



# IMPACT-JEUNES 2 ANS APRES

EN 7 POINTS CLES

# SOMMAIRE

---

# SYNTHESE & IMPACT P4

## LE PROGRAMME P10

## IJ, EN 7 POINTS CLÉS P14

- 1 INCONDITIONNEL : REPERE ET (RE)MOBILISE TOUS LES JEUNES** P14
- 2 INNOVANT : PROPOSE 3 VALEURS AJOUTEES DANS L'ACCOMPAGNEMENT DES JEUNES** P20
- 3 PRO-ENTREPRISE : IMPLIQUE LES ENTREPRISES DE L'AMONT A L'AVAL** P31
- 4 COOPERATIF : DECLOISONNE ET FAIT TRAVAILLER ENSEMBLE TOUS LES ACTEURS** P37
- 5 INCARNE : MET AU COEUR DE L'ACTION LE BOOSTER TERRITORIAL** P45
- 6 EFFICACE : GENERE DE BONS RESULTATS ET ECONOMISE L'ARGENT PUBLIC** P50
- 7 INSPIRANT : INFUSE LE DROIT COMMUN ET SE DUPLIQUE AILLEURS** P53

## ANNEXES CF PIECE-JOINTE

# **SYNTHESE & IMPACT**

---

Porté par Apprentis d'Auteuil et accompagné par Marseille Solutions, « Impact Jeunes » - lauréat du Programme d'Investissement d'Avenir Jeunesse - expérimente depuis deux ans, à l'échelle de trois cités pilotes des Bouches-du-Rhône, une méthodologie innovante d'intervention visant à agir dans la durée et à toutes les étapes du parcours d'insertion professionnelle des jeunes des quartiers prioritaires.

## UNE APPROCHE SYSTÉMIQUE

*Enclavement, décrochage, chômage, santé, mal-logement, difficultés des parents... Les problèmes des jeunes des quartiers prioritaires sont de plus en plus complexes et interdépendants.*

Y répondre, c'est adopter une vision foncièrement nouvelle, globale et intégrée. Cette approche systémique implique de sortir du « saupoudrage » afin de concentrer efforts et moyens à **une échelle micro, pour un changement visible et positivement contagieux.**

Telle est l'ambition d'« Impact Jeunes ». Depuis mars 2017, ce programme inédit, qui a fait de l'emploi son fil rouge, se déploie en complémentarité des politiques publiques dans trois cités pilotes des Bouches-du-Rhône : les Lauriers/Oliviers A (Marseille 13e), Félix Pyat (Marseille 3e) et les Ferrages / Centre-ville (Tarascon).

**Objectif à 3 ans : conduire un à un 50% des jeunes de 13 et 30 ans – tous profils confondus - habitant une même cité vers la réussite professionnelle.**

## UNE ALLIANCE D'ACTEURS AUTOUR DE BOOSTERS

*Pour y parvenir, « Impact Jeunes » a fondé sa méthodologie d'action sur deux piliers :*

- **L'alliance inédite d'acteurs publics et privés** (entreprises, associations, habitants) unis pour inverser la spirale de l'échec dans chaque cité par le biais de l'insertion professionnelle des jeunes avec, à terme, en ligne de mire, un projet phare pour transformer l'ensemble du quartier ;
- **La création d'un nouveau métier, le booster**, un acteur sur le terrain capable de :
  - créer un climat de confiance avec tout type d'acteurs jeunes, associations, institutionnels mais aussi et surtout avec les entreprises
  - révéler les besoins et envies de chaque jeune un à un et y répondre en sur mesure. En orientant vers la meilleure solution existante, intensifiant ce qui marche, en catalysant les réponses manquantes avec les acteurs pertinents
  - connecter les jeunes au maximum au monde de l'entreprise quelque soit leur âge et leur situation

Le booster se positionne ainsi à l'interface de trois mondes peu habitués à coopérer ensemble : l'associatif, l'institutionnel et l'entreprise.

## DES ENTREPRISES ENGAGÉES

*Les jeunes exigent des réponses concrètes à leurs problématiques d'emploi. De leur côté, les entreprises souhaitent pouvoir former et recruter des candidats motivés et fiables.*

Parce qu'il parle à la fois le langage des quartiers et celui du monde économique, le booster est un intermédiaire précieux pour connecter jeunes et employeurs. Il identifie et prépare les uns ; il rassure et conseille les autres.

D'une manière générale, « Impact Jeunes » multiplie les rencontres avec le monde économique au rythme de temps formels (visite d'entreprises, témoignages de chefs d'entreprises inspirants, coaching vers l'emploi de jeunes par des salariés) et informels (rencontre récréative sportive / culturelle / artistique, ateliers débats..).

Un bon moyen pour créer du lien entre ces deux mondes et donner envie aux entreprises de recruter ces jeunes.

## DES RÉSULTATS IMPRESSIONNANTS

*Pour agir concrètement au service des jeunes habitant les cités, notamment ceux qu'on appelle les NEETs – ni en emploi, ni en études, ni en formation –, « Impact Jeunes » a fait le choix du décroisement, de l'hyper-proximité, du sur-mesure et du circuit court avec entreprise.*

Après deux années d'expérimentation, « Impact Jeunes » a permis de rencontrer et d'identifier les besoins de 1 200 jeunes. 800 d'entre eux ont progressé dans leur parcours, 53% des NEETs ont retrouvé une formation ou un emploi, ce qui équivaut à plus d'un demi-million d'euros d'économie pour la société.

