communs qui favorisent la coopération et les échanges culturels. Afin d'élargir la portée de ces initiatives, des partenariats avec de grandes entreprises peuvent également s'avérer bénéfiques.

En recherchant le soutien des entreprises et en organisant des programmes pour les employés, ces collaborations peuvent contribuer à diffuser la sensibilisation culturelle dans différentes classes sociales, garantissant ainsi que les informations et les opportunités se propagent bien au-delà des groupes cibles immédiats.

Il est également essentiel que les acteurs politiques et les institutions publiques jouent un rôle actif dans la promotion de l'inclusion culturelle, car une responsabilité aussi importante ne peut reposer uniquement sur les organisations civiles. Cela est particulièrement important dans des pays comme la Hongrie, où l'espace opérationnel et les possibilités de financement des ONG sont souvent limités par des contraintes réglementaires et politiques. Se fier exclusivement aux initiatives civiles risque de laisser les questions culturelles et sociales cruciales sans ressources suffisantes et sans soutien cohérent. Par conséquent, l'implication du gouvernement, par le biais de l'élaboration de politiques, d'un financement stable et d'une planification stratégique à long terme, est cruciale pour garantir que la participation culturelle soit accessible à tous les groupes sociaux et ne dépende pas des capacités fluctuantes des organisations à but non lucratif.

### **3.2. IMPLIQUER DE NOUVEAUX PUBLICS DANS LA CULTURE CINÉMATOGRAPHIQUE**

L'attraction de nouveaux publics vers la culture cinématographique est également entravée par la faible participation culturelle en Europe, principalement en raison des coûts élevés et du manque d'accès à l'information. Les enquêtes menées lors des OFF EVENTS à Bruxelles, Budapest et Turin montrent que de nombreuses personnes, en particulier les jeunes, estiment que les coûts liés à la participation culturelle sont trop élevés et ignorent souvent l'existence d'options cinématographiques abordables.

Dans le même temps, les efforts promotionnels déployés pour ces événements semblent distants ou inefficaces, et ne parviennent pas à attirer un public nouveau dans le milieu cinématographique. En conséquence, la fréquentation des salles de cinéma (par exemple en Italie) reste faible, en particulier en dehors des grandes zones urbaines, et les festivals de cinéma continuent d'attirer principalement des « passionnés » fidèles, renforçant ainsi leur image d'événements culturels exclusifs plutôt qu'accessibles.

La double nature du manque de participation culturelle crée de graves inégalités, qui pourraient être résolues par des solutions ciblées.

Il ne suffit pas d'améliorer les promotions saisonnières sur les entrées de cinéma et les réductions pour les étudiants : nous devons encourager une participation active à des événements liés à l'industrie cinématographique, ce qui favoriserait l'implication de nouveaux publics, en particulier parmi les jeunes.

Parallèlement, la promotion de la culture cinématographique devrait être menée efficacement par les écoles, les centres éducatifs, les organisations et associations de jeunesse, sans oublier les communautés les plus défavorisées.

Pour pallier le manque d'informations, des campagnes sur les réseaux sociaux, telles que les publications « culture now » sur Instagram ou TikTok faisant la promotion d'événements locaux, pourraient également être utiles. À plus long terme, des systèmes de soutien - tels que des Chèques culture - promus à l'échelle nationale pourraient être mis en place afin de permettre aux personnes à faibles revenus d'assister à de grands événements cinématographiques et à des festivals. Les barrières linguistiques et géographiques pourraient être surmontées grâce à des événements diffusés en ligne ou à des mini-ateliers organisés localement qui rapprochent la culture des communautés.

Enfin, il est important de créer une communauté autour de la culture cinématographique, afin de permettre aux jeunes et aux groupes défavorisés sans « expérience cinématographique » de se sentir les bienvenus dans la communauté cinématographique et de trouver dans le langage audiovisuel un moyen d'exprimer leur personnalité et leur point de vue unique. Les processus de création de communautés encourageraient fortement la participation à la culture cinématographique, en particulier dans les zones rurales et périphériques qui sont souvent exclues de l'offre culturelle par rapport aux grandes villes.

