



8. PROMOUVOIR L'EMPLOI ET SOUTENIR LA MOBILITE DE LA MAIN D'OEUVRE

Que veut atteindre l'UE ?

L'UE veut atteindre un **taux d'emploi de 75% pour les hommes et les femmes âgés de 20 à 64 ans**. Un intérêt particulier est porté sur les groupes qui sont à présent les plus touchés par le chômage : les jeunes, les travailleurs les plus âgés, les travailleurs peu qualifiés et les immigrés en règle.

Comment ?

En premier lieu en encourageant la **création d'emplois**, particulièrement dans les petites et moyennes entreprises. Le CSC reconnaît que les zones rurales ont généralement un taux d'emploi plus faible que la moyenne, et recommande au FEADER (mais, espérons-le, pas seulement) de se concentrer sur la création d'emplois dans les zones rurales.

Les Etats Membres sont également encouragés à **moderniser leurs services d'emploi**. Ceux-ci devraient être en mesure de fournir une aide efficace concernant la reconversion des employés, en particulier dans les secteurs émergents des énergies renouvelables, ainsi que dans les secteurs du soin et de la santé. La **création de réseaux entre employeurs et instituts d'enseignement** est reconnue comme une façon efficace de rapprocher l'offre et la demande d'emplois. Une **meilleure intégration des jeunes dans le système éducatif et/ou sur le marché du travail** devrait également être obtenue grâce à la **collaboration entre instituts d'enseignement et entreprises**, en faisant appel à l'apprentissage, plus de stages utilisés comme première étape vers l'emploi et un soutien plus fort aux jeunes entrepreneurs tout juste sortis de l'école.

Comment les montagnes peuvent-elles contribuer ?

Les zones de montagne ont un plus **faible pourcentage moyen de personnes en âge de travailler** que les autres zones. Le taux de chômage est aussi souvent faible. Cependant, ce faible taux de chômage est souvent la conséquence d'un exode vers d'autres zones : seuls restent ceux qui ont un emploi. Les emplois proposés sont souvent **saisonniers** ou **peu qualifiés**. Ces emplois étant peu attractifs sur le long terme pour les jeunes, ils ont tendance à partir, ainsi que les femmes.

Néanmoins, quelques **territoires montagnards ont développé des stratégies** pour attirer les personnes en âge de travailler dans leurs zones et les impliquer dans l'économie locale. Des plateformes qui cartographient les offres d'emploi et les compétences disponibles, une meilleure mise en réseau entre centres éducatifs et employeurs, des stratégies intégrées pour accompagner le changement structurel des emplois et l'intégration de migrants ont déjà été expérimentés dans les zones de montagnes, avec des résultats positifs. Les personnes interrogées dans le cadre du projet PADIMA ont répondu qu'elles aimeraient vivre et travailler dans les zones de montagne. Beaucoup d'entreprises et commerces pourraient s'installer si des barrières étaient levées. **Investir dans ces zones est donc susceptible de créer des emplois.**

De quoi ont-elles besoin pour y contribuer?

Le défi dans les zones de montagnes est double : aider ceux qui cherchent des employés à les trouver, et aider les demandeurs d'emploi à trouver un travail qui réponde à leurs attentes.

Dans les deux cas il est nécessaire de créer les conditions permettant aux économies de fonctionner efficacement et aux personnes de vivre le style de vie moderne auquel elles aspirent. Cela implique l'amélioration de l'accessibilité aux transports, à la dernière génération de haut-débit, au logement et aux services d'intérêt général.



Il faut aussi pouvoir offrir **des formations et un enseignement** en adéquation avec les besoins régionaux spécifiques (cf priorité 10) ; dans certains cas ces formations doivent être créées de zéro. L'amélioration des compétences est essentielle pour atteindre un taux d'emploi de 75% ; mais elle est aussi nécessaire pour **créer de nouvelles entreprises**. En agriculture et sylviculture, la formation peut améliorer l'élaboration stratégique des projets professionnels des demandeurs d'emploi.

Enfin, les autorités doivent chercher à construire le développement économique avec la population locale ou avec les futurs arrivants qui souhaitent rester sur le long terme, et **occuper un poste stable**. Un soutien officiel doit être apporté pour **encourager les ministères ou agences, les filiales ou divisions d'entreprises à relocaliser une partie de leurs activités**, même des petites branches dans les territoires reculés situés loin des zones métropolitaines.

Exemples d'actions/de pratiques/politiques ou projets permettant d'atteindre l'objectif

Le projet Interreg IVC [PADIMA](#) a recherché les bonnes pratiques dans le domaine de la diversification économique et du marketing territorial pouvant aider à créer de l'emploi dans les zones de montagne et de meilleures opportunités d'emploi pour les travailleurs susceptibles de répondre aux besoins des employeurs. Ci-dessous sont quelques exemples de pratiques réalisées avec succès.