**Bref, les actions mises en place dans le cadre de ce programme innovant ont largement prouvé leur efficacité. De quoi encourager leur duplication partout ailleurs en France.**

# LE PROGRAMME

## DEUX ANS APRÈS LE LANCEMENT OPERATIONNEL (2017),

*les résultats sont là :*

**1 200 jeunes** dont les besoins ont été révélés (soit 71% des jeunes des sites visés) dont 68% ne bénéficiaient jusqu'alors d'aucun suivi(1)

### Plus de 800 jeunes touchés

*Des profils très :*

*12% à un niveau de diplôme supérieur ou égal à bac+2, 54% avec un niveau bac ou infra, et 30% sans diplôme, 32% scolarisés ou en étude, 7% en emploi, 58% de NEETS « invisibles »*

**Plus de 435 jeunes** de 16 à 30 ans en marche vers l'emploi

- **171** jeunes en emploi à date (plus de 200 mis en emploi)
- **114** jeunes en formation
- Plus de **150** jeunes déconnectés de tout dispositif aujourd'hui remobilisés, porteurs d'un projet sur la base d'un plan d'actions

**351 collégiens** de 13 à 16 ans « connectés » avec le monde de l'entreprise : stages de 3e, visites d'entreprise, témoignages de professionnels dans les établissements...

### **53% des NEETs** (ni en emploi, ni en études, ni en formation professionnelle) accompagnés par Impact Jeunes ont trouvé un emploi ou une formation

*A titre de comparaison, 42% <sup>(2)</sup> des NEETs accompagnés par la Garantie Jeunes ont trouvé un emploi ou une formation.*

**Près de 30 jeunes** – leaders positifs de leurs quartiers – engagés bénévolement aux côtés d'Impact Jeunes pour faire changer les regards sur le quartier, particulièrement en aidant les autres jeunes à réussir

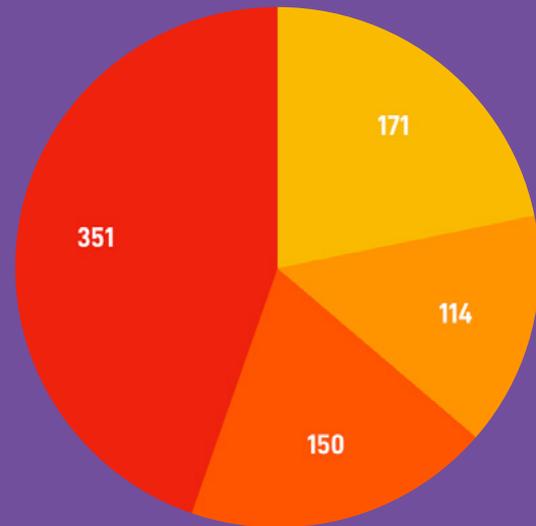
**120 entreprises engagées** dans des actions Impact Jeunes (recrutement, stages, visites, témoignages...) et 18 entrepreneurs mobilisés dans le coaching de jeunes

**32 projets financés et co-construits** avec les associations du territoire pour accompagner les jeunes vers l'emploi

**Plus d'un demi-million d'euros d'économie** pour la société générée en 21 mois grâce au raccrochage professionnel de 127 NEETs dans le cadre d'un programme qui a largement dépassé son « seuil de rentabilité »

Jeunes touchés **+800**

- Collégiens en stage
- Jeunes remobilisés
- Jeunes en formation
- Jeunes en emploi



**1200 jeunes** aux besoins révélés



**66% des NEETS**  
ont trouvé un emploi



**120 entreprises**  
engagées

**32 projets**  
financés & co-construits

**+500 000€**  
d'économie



**+3000 followers**  
sur les réseaux sociaux

# PAROLE DE JEUNES

*"J'ai rencontré Lucile, dans les locaux de l'association pamplemousse enflammé où je traînais beaucoup. Elle m'a aidé rapidement à passer mon CACES, à décrocher ma première mission d'intérim en tant que préparateur de commande, et a activé les bons réseaux pour que je puisse me faire financer une partie de mon permis de conduire.*

*J'ai gagné confiance en moi, multiplié les expériences et maintenant je suis en CDI à la savonnerie du midi. Merci à Lucile, elle a été derrière moi du début à la fin. Je ferais tout pour lui rendre la pareille !"*

**Jeune habitant de Félix Pyat**



*"Lucile, elle est sur le terrain ! pas dans un bureau fermé et va rencontrer les jeunes pour savoir ce qu'ils veulent, où ils en sont. Elle les connaît tous. Elle leur parle comme si c'était une grande soeur. Et surtout elle*

*a les infos : emplois, formations ....etc ! Elle sait tout. Grâce à elle plein de jeunes ont trouvé du travail sur le quartier on est content d'elle !"*

**Haikle, jeune habitant de Félix Pyat**



*"Julie est la clé qui a ouvert la porte de ma réussite professionnelle ! elle est un éventail d'opportunités. c'est notre tata comorienne cachée !"*

**Aicha et Nasmati, jeunes filles habitant de Malpassé**



*"Au début, je pensais qu'Impact jeunes, c'était comme les autres structures. Ils te promettent des choses et au final, on a rien. Le booster Ismail m'a mis en confiance, m'a aidé pour apprendre à avoir confiance en moi, m'a orienté vers une formation cinéma et aujourd'hui je sais ce que je veux. Il m'a même redonné confiance envers les autres structures en me faisant comprendre qu'elles pouvaient m'aider."*

**Julie, jeune tarasconaise**



# LE PROGRAMME

---

## IMPACT JEUNES, C'EST QUOI ?

*Depuis deux ans, le programme « Impact Jeunes » porté par Apprentis d'Auteuil expérimente dans trois quartiers des Bouches-du-Rhône une méthodologie innovante d'intervention, qui se concentre sur les jeunes d'une  **cité/bloc d'immeubles avec un fil rouge : l'emploi.***

### Objectif

Sortir du « saupoudrage » opérationnel et financier en privilégiant une dynamique d'actions, un « **jeu collectif** » associant les jeunes, leurs parents et l'ensemble des acteurs associatifs, publics et économiques du territoire concerné, pour réussir, à terme, à faire basculer positivement la cité (puis par élargissement progressif, le quartier).

