

## FICHE ACTION GT#8 n°5

### Teasing Vidéo P2P – Orientation des jeunes via les espaces territoriaux de proximité

#### SOUS-GROUPE

## Rendre l'offre de formation plus lisible et attractive

#### POUR RÉPONDRE À QUEL CONSTAT DU DIAGNOSTIC ?

Enquête 2018 publiée en 2019 par l'Association Régionale des Missions Locales de Nouvelle Aquitaine : « Les jeunes et la formation ».

#### Ligne de tension :

une nouvelle offre de formation colossale à destination des jeunes, mais peu lisible et des jeunes qui semblent de moins en moins attirés par la formation (*représentations négatives liées à des échecs passés – besoin de « gagner sa vie » rapidement*)



#### SOUS QUELLE PRIORITÉ ?

1. **Donner envie** aux jeunes de **se lancer** dans une formation malgré l'image négative que la plupart peuvent en avoir.
2. **Travailler à un changement des représentations** auprès des jeunes mais aussi de leurs familles.
3. **Donner envie** aux jeunes **d'entrer en contact** avec les professionnels de l'orientation et de la formation
4. **Rendre plus lisible** l'offre de formation
5. **Réduire les délais** d'entrée en formation et si délais il y a après inscription préalable, **s'assurer que le jeune reste en mouvement** et ne décroche pas.



#### PORTEUR DE L'ACTION ET PARTENAIRES

##### Co-Pilotage

**Missions Locales + 1 partenaire à définir selon les territoires :**

##### Partenaires à définir selon les territoires :

Services Formation-Emploi de la Région, Cap Métiers NA (CARIF OREF), organismes de formations, entreprises fidélisées du territoire et clubs d'entreprises, presse locale, chaînes de télé locales, régionales et nationales, youtuber.

#### DESCRIPTION

1. Réalisation de **5 vidéos tournées dans 5 missions locales sur le thème de l'accès à la formation en utilisant « la parole des jeunes »** : élaboration d'un cahier des charges et création d'une trame scénaristique.

Exemple de script (proposé par un jeune du GT8)

- Un jeune se questionne sur son avenir pro
  - Il échange avec 1 pote qui lui parle de la mission locale
  - « Allez, Let's go à la ML ! Je vais voir ce qu'ils me proposent »
  - On voit le jeune situation : découverte d'une entreprise et d'un métier
  - Le patron lui dit qu'une formation serait peut-être pas mal avant de décrocher un contrat
  - On finit avec le témoignage du jeune et du patron une fois la formation réalisée
- 1 vidéo, conçue sous cette même trame sera réalisée avec 1 jeune qui ne sait pas ce qu'il veut faire ou peut faire..

Volontariat de 5 missions locales qui acceptent de sensibiliser des jeunes, des entreprises, d'accueillir le prestataire qui filmera. Relier avec le point B de la feuille de route régionale en mettant en scène l'utilisation du moteur de recherche grand public « c'est ma formation <https://entrepôt-cap-metiers.fr/> à cette action.

## A l'échelle de la Nouvelle Aquitaine avec la participation de 5 Missions Locales et de nombreuses entreprises partenaires.

### Besoins opérationnels :

- 1 professionnel/réalisateur pour la création de 2 clips auprès de 5 Missions Locales
- 1 uTuber plébiscité par les jeunes pour intervention dans le clip.
- 1 professionnel (Mission Locale, Région selon le porteur) pour animer et coordonner le projet :
  1. organisation des GT
  2. audit et sélection des prestataires
  3. repérage des acteurs qui seront impliqués au projet
  4. accompagnement des professionnels impliqués, entreprises, jeunes.

	Coût Horaire Chargé en euros	Accompagnement en heures/an	Préparation + Réunions en heures/an	Total des Heures PROJET / an	Coût Total en euros / an
0,3 ETP Chargé de mission - animation / coordination	28,50		546	546	15 561,00 €
Prestation uTuber					2 500,00 €
Prestation scénario / vidéo					5 000,00 €
Diffusion Médias Locaux / Régionaux / Nationaux					8 000,00 €
			TOTAL annuel	546,00	31 061,00 €

2019

Ingénierie projet dans le cadre du GT8

2020

Production mai-juin 2020

2021

Lancement de la communication : juin à juillet 2020



### RÉSULTATS ATTENDUS

- Donner à lire à la fois aux professionnels/prescripteurs et aux jeunes les opportunités d'offres de formation
- Augmenter le nombre de jeunes accédant à la formation
- Inciter des jeunes qui ne viennent pas ou ne connaissent pas les acteurs de l'orientation à les rencontrer.
- Créer une dynamique partenariale autour de l'opération de communication.

### INDICATEURS DE SUIVI ET D'ÉVALUATION

*A définir*

Nombre de jeunes en formation

Nombre d'entreprises participantes

Nombre de vue sur FB, sites, chaînes youtube.