Pour lutter efficacement contre ces problèmes, au niveau national, il est recommandé aux gouvernements de créer et de promouvoir une allocation culturelle de base pour le cinéma destinée aux jeunes âgés de 18 à 30 ans, en accordant une attention particulière aux jeunes issus des zones rurales et périphériques.

Dans le même temps, il est recommandé à la Commission européenne et à ses programmes pertinents, tels qu'Europe Créative, de financer des projets communautaires visant à attirer le public issu des communautés marginalisées de l'UE et à favoriser le développement communautaire autour du cinéma dans les zones périphériques.

De plus, il est urgent que les universitaires, les professionnels du secteur culturel et les groupes de réflexion concernés travaillent ensemble et repensent efficacement les concepts de conception d'audience et de culture cinématographique dans l'UE d'aujourd'hui. Il s'agit d'une étape nécessaire pour comprendre les ajustements à mettre en place afin de relever ces défis.

Enfin, il est nécessaire que le secteur créatif privé – qui comprend les sociétés de production, les distributeurs et les agences cinématographiques – amplifie la voix des jeunes dans le secteur cinématographique et audiovisuel, afin d'introduire une perspective nouvelle et rafraîchissante dans notre cinéma contemporain et de toucher le plus large public possible.

### **3.3. LE FILM COMME OUTIL DE PROMOTION DU DIALOGUE ET DE LA COMPRÉHENSION INTERCULTURELS**

L'utilisation du cinéma comme outil de promotion du dialogue interculturel s'inscrit dans un cadre plus large d'inégalités structurelles qui continuent d'affecter l'accès à la culture dans de nombreux pays européens.

Comme nous l'avons déjà mentionné, l'accès à la culture reste fortement marqué par des barrières socio-économiques et éducatives : lorsque l'éducation ne fournit pas les outils adéquats pour acquérir une culture générale et visuelle, et lorsque les ressources économiques des familles sont limitées, le cinéma, bien qu'il soit un langage universellement reconnaissable, peine à devenir un véritable vecteur de compréhension mutuelle.

Il en résulte une répartition profondément inégale des opportunités culturelles, qui risque de creuser davantage le fossé entre des groupes sociaux déjà éloignés par leur origine, leurs conditions de vie ou l'histoire de leur communauté. Cette dynamique prend différentes formes dans les pays concernés.

1. En Hongrie, par exemple, la communauté rom continue d'être exposée à des formes persistantes d'exclusion sociale qui se reflètent également dans l'accès à la culture : une scolarisation ségrégée ou de moindre qualité, des ressources limitées pour les institutions culturelles roms et une représentation publique souvent marginalisée contribuent à restreindre la portée de la participation culturelle et audiovisuelle.

2. En Italie, malgré un contexte différent, des inégalités importantes persistent entre les zones urbaines centrales et périphériques, et les jeunes issus de l'immigration ont encore du mal à s'identifier aux récits médiatiques et cinématographiques, qui ne reflètent que depuis peu la complexité culturelle du pays.

3. La Belgique, caractérisée par une forte hétérogénéité linguistique et culturelle, est également confrontée à des disparités dans l'accès au cinéma, en particulier pour les familles disposant de moins de ressources économiques ou pour les jeunes qui n'ont pas reçu une solide éducation dans le domaine des langages audiovisuels.

Face à ces enjeux cruciaux, il est nécessaire de développer des stratégies qui non seulement rendent le cinéma plus accessible, mais le transforment également en une expérience de rencontre et de reconnaissance mutuelle.

Un premier domaine d'intervention concerne la territorialité : amener le cinéma dans les communautés marginalisées grâce à des projections gratuites, des festivals itinérants et des ateliers dans les écoles périphériques ou les centres communautaires, réduisant ainsi les distances physiques et symboliques et créant des espaces sûrs pour les échanges interculturels.