### Trois cités pilotes

- Cité des Lauriers/Oliviers A (quartier de Malpassé - Marseille)
- Felix Pyat (quartier de Saint-Mauront - Marseille)
- Les Ferrages / Centre-ville (Tarascon)

Ces cités pilotes combinent à la fois une urgence à agir pour les jeunes, une masse critique et une mixité d'acteurs (économiques, publics, associatifs). Dans chacun de ces quartiers, il s'agit dès lors de fédérer dans l'action autour d'un **objectif mesurable**, ambitieux et mobilisateur : **l'emploi**.

### L'emploi comme levier d'action

Parce que cet objectif **simple**, concret, **fédérateur**, **mobilisateur** « parle » à l'ensemble des acteurs – associatifs, publics ou privés.

Parce que cet objectif **global** implique aussi en amont de nombreuses **conditions préalables** : prévenir le décrochage scolaire auprès des collégiens, accompagner les familles dans leur rôle parental, lever les freins psychiques et physiques à la mobilité, améliorer l'accès aux soins des jeunes, favoriser l'accès à la citoyenneté, améliorer l'accès au logement...

Sur la base d'un travail d'évaluation – à la fois quantitatif et qualitatif –, « Impact Jeunes » vise enfin la **duplication et le déploiement à plus grande échelle** du programme, en s'appuyant notamment sur la mobilisation de fonds privés.

# LE PROGRAMME

## IMPACT JEUNES, POURQUOI?

*Les problèmes des jeunes des quartiers prioritaires sont de plus en plus complexes et interdépendants : enclavement, décrochage, chômage, santé, mal-logement, difficultés des parents, etc.*

### Une vision holistique

*Ces difficultés s'accumulent et se nourrissent mutuellement. Leur résolution nécessite par conséquent une approche globale et intégrée, qui implique de sortir du «saupoudrage» par petites touches pour concentrer efforts et moyens.*

**Une telle approche systémique ne peut être menée d'emblée à l'échelle d'une ville ou d'une métropole, mais peut se concevoir à l'échelle humaine d'une cité et d'un quartier, où l'on se connaît, où l'on peut se rencontrer et coopérer au quotidien.**

Cette approche innovante est complémentaire des politiques publiques de droit commun, qui n'intègrent pas d'interventions de ce type, et justifie l'engagement fort d'un acteur privé tel qu'Apprentis d'Auteuil.

### Des initiatives inspirantes

*Ce modèle s'inspire d'autres initiatives en France et ailleurs comme, par exemple :*



#### Harlem Children Zone New-York

En 20 ans, a démontré que, si la majorité (65%) des jeunes d'une cité sont accompagnés de manière qualitative et continue, l'ensemble du quartier bascule dans une dynamique positive portée par les jeunes qui l'habitent (*voir ici*).

Cette fondation micro-territoriale propose, de manière globale et continue, de la naissance au diplôme universitaire, de nombreux programmes visant l'excellence et la réussite : services scolaires, périscolaire, nutrition, conflits conjugaux, drogue, etc.

Dotée d'un budget de 100 M\$, HCZ est financée à 70% par des fonds privés et accompagne aujourd'hui 12 000 jeunes répartis sur 100 blocs d'immeubles à Harlem.

Le président Obama a impulsé sa duplication et son adaptation sur de nombreux autres quartiers difficiles américains.



#### Projet Ile-Saint-Denis

La municipalité de l'Ile-Saint-Denis (6 000 habitants, 93) et la Fondation AG2R La Mondiale se sont associées pour construire et déployer un projet éducatif global de territoire, co-élaboré avec les parents, les écoles et les associations.

Une démarche d'envergure, sur six ans, qui vise à favoriser l'accrochage scolaire des élèves en maternelle et en primaire. Avec un objectif mobilisateur : « la réussite scolaire de tous les enfants de l'île. »

## IMPACT JEUNES, COMMENT ?

Lauréat du Programme d'Investissements d'Avenir<sup>(3)</sup> (PIA) au titre de l'action « Projets innovants en faveur de la jeunesse » (programme 411), « Impact Jeunes » est un dispositif original et inédit de remobilisation qui vise à agir – dans la durée et à toutes les étapes du parcours d'insertion professionnelle des jeunes (de 13 à 30 ans) – pour une insertion pérenne.

Ce programme, lancé en mars 2017, est expérimenté pour une durée minimale de trois ans dans trois quartiers prioritaires<sup>(4)</sup> des Bouches-du-Rhône, caractérisés notamment par une population particulièrement jeune, une pauvreté importante et multidimensionnelle<sup>(5)</sup>, où un jeune sur quatre au moins y est sans emploi.

### Facteurs de réussite

- **Une échelle réduite et concentrée** d'intervention sur trois cités pilotes ;
- **Des « boosters territoriaux »** dans chaque cité ; des professionnels qui interviennent en complémentarité des associations et acteurs du Service Public de l'emploi et vont à la rencontre des jeunes là où ils sont pour renouer le contact ou établir un premier contact, révéler leurs besoins/talents, y répondre avec l'existant ou en catalysant les réponses manquantes.
- **L'implication du monde économique** dans la construction des réponses à apporter aux jeunes, en partant des besoins et des enjeux des entreprises, notamment celles situées à proximité des sites concernés
- **Un suivi sur mesure et dans la durée** de chaque jeune (3 ans min) afin d'assurer une continuité dans le parcours de réussite de chaque jeune de l'envie à la réussite professionnelle.