- **Créer des plateformes de collaboration entre les entreprises et les centres éducatifs** dans le but de réduire l'écart entre enseignement et économie et faciliter d'accès à l'emploi :
 - L'initiative **DalaWux**, à Dalarna, en Suède, a conduit des analyses de compétence auprès de 5000 chômeurs et sur 1000 postes de travail. Les résultats ont été utilisés pour adapter les cours existants et augmenter l'employabilité de la population locale. Les compétences qui répondent aux besoins de l'industrie et de la société ont été enseignées pendant des formations en école et des stages sur place.
- **Créer des liens directs entre les entreprises et les écoles pour faciliter le recrutement local du personnel et aider les jeunes à trouver un emploi :**
 - Le secteur du bois en Norvège a de plus en plus de problèmes pour attirer les jeunes, et les jeunes désireux de rester dans leur région n'arrivent pas à y trouver un emploi. Ainsi, à Buskerud, 43 fabricants de mobilier, de décoration intérieure et de produits en bois ont pris l'[initiative](#) de rencontrer des étudiants d'écoles secondaires et présenter leurs offres d'emploi. Les représentants de l'industrie du bois ont présenté leur profession et encouragé les jeunes élèves à concevoir de petits meubles. Après la rencontre, les étudiants ont envoyé 30 candidatures à ces entreprises. Les entreprises ont engagé les meilleurs d'entre eux.
- Favoriser la **création d'un large panel de nouvelles activités, sans spécialisation sectorielle :**
 - La province de Teruel, en Espagne, a lancé le "plan minéral" qui favorise la création d'entreprises dans des secteurs alternatifs, suite à la fermeture des mines. L'Association pour la Promotion et la Création d'Entreprise de Teruel Ltd. (SUMA) a été créée dans le but de soutenir les investissements et les flux financiers pour les (nouvelles) entreprises et impliquer les opérateurs économiques dans la région (PADIMA [diversification économique](#) p. 110)
- **Mieux cartographier les compétences présentes localement et aider les partenaires des travailleurs migrants à trouver un emploi à long terme.** Un nouveau travailleur s'installera durablement en montagne seulement si lui et son conjoint disposent tous deux d'opportunités professionnelles satisfaisantes. L'intégration des partenaires peut être facilitée par des formations spécifiques ou des soutiens à la création d'entreprises proposés aux partenaires des travailleurs (récemment) installés dans les zones de montagne ou encore grâce à des initiatives destinées à faciliter le recrutement.



- Dans la région de Dalarna, en Suède, la Fondation Teknikdalen et quelques entreprises ont créé une association publique-privée « le Conseil en Recrutement » dont le but est de faciliter le recrutement du mari/de la femme de personnes travaillant déjà dans les zones de montagne. Chaque entreprise de la région est encouragée à fournir des informations sur les partenaires de leurs employés en recherche d'emploi. Après un entretien, l'organisme aide le candidat à cibler les bonnes entreprises et leur fait parvenir la candidature avec une recommandation (Plus d'informations sur le guide PADIMA sur le [marketing territorial](#), p. 43).
- **Aider les nouveaux arrivants à trouver un logement dans la zone :**
 - Dans le comté de Buskerud (Norvège), une initiative appelée « [Lumière dans les fenêtres](#) » a permis d'améliorer l'occupation des bâtiments ruraux au profit des nouveaux arrivants.
- **Améliorer l'employabilité des migrants légaux (venant de l'étranger) :** Les étrangers ont besoin d'actions spécifiques en termes de formation linguistique, d'équivalence de compétences et d'intégration culturelle :
 - La province de [Teruel](#) (Espagne) et la région de Dalarna (Suède) ont développé **des formations spécifiques** pour les immigrants qui sont arrivés récemment dans leur comtés et qui ont besoin de cours de langue ou de compétences spécifiques pour trouver un emploi facilement (PADIMA - bonnes pratiques 6 et 20 sur l'[éducation](#)).
 - En termes d'**intégration culturelle** et d'aide à l'équivalence des compétences, quelques nouveaux arrivants ont souligné dans [les régions partenaires](#) le rôle des « agents d'accueil » travaillant au sein des municipalités de montagne qui aident les nouveaux arrivants à s'installer (assistance aux tâches administratives, facilitation des contacts avec les habitants de même profil, etc. (PADIMA, bonne pratique 22, sur le [marketing territorial](#))).
- **Encourager l'entrepreneuriat des jeunes :**
 - L'agence de développement local PINS en Croatie a mis en place le projet "YES" (information en [EN](#) ou [HR](#)) dans lequel 50 jeunes ont été préparés à devenir entrepreneurs. Après une courte période, 10 d'entre eux ont commencé à travailler comme guides touristiques, et 10 autres – principalement de jeunes femmes – ont démarré différentes activités entrepreneuriales et sont toujours en activité.
 - [Ungt entreprenørskap](#) (UE) est un organisme norvégien à but non lucratif qui promeut l'entrepreneuriat dans les écoles et stimule la collaboration entre écoles et entreprises. UE possède des antennes dans la plupart des comtés de Norvège. L'une des activités organisée en montagne est le "SUM" ou le "salon des jeunes créateurs" : les régions montagnardes de [Hedmark/Sør-Trøndelag](#) organisent, en collaboration avec UE et Fjellregion, un événement d'un an où les jeunes présentent leur travail aux entreprises qui viennent à leur rencontre.
- **Faciliter la création d'entreprises dans les zones reculées :**
 - L'idée d'une "[agence régionale pour l'implantation en montagne](#)" a été lancée dans la zone de Canavese (Piémont, Italie), avec l'aide des fonds LEADER. L'agence cible le développement social et économique par le soutien à la création d'entreprises, en attirant des ressources vers les zones marginales et en augmentant le nombre d'entreprises qui agissent dans un contexte montagnard. Au final, 11 entreprises ont été créées.

Pour plus d'information :

PADIMA – Education et formation : [Rapport final](#) – [Guide de bonnes pratiques](#) - [Newsletter](#)

PADIMA – Diversification économique : [Rapport final](#) – [Guide de bonnes pratiques](#) – [Newsletter](#)

PADIMA – Marketing territorial : [Rapport final](#)– [Guide de bonnes pratiques](#) – [Newsletter](#)

Assises Européennes de la montagne 2012, Chambéry, France : « **La jeunesse au sommet : la voie vers l'avenir des montagnes !** » : [Déclaration](#) – [Page de la conférence](#) et [présentations](#)