Des projets spécifiques peuvent renforcer cette dynamique :

- En Hongrie, les initiatives qui impliquent directement des auteurs et des travailleurs culturels roms, à travers des films réalisés par des réalisateurs issus de la communauté ou des programmes de formation audiovisuelle, favoriseraient une représentation plus authentique et un dialogue bidirectionnel.
- En Italie, les activités organisées en collaboration avec des associations de migrants et des organisations locales pourraient contribuer à construire des récits pluriels, donnant aux jeunes spectateurs la possibilité d'identifier des traits de leur propre identité dans les images.
- En Belgique, les expériences multilingues et les projets cinématographiques qui mettent en valeur la complexité culturelle du pays pourraient encourager une plus grande participation et renforcer le sentiment d'appartenance commune.

À cela s'ajoute l'importance d'intégrer l'éducation à l'image et aux médias dans les programmes scolaires, afin que les enfants et les adolescents acquièrent les outils nécessaires pour décoder de manière critique les représentations et utiliser le cinéma comme un espace de compréhension des autres.

L'efficacité de ces interventions dépend toutefois de la combinaison de divers facteurs. Les organisations à but non lucratif qui travaillent avec des groupes défavorisés jouent un rôle crucial dans l'établissement de liens de confiance avec les communautés et la promotion d'initiatives participatives. De même, les écoles et les universités constituent les lieux les plus stables pour mettre en œuvre des programmes d'éducation aux médias, tandis que les festivals de cinéma, en particulier ceux qui sont ancrés dans les communautés locales, peuvent devenir des espaces privilégiés pour promouvoir les récits interculturels et donner de la visibilité aux cinéastes issus de groupes minoritaires ou d'horizons divers.

Pour ces raisons, le rôle des décideurs publics est crucial : les ministères, les autorités locales et les institutions européennes sont appelés à élaborer des politiques culturelles inclusives, à fournir un financement continu et à soutenir des stratégies structurées de participation culturelle.

Ce n'est que grâce à la collaboration coordonnée de tous ces acteurs que le cinéma pourra être valorisé en tant qu'espace commun d'écoute, de reconnaissance et de dialogue interculturel, capable de renforcer la cohésion sociale et de favoriser une meilleure compréhension des différences qui existent au sein de nos sociétés.

### **3.4. AMÉLIORER L'EMPLOYABILITÉ DES JEUNES DANS LE DOMAINE AUDIOVISUEL**

Améliorer l'employabilité dans le domaine audiovisuel signifie donner aux jeunes les compétences, la confiance et l'expérience professionnelle dont ils ont besoin pour intégrer un secteur créatif en pleine évolution. Le secteur audiovisuel exige de plus en plus non seulement des compétences techniques, mais aussi une capacité d'adaptation, des connaissances numériques, un esprit d'équipe, une aptitude à la communication interculturelle et une approche créative de la résolution des problèmes.

Renforcer l'employabilité signifie également réduire les obstacles à l'entrée. De nombreux jeunes Européens n'ont pas accès à l'équipement, à l'orientation professionnelle ou à des espaces sûrs pour expérimenter et apprendre. Leur offrir des environnements d'apprentissage accessibles et structurés leur permet d'explorer différents rôles dans le domaine audiovisuel, d'identifier leurs points forts et de définir plus clairement leur parcours professionnel. Cela favorise l'inclusion en donnant la parole à des jeunes issus de milieux divers et en leur permettant de s'exprimer à travers des formats numériques contemporains.

De plus, donner aux jeunes les moyens d'agir dans le domaine audiovisuel renforce leur capacité à entrer sur le marché du travail avec un portfolio, des compétences pratiques et une compréhension des normes du secteur. Cela favorise leur esprit d'initiative et leur sens de l'entrepreneuriat, essentiels dans un secteur où le travail indépendant, la collaboration sur des projets et l'innovation créative sont la norme.

Investir dans l'employabilité dans le domaine audiovisuel a donc un double impact : cela ouvre des opportunités concrètes aux jeunes à un moment décisif de leur vie professionnelle et cela enrichit le paysage culturel européen de nouvelles perspectives, compétences et énergies créatives. Pour que ces priorités soient réellement efficaces, différents acteurs doivent travailler ensemble.