### Gouvernance et budget

Multi-partenarial par essence, « Impact Jeunes » rassemble plus d'une cinquantaine d'acteurs publics et privés locaux : collectivités (Département, Ville, Métropole, Région), services déconcentrés de l'Etat (Préfecture de Région, DRJSCS, Chambre du Commerce, Mission métropolitaine...), acteurs du service public de l'emploi/missions locales, ANRU, CAF, acteurs économiques ou de l'ESS (CCI, CMA, CRESS...), acteurs privés (entreprises, associations, fondations...). Tous interviennent dans la gouvernance du Programme au sein des COPIL (comités de pilotage) et COTECH (comités techniques).

**Un cout annuel en 2018 et 2019 d'1,5 M€ répartis comme suit : 40% au titre du PIA (Etat), 40% au titre de la contribution des collectivités et 20% au titre de fonds privés.**

<sup>4</sup> Programme piloté par le Commissariat général à l'investissement. La liste des lauréats du Programme PIA est disponible à cette adresse : <http://www.jeunes.gouv.fr/actualites/actualites-interministerielles/article/projets-innovants-en-faveur-de-la>

<sup>5</sup> Le taux de chômage des Quartiers Prioritaires de la Ville (QPV) est de 26% (17,5% à Marseille, 10% en France hors QPV) et de 36% pour les 15-29 ans (30% à Marseille, 25% en France hors QPV) (source : Rapport 2016 ONPV).

<sup>6</sup> Les jeunes de 15-29 ans de ces trois quartiers représentent entre 22% et 26% de la population, une part nettement supérieure à la moyenne départementale et nationale (18%). Ces quartiers sont durement touchés par la pauvreté avec un taux allant de 46 à 55%, soit trois à quatre fois supérieur à la moyenne départementale et nationale. Enfin, à Marseille plus de deux tiers des habitants des deux quartiers ont un niveau de diplôme inférieur ou égal au brevet, contre un tiers en moyenne aux échelles départementale et nationale. Aux Lauriers/Oliviers A, seuls 5% des jeunes sont titulaires d'un diplôme de l'enseignement supérieur, contre 29% pour l'ensemble des jeunes des Bouches-du-Rhône. À Tarascon, le niveau de diplôme est globalement plus élevé, mais reste très en-deçà du niveau national (source : Premier bilan ANSA - juin 2018).



**1. INCONDITIONNEL :  
(RE)MOBILISE TOUS LES JEUNES**

---

**7 POINTS CLES**

# 1. INCONDITIONNEL : (RE)MOBILISER TOUS LES JEUNES

« Impact Jeunes » vise tous les jeunes entre 13 et 30 ans habitant une même cité, qu'ils soient diplômés ou non, décrocheurs ou leaders... avec une boussole : la réussite professionnelle de tous. Quelles sont les clés du repérage et de la (re)mobilisation, notamment pour les « invisibles » ?

## ALLER AU CONTACT

*Remobiliser les jeunes, c'est d'abord aller à leur rencontre là où ils sont : chez eux, dans les cafés, les clubs de sport... afin de les écouter et les aider à révéler leurs besoins, exprimer leurs envies, lever les freins un à un. Cette prise de contact varie cependant selon les configurations des quartiers et les modes d'intervention des boosters.*

**La cité de Felix Pyat, à Saint-Mauront**, est animée, parce que connectée à l'hyper-centre Marseillais. De nombreuses associations y interviennent et l'on y croise facilement les jeunes.

Des visites en porte-à-porte réalisées en lien avec les habitants par l'association le « Fil à initiative » ainsi que des actions en bas des cages d'escaliers sont venues soutenir le travail du booster. Résultat : 620 jeunes repérés.

**Aux Lauriers/Oliviers A, à Malpassé**, le repérage spontané dans la rue ou les cafés est impossible : le quartier est très enclavé, l'habitat y est très vertical, formé de longues barres d'immeubles surplombant des espaces vides ou en friche, sans espaces de sociabilité ou de circulation qui permettraient d'atteindre facilement les jeunes. Les visites en porte-à-porte ont donc été menées de façon plus systématique, ce qui a permis de repérer 408 jeunes.

Au final, ce mode d'intervention réalisé grâce à l'appui des associations situés en pied d'immeuble (Massajobs, fil à initiatives, ADDAP 13..) a favorisé une vraie proximité avec les habitants et suscité l'émergence de collectifs de jeunes. Par ailleurs, des éléments extrêmement précis et fins quant aux besoins, envies, et freins des jeunes ont pu être identifiés au fil de l'eau. Soit des besoins très hétérogènes liés à la grande diversité des profils rencontrés (bac -5 à bac +5, 13 à 30 ans, etc.), avec toutefois quelques grandes tendances communes à certains groupes de jeunes : par exemple, besoin de soutien scolaire, de réseau professionnel, de confiance en soi et d'aisance à l'oral, d'apprentissage du français, de maîtrise de l'outil numérique, etc.

