

## FICHE ACTION GT#8 n°2

« **Ne viens pas à la Mission Locale... tu risques de trouver du travail !** »

### SOUS-GROUPE

Comment mieux accueillir les jeunes ? Paradoxes et tyrannie du projet...

### POUR RÉPONDRE À QUEL CONSTAT DU DIAGNOSTIC ?

Les jeunes désengagés à la fois du monde du travail et du système éducatif, aujourd'hui désignés par l'acronyme NEET's — « Not in employment, in education or training » (sans emploi, ne suivant ni études ni formation) — représentent plus de 16,3 % des 15-29 ans en France, et ce taux s'élève en moyenne à 15,7 % pour l'Europe (source DARES dans « Ni en emploi ni en formation, des jeunes laissés pour compte » – Francis KRAMARZ et Martina VIARENGO, 2015 – Presses Sciences Po).

Le **phénomène du non-recours aux droits et services** : le fait de **ne pas se sentir concerné par les droits sociaux et l'offre publique d'insertion** est une raison majeure et première du non-recours.

L'analyse de ce « non-recours » souligne certains **décalages entre les dispositions, besoins et attentes des jeunes et la réponse institutionnelle qui leur est adressée** (source : « Ne pas se sentir concerné par ses droits, Une analyse du non-recours dans les parcours sociaux juvéniles - Benjamin Vial dans Agora débats/jeunesses 2013).

### SOUS QUELLE PRIORITÉ ?

1. Aménagement des espaces d'accueil
2. Modification des pratiques et usages des professionnels et changements de postures naturellement induits par le nouvel environnement
3. Plan de communication



### PORTEUR DE L'ACTION ET PARTENAIRES

**Pilotage : Missions Locales**

**Partenaires : (non exhaustif)**

Education Nationale, CIO, Educateurs prévention, BIJ/PIJ, E2C, EPIDE, Services jeunes des communautés de communes ou agglo, France Services/MSAP, Tiers lieux, CAF, MSA, CPAM, CMS...

### DESCRIPTION

- A. « Passer du face à face au côté à côté »** : désinstitutionnaliser les cadres d'intervention des professionnels
1. **Repenser les espaces accueils** afin qu'ils soient plus **conviviaux** et qu'ils donnent envie de revenir pour se rencontrer entre pairs : musique de fond, canapés, wifi, accueil en plein air si le lieu s'y prête...
  2. **Questionner la posture professionnelle ou le difficile « pas de côté »** : le tutoiement/vouvoiement – la bise ou poignée de main – le code « langage » et les vocables spécifiques (ACRONYMES déconcertants pour les jeunes) – le chemin d'accès aux bureaux (qu'est-ce qu'on y rencontre?) – accueil sur rdv ou sans rdv.
- B. « Ne viens pas à la Mission Locale, tu risques de trouver du travail ! »** :
1. **Réalisation d'une campagne régionale de communication « pêchue »** qui fasse écho à tous les jeunes et qui leur donne envie de se rendre à la Mission Locale : « Ne viens pas à la Mission Locale, tu risques de trouver du travail ! » - « La Mission Locale, c'est pas que pour les bolos ! » -
  2. **Développer la présence de la Mission Locale sur les réseaux sociaux et les services en ligne** (parfois plus facile de poser des questions en ligne que de se déplacer dans le cadre du premier contact) : tchat, forum de questions, réseaux sociaux, promeneurs du net...
- C. « Amène du monde à ta Mission Locale ! »** : un mode adapté (peer to peer) pour replacer les jeunes dans une dynamique positive et constructive. Favoriser la cooptation entre jeunes : si j'amène un jeune à la Mission Locale et qu'il intègre le PACEA, j'ai un bon de réduction au magasin de sport, une entrée cinéma...

## MOYENS & FINANCEMENT

- ❑ Campagne de communication régionale
- ❑ Aménagement des espaces accueil des missions locales : 4 000 € (c.f.: [l'aménagement \(dé\)tonnant de la ML Pays Villeneuvois](#)) avec attention portée à une implication forte des jeunes dans l'aménagement (chantiers participatifs...)
  - Achat de mobilier et décorations prioritairement auprès d'associations locales du « réemploi » (recycleries, ressourceries...)
  - Budget réception (café/thé pour les jeunes)
- ❑ Contribution en nature : sponsoring local pour la dotation en cadeaux, bons de réduction...

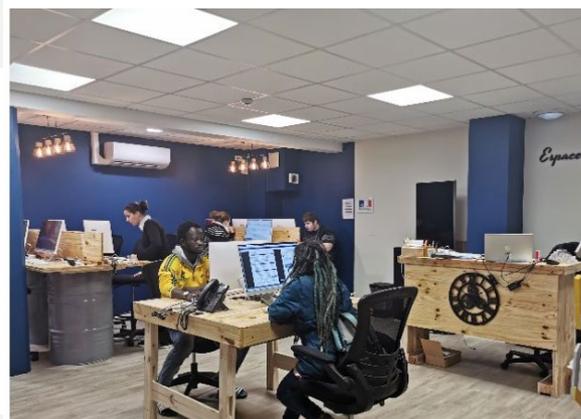
## RÉSULTATS ATTENDUS

- 1 Gommer l'image institutionnelle  
Amener les professionnels à interagir différemment : le changement radical de contexte va naturellement impacter les comportements / modifier les pratiques
- 2 Attirer de nouveaux jeunes – mixer les publics
- 3 Favoriser l'adhésion/l'engagement des jeunes

- 4
- 5
- 6

[MISSION LOCALE du PAYS VILLENEUVOIS]

Un concept (d)étonnant pour l'accueil des jeunes !



## INDICATEURS DE SUIVI ET D'ÉVALUATION

A définir

2019

2020

2021



- Campagne de communication  
- Expérimentation par des ML pilotes

Essaimage des pratiques innovantes