Au niveau européen, la Commission européenne et les agences Erasmus+ peuvent renforcer cet effort en soutenant des initiatives modestes et accessibles, en encourageant les échanges internationaux et le mentorat, et en créant des plateformes en ligne où les jeunes peuvent trouver des formations, des opportunités et des ressources utiles.

Les gouvernements nationaux peuvent contribuer à cette démarche en intégrant l'éducation audiovisuelle dans les programmes scolaires, en établissant des liens entre le système éducatif et l'industrie créative et en encourageant les entreprises à accueillir et à accompagner les jeunes talents.

Le secteur audiovisuel lui-même peut jouer un rôle majeur en ouvrant davantage de possibilités d'accès à la profession, en proposant des formations courtes, en favorisant l'égalité d'accès à l'emploi et en soutenant les réseaux où les jeunes créateurs peuvent se rencontrer, partager leur travail et collaborer.

En combinant ces efforts, l'Europe peut créer un environnement dans lequel les jeunes se sentent soutenus, inspirés et capables d'imaginer un avenir dans le domaine audiovisuel.



@MOONSTEP\_FESTIVAL

## 4. REMERCIEMENTS

### Auteurs:

Boualem Adill, Belgique  
Campi Pietro, Italie  
Cantoni Jacopo, Italie  
Chiarello Diletta, Italie  
Gspann Károly, Hongrie  
Hajnal Borbála, Hongrie  
Mandolini Micol, Italie  
Nardone Anna, Italie  
Niculae Gabriela, Belgique  
Sefel Rebeka Lujza, Hongrie

### Editeur:

Szűcs Emili, Hungary



Cofinancé par  
l'Union européenne

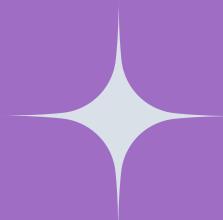
BE  
UN  
IT

Cet APPEL fait partie du projet « BE-UNIT »,  
cofinancé par le programme Erasmus+.

BE-UNIT vise à développer les compétences de jeunes adultes belges, italiens et hongrois dans les domaines des médias audiovisuels, de la gestion d'événements et des stratégies de plaidoyer.

Le projet est mené de janvier 2024 à décembre 2025 par 4 partenaires :

- Cooperativa Orso, leader (Italie), <https://www.cooperativaorso.it/>
- Epica Film (Italie), <https://www.epicafilm.it/>
- Galileo Non Profit (Hongrie), <https://galileoprogetti.hu/language/hu/home/>
- POUR LA SOLIDARITÉ (Belgique), <https://pourlasolidarite.eu/>.



Ces quatre partenaires et les jeunes concernés des trois pays ont obtenu les principaux résultats suivants :

- **Formation technique et professionnelle**, en présentiel et en ligne, pour 45 jeunes adultes souhaitant travailler dans le secteur audiovisuel. Les formations en présentiel ont eu lieu à Sant'Anna di Valdieri (Italie) en juillet-août 2024, tandis que les formations en ligne ont eu lieu en novembre et décembre 2024 ;
- **3 événements locaux OFF** impliquant un groupe plus large de jeunes, encourageant le débat et la discussion ainsi que la sélection de vidéos pour le festival. Ces événements locaux ont eu lieu de mai à juin 2025, l'un à Bruxelles (24 mai 2025), l'autre à Turin (6, 7 et 8 juin 2025) et le dernier à Budapest (7 et 8 juin 2025) ;
- **Festival international de courts métrages Moonfest**, entièrement produit par des jeunes avec le soutien de partenaires et d'experts. Le festival s'est déroulé à Turin du 19 au 21 septembre 2025 ,
- **Ce document de plaidoyer** : un « appel » lancé par des jeunes aux décideurs, élaboré conjointement avec des jeunes dans le cadre du projet BE-UNIT, afin de donner de la visibilité aux questions abordées par le projet, de sensibiliser aux défis et de proposer des suggestions concrètes pour promouvoir l'inclusion sociale et le développement socioprofessionnel des jeunes adultes européens.

Les points de vue et opinions exprimés dans cet appel n'engagent toutefois que leur(s) auteur(s) et ne reflètent pas nécessairement ceux de l'Union européenne.

L'Union européenne ne saurait en être tenue responsable.