## TEXTO

*« Avec les visites, nous sommes arrivés pour la première fois à obtenir une vision très fine des besoins et émanant pour une fois des principaux concernés. C'est beaucoup plus précis et fiable que les diagnostics que nous faisons, nous Politique de la Ville »*

**Mathilde Combe, Chargé de Politique de la Ville, Métropole Aix-Marseille**

# 1. INCONDITIONNEL : (RE)MOBILISER TOUS LES JEUNES

A noter toutefois, que ces actions de porte-à-porte, notamment celles élaborées avec l'association Massajobs destinées à être « gratuites, pour créer un vrai lien d'amitié » (sans questionnaire à remplir ou question prédéfinie), sont chronophages, la révélation des besoins d'un jeune ne pouvant se faire en une seule visite.

« Il est difficile de nouer un lien solide avec les habitants dès la première visite, qui exige une relation de fidélité et des réussites concrètes, comme ce qui a pu se passer dans certaines familles. Un certain nombre d'informations (nom, prénom, âge) sont manquantes et nécessitent de repasser plusieurs fois » **Julie, Booster Malpassé**

**Au contraire, à Tarascon**, le booster a privilégié la rencontre directe, plutôt que le porte-à-porte difficilement envisageable dans le centre historique de la ville. Une autre méthodologie rendue possible grâce aux espaces de sociabilités nombreux mais qui influe forcément sur le profil des jeunes identifiés. Ainsi, le nombre de jeunes filles identifiés est plus faible que dans les deux autres cités pilotes et les jeunes ne sortant pas spontanément de chez eux n'ont pas pu être « captés ». C'est pourquoi a été imaginé, ensuite, à Tarascon, **un système de récompense** «les RDV cash» à destination des habitants qui orienteraient un jeune vers le booster ou la mission locale. Pour chaque jeune qui s'inscrit dans un parcours d'accompagnement, ce sont 15 euros versés à l'habitant ambassadeur d' « Impact Jeunes » !



**Un franc succès : en un mois, plus de 30 jeunes ont été orientés par des Tarasconnais.** Deux jeunes sont d'ores et déjà en CDD à Sanofi et 3 jeunes s'appêtent à suivre une formation logistique

## SE FONDRE DANS LE PAYSAGE

Pour gagner la confiance des jeunes, « Impact Jeunes » a été conçu dans un esprit « hors les murs », où l'informel est de mise. Indépendamment des caractéristiques d'âge ou d'origines sociales des boosters, le programme est empreint d'une volonté de ne pas apparaître comme une « institution ».

## TEXTO

« Parler le langage des jeunes, cela les rassure. » **Ismail, Booster Tarascon**

« Je reçois ds jeunes dans le snack à côté. Ou La semaine dernière, par exemple, j'ai passé 2 heures dans une voiture pour échanger sur le projet professionnel d'un jeune. »  
**Lucile, Booster Félix Pyat**

« 0 interrogatoire, 0 paperasse : c'est ça qui plaît » **Ismail, Booster Tarascon**

# 1. INCONDITIONNEL : (RE)MOBILISER TOUS LES JEUNES

Invariablement, la manière d'interagir avec les jeunes est volontairement souple (travail en soirée, quand nécessaire) et informelle ; les boosters n'ont pas de bureau avec accueil administratif mais sont sur le terrain ou « en bureau volant » chez les associations partenaires. Ils échangent avec les jeunes par SMS, Snapchat ou en les croisant dans le quartier, les cages d'escaliers, les snacks, les soirées, les fêtes de quartier...

Cette approche permet d'engager une relation d'aide à partir d'une proposition qui, pour une fois, ne demande ni inscription, ni contrepartie. Le booster s'enquiert avant tout du besoin du jeune et ne « vend » aucun « dispositif ». Si le jeune accepte la proposition d'appui, nous nous engageons à être réactifs, avec la promesse qu'il sera rappelé rapidement, qu'une solution sera activement recherchée pour lui.

**En 2018 les boosters ont pu compter sur le soutien de jeunes en service civique, parfois issus eux-mêmes du quartier, ce qui a encore facilité le lien informel avec les autres jeunes.**

## PROPOSER DU CONCRET

Une fois la relation établie, les boosters doivent agir concrètement et asseoir leur légitimité en étant en prise directe avec le monde économique. Comment ? En adressant des offres d'emplois aux jeunes rencontrés, mais aussi en multipliant les propositions de rencontres avec les entreprises : soirées jeunes/entrepreneurs, témoignages de chefs d'entreprises, entretiens de recrutement au cœur de la cité...

En novembre 2018, à Felix Pyat une opération a été organisée avec l'AFT, entreprise de logistique, afin de réaliser en bas d'immeuble des pré-entretiens pour évaluer la posture professionnelle des candidats.

VÉCU

*« Il faut rendre visible et lisible auprès des jeunes les offres d'emploi du territoire. Cela passe par des envois de textos ciblés selon les besoins et projets professionnels de chacun, la création d'un compte Snap pour partager au quotidien les offres d'emploi ou encore une information sur un dispositif donné. »*

**Lucile, Booster Felix Pyat**

TEXTO

# 1. INCONDITIONNEL : (RE)MOBILISER TOUS LES JEUNES

## RÉVÉLER LES BELLES HISTOIRES

*Un autre levier pour mobiliser les jeunes et particulièrement les « invisibles » consiste à enclencher une dynamique de contagion positive en accompagnant en priorité les jeunes les plus motivés vers une réussite inspirante pour les autres.*

Aujourd'hui, la réussite d'environ 30 jeunes – des jeunes partis de loin et passés pour certains par la case prison, qui ont monté leur entreprise ou qui ont décroché un CDI dans une belle structure (BMW, Sanofi, ...) – font figure d'exemple et motivent un certain nombre de jeunes qui n'y croyaient plus, persuadés qu'aucun avenir désirable ne pouvait se présenter à eux.

Sur la seule année 2018, 81 jeunes de la cité Félix Pyat ont été orientés vers le booster grâce au simple bouche-à-oreille entre jeunes eux-mêmes.

VÉCU

*« L'intérêt d'avoir concentré nos efforts sur quelques barres d'immeubles nous a permis d'engranger plusieurs réussites visibles et tangibles pour tous les autres jeunes de la cité. Un effet de contagion positif, qui montre que « oui c'est possible » et incite des jeunes dits « invisibles » à aller vers les structures existantes du quartier ou le booster. »*

**Booster Impact Jeunes**

TEXTO

# L'ŒIL DE L'ANSA, L'EVALUATEUR EXTERNE

« **Impact jeunes** » permet de repérer des jeunes qui n'ont pas ou ne font plus appel aux dispositifs de droit commun qui leur sont destinés.

La question du repérage des « invisibles » est à l'agenda des politiques publiques actuelles, notamment du Plan d'Investissement dans les Compétences (PIC). La notion est pourtant source de confusion. (...) Nous proposons la définition suivante : ce sont des individus ni en emploi, ni en formation, ni en étude, et inconnus du service public de l'emploi ou sans contact avec le SPE depuis 6 mois. Sur ce dernier critère, est invisible un jeune inscrit à la Mission Locale ou pôle emploi mais dont l'accompagnement est « en veille », c'est-à-dire un jeune à propos duquel le SPE est sans nouvelles.

« Impact Jeunes » n'a pas de « prescripteurs », ne reçoit pas de « fiches de liaison » et a très peu de critères d'éligibilité. Il est intéressant de noter que **le « repérage » ne fait pas l'objet d'un protocole bien défini et donc d'une saisie de données permettant de connaître précisément le profil des jeunes**. Les associations mobilisées dans le porte-à-porte ayant rempli des listes ont transmis des données selon des formats différents.

*Côté booster, les prises de contact ont pu se faire de façon totalement informelle, ou sur recommandation d'un pair. Si bien que l'identité, le niveau de diplôme, l'âge... ne sont pas exigés. Notre rôle d'évaluateur s'en trouve ainsi complexifié. Nous prenons toutefois le parti des jeunes : qui exige des données fiables de profilage doit savoir qu'il fait subir un interrogatoire aux individus. Or, pour des jeunes ciblés, parfois réticents ou défiants vis-à-vis des institutions, nous observons avec intérêt l'intervention de boosters qui n'ont pas besoin de connaître une date de naissance pour proposer des aides concrètes ou donner des informations.*

Formellement, il n'y a pas d'inscription, pas d'engagement écrit, pas de formulaire. A proprement parler, les boosters n'ont pas de bureaux, il n'y a pas de guichet pour prendre rendez-vous. Ils sont joignables par SMS ou sur les réseaux sociaux, ils peuvent refaire un CV sur une banquette arrière d'une voiture, organiser des réunions à la buvette du club de foot, préparer un entretien d'embauche dans un bar à chicha.

**Cette visibilité et facilité d'accès est primordiale dans le discours de l'équipe « Impact jeunes ». Elle semble porter ses fruits, vu la rapidité avec laquelle le bouche-à-oreille s'est enclenché et le volume de jeunes touchés.**

**Nous retenons surtout que la méthode comporte un intérêt pour toucher les « invisibles », les jeunes rebutés par les aspects institutionnels et formels, ou tout simplement ceux qui ne connaissent ou n'osent pas pénétrer dans les lieux d'aide.**

A noter que l'attention portée par « Impact Jeunes » à valoriser les réussites et à proposer des actions attractives peut aussi favoriser la perception du booster par l'ensemble des jeunes ciblés, dont la hantise formulée lors de nos entretiens de 2017 était de se voir assimilés à des « cas soc' ». Le fait d'être hors les murs évite au booster cet étiquetage négatif dont souffrent d'autres professionnels auprès des jeunes.

Enfin, le fait d'être accessible dans une certaine immédiateté correspond à une attente forte des jeunes. L'aspect informel se remarque par l'absence de procédure d'inscription ou de contraintes. Le jeune a ainsi peu de probabilité de se sentir enfermé dans un « parcours » ou un « dispositif ».



**2. INNOVANT :  
ACCOMPAGNE CHAQUE JEUNE DIFFEREMENT**

---

# **7 POINTS CLÉS**

## 2.INNOVANT : ACCOMPAGNE CHAQUE JEUNE DIFFEREMMENT

« Impact Jeunes » se fixe pour objectif de conduire les jeunes, un à un, vers la réussite professionnelle. La méthodologie innovante du programme est incarnée par le booster, qui apporte trois valeurs ajoutées au regard de ce qui existe aujourd'hui sur les territoires concernés.

### VALEUR AJOUTEE 1 : UNE RÉPONSE GLOBALE ET SUR-MESURE

#### 1. Promouvoir les solutions existantes qui marchent

Par sa connaissance fine de l'ensemble des dispositifs existants – dispositifs d'accompagnement des NEETs, Mission locale, associations d'accès aux droits, acteurs du logement, etc. – et des opportunités de formations et d'emplois, le booster oriente vers la réponse la plus adaptée, en concertation avec les éventuels opérateurs accompagnant déjà le jeune, ainsi que le MOVE le cas échéant.

Le booster joue ainsi un rôle d'aiguilleur pour que chaque jeune puisse bénéficier si nécessaire d'un accompagnement à la fois :

- **Global** en adressant le jeune vers le bon interlocuteur pour résoudre telle ou telle problématique «périphérique» à l'emploi (mobilité, santé, logement, accès aux droits ...)
- **Intensif et permanent** en orientant ou en facilitant l'implantation sur le quartier de structure en mesure d'offrir un accompagnement intensif et permanent (5 j sur 5) vers l'emploi des jeunes. *Exemple : DAVEQE, Massajobs*

« Avec ½ journée par semaine, les permanences emploi du quartier n'ont de permanence que le nom. Les jeunes ont besoin d'être accompagnés de manière intensive sur des durées courtes sinon on les perd » **booster Impact Jeunes**

TEXTO

Réseaux sociaux, SMS, face-à-face... la transmission de l'information aux jeunes par le booster emprunte alors de multiples canaux. Elle prend aussi appui sur les acteurs de l'emploi du territoire, au carrefour de nombreuses informations sur les dispositifs d'emploi et de formation, mais pas toujours en capacité de les diffuser de manière ciblée aux jeunes et plus largement à l'ensemble des associations (clubs de foot, association artistique et culturelle, etc.) et intermédiaires locaux (gardiens d'immeubles, chargés d'accueil des bailleurs, commerçants...).

« Chaque jeune que je rencontre, je le rentre dans Snapchat et Facebook pour que cela soit plus simple : ils ont tous un compte. Je mets ensuite régulièrement des informations sur les réseaux sociaux. » **Ismail, Booster Tarascon**

TEXTO

## 2.INNOVANT : ACCOMPAGNE CHAQUE JEUNE DIFFEREMMENT

Bien souvent le simple fait de transmettre l'information aux jeunes ne suffit pas et il est nécessaire d'accompagner le jeune vers le dispositif visé quasiment « par la main » . Une mission souvent dévolue aux volontaires en service civique œuvrant aux côtés des boosters et habitant tous les sites pilotes.

VÉCU

Une autre façon de promouvoir les solutions existantes qui marchent consiste à mettre en place, au coeur du quartier, des ateliers de sensibilisation pour mieux faire connaître les opportunités existantes.

*« Impact Jeunes » a favorisé la mise en place d'un atelier culinaire pour donner envie aux Tarasconnaises de s'inscrire à la formation « Des étoiles et des femmes », à Arles. Une formation d'excellence, courte et diplômante visant à accompagner des femmes vers le métier de la cuisine avec l'appui étroit de cinq chefs étoilés de la région.*

*Autre exemple avec la mise en place d'ateliers de sensibilisation à la mobilité internationale au sein de la cité Félix Pyat pendant trois mois. Des ateliers portés par un collectif d'acteurs de la mobilité internationale, qui visent à sensibiliser les jeunes sur le sujet et proposer aux plus intéressés une solution sur-mesure (Erasmus plus, service citoyen international)...*

VÉCU

### 2. Inventer les solutions manquantes en sur mesure

« Impact Jeunes » imagine alors avec les partenaires locaux une solution sur-mesure en partant du besoin du jeune selon une démarche inductive originale au cours de laquelle le booster identifie le besoin, co-construit la réponse avec le bon porteur, sollicite des partenaires clés, appuie la structuration du projet, identifie les solutions techniques, contribue à la recherche de co-financements privés, etc.

*« J'ai l'impression qu'il faut que je m'adapte aux dispositifs qui existent. Peut-être pourrait-on essayer l'inverse ? » Jeune de la cité des Lauriers*

*« Solliciter une association en leur disant on a 10 jeunes avec tel besoin ou tel envie, ça change tout ! On est trop habitués à monter un projet puis à sourcer les jeunes. Il faut faire l'inverse, en partant des besoins d'un groupe de jeunes puis identifier le bon porteur. » Membre COTECH*

TEXTO

**32 projets** portés par les associations ont été accompagnés opérationnellement et financièrement par « Impact Jeunes » après avoir été validés par un comité technique, consortium d'acteurs publics compétents sur les champs touchés par Impact Jeunes.  
*Voir en annexe le détail des projets*

CHIFFRES

## 2.INNOVANT : ACCOMPAGNE CHAQUE JEUNE DIFFEREMMENT

Des solutions / projets sur mesure visant...

- à lever des freins « périphériques » ou renforcer les savoirs de base pour permettre de réaliser leur projet professionnel

Exemples :

8 jeunes de Tarascon nécessitent de monter en compétence sur le Français en vue d'une insertion professionnelle réussie = **1 projet ATELIERS LINGUISTIQUES a été imaginé avec le centre social TEEF**

5 jeunes ayant besoin d'améliorer leur niveau d'anglais = **Mise en place d'ateliers tous les lundis** avec 2 bénévoles dans un café ou dans les locaux d'une association du quartier

7 jeunes ont exprimé le souhait d'améliorer leur aisance à l'oral notamment pour être plus convaincant en entretien d'embauche = **L'association BEABALEX a co construit de A à Z avec jeunes un concours d'éloquence Voir un extrait ici**

*« En matière d'expression orale et de gestion du stress en entretien d'embauche, il n'y avait pas vraiment de solution localement accessible. Du coup, on a monté avec des jeunes notre réponse sur-mesure : un concours d'éloquence.*

*A l'issue du concours d'éloquence, les jeunes se sont sentis plus à l'aise dans leurs entretiens d'embauche et ils sont tous engagés actuellement dans une dynamique positive. Par ailleurs, ils ont émis le souhait d'en organiser un nouveau pour que d'autres jeunes puissent y participer encore. Ils sont les meilleurs ambassadeurs de ce projet parce que convaincus qu'ils ont des choses à dire et que le savoir est une force. »*

**Lucile, Booster de Félix Pyat**

**TEXTO**

- élargir son réseau professionnel

*Exemple :* Rencontres «ça match» réunissant jeunes et entrepreneurs autour de formats ludiques comme le sport, l'art, les rencontres cinés- débats (cf chapitre 3)

- faciliter l'accès à une formation

*Exemple :* Remobiliser des jeunes en leur proposant en pied d'immeuble la possibilité de se former rapidement (formation CACES) et travailler en intérim dans la foulée = Projet porté par l'entreprise la Varappe

- définir un projet professionnel clair et motivant

*Exemple 1 :* **Le projet LES FILLES ONT DE L'AVENIR** porté par **LE CENTRE SOCIAL DE MALPASSE** accompagne 12 jeunes filles pour définir leur propre projet professionnel avec

## 2.INNOVANT : ACCOMPAGNE CHAQUE JEUNE DIFFEREMMENT

le soutien de spécialistes de l'orientation et des rencontres inspirantes d'entrepreneurs dans des métiers plutôt connotés masculin (marin pompier, BTP...)

*Exemple 2* : 8 jeunes « décrocheurs » très éloignés de l'emploi et fortement démobilisés nécessitent d'être accompagné à travers un parcours intensif et attractif pour s'inscrire dans un projet professionnel = **Projet PREPA JOB porté par L'ADDAP 13** propose sur un mois une action rémunérée « tremplin » vers l'emploi. En s'appuyant à la fois sur les acteurs de l'insertion et de la prévention et en mixant : chantier éducatif, sport, rencontres avec des entreprises, définition du projet professionnel et levée des freins à l'emploi (mobilité, administratif...)

### Objectifs :

- Valoriser leur image, et améliorer leur posture professionnelle
- Régulariser leur situation administrative (sécurité sociale, carte identité, etc.)
- Leur donner accès aux dispositifs de droit commun et aux structures d'accompagnement social (mobilité, insertion...)
- Offrir une passerelle vers le monde de l'entreprise

### Résultats :

- 8 jeunes embarqués
- l'ensemble des acteurs concernés portent le même message à l'attention des jeunes et se sentent valorisés à travailler ensemble autour de la réussite professionnelle des jeunes visés.
- les jeunes ont avancé sur le plan administratif : recensement, aide à la reprise d'un premier emploi, les impôts etc.
- le lien a été établi avec les Missions locales, Pôle emploi et les structures d'accompagnement aux droits

A J+1 mois après la sortie de Prépajob : 4 jeunes ont un plan d'action pour leur projet professionnel, 2 jeunes sont en stage et 1 jeune est en formation.

Des échanges ressortent l'importance de la complémentarité des accompagnements pour un chaînage vers la réussite. L'éducation spécialisée ne se suffit pas à elle-même ; une action telle que Prépajob permet de surmonter la difficulté du passage de relais à la Mission locale, en offrant un sas nécessaire.

*NB : Prépajob est un projet illustrant parfaitement le rôle du booter catalyseur des projets qui, à la fois, comblent les interstices du droit commun et mettent en synergie les forces en présence*

*Le parcours a été co construit avec un ensemble d'acteurs de Félix Pyat en cherchant à combiner le meilleur des dispositifs existants, tout en tirant une leçon de ce qui amenait des jeunes à ne pas se saisir des propositions ou à abandonner.*

# L'ŒIL DE L'ANSA

---

*Dans le cadre du programme « Impact Jeunes », la construction d'un projet relève souvent d'un processus itératif.*

Nous avons ainsi pu assister à une réunion dans un club de foot du quartier, où les acteurs ont pu parfaire leur stratégie d'intervention pour toucher les jeunes, en échange avec les acteurs locaux, dont des jeunes et la déléguée du Préfet. Nous avons pu également assister au Comité Technique « Impact Jeunes » qui a ajourné la décision de financement, pour des motifs d'insuffisance de mobilisation de financements existants et d'incertitude sur les modalités d'accompagnement des jeunes. Ce processus itératif et partagé entre acteurs aboutira finalement à une action mieux calibrée et au juste coût.

**En comparaison, la programmation Politique de la Ville n'autorise qu'une réponse à appel à projet par an**, et certains projets relèveraient également de crédits régionaux et départementaux, ou encore de l'agglomération. Ces programmations annuelles ne sont d'ailleurs pas toujours cohérentes dans leur temporalité, les tranches d'âge choisies... avec la Politique de la Ville.

**Or, le parti pris par Impact Jeunes est de placer la temporalité et la cohérence en conformité aux attentes des jeunes (aller vite entre besoin repéré, jeune mobilisé, action montée et financée et mise en œuvre), en considérant que différer présente le risque de perdre le lien établi avec les jeunes et leur confiance.**

## 2.INNOVANT : ACCOMPAGNE CHAQUE JEUNE DIFFEREMMENT

### VALEUR AJOUTEE 2 : VERS DE NOUVEAUX HORIZONS

Aller au delà des besoins et envies exprimés par les jeunes en les invitant à élargir le champ des possibles et à voir grand !

« On nous propose toujours les mêmes métiers (nettoyage, logistique ...). J'ai l'impression que certains ne sont juste pas imaginables pour nous. »

Mohamed Ousseni, du quartier de Felix Pyat

TEXTO

#### 1. Sensibiliser collégiens et lycéens à des métiers attractifs et porteurs

293 collégiens en classe de 3e ont bénéficié d'une demi-journée découverte métiers (ex : visite de la code room d'Orange, des métiers de la protection du littoral, des métiers du secteur bancaire, des métiers de l'industrie aéronautique avec Airbus, métiers de l'opéra, métiers des énergies renouvelables avec EDF et le Groupe CVE...), ou témoignages d'entrepreneurs inspirants (Directeur général de Provepharm, ancien DG de LCL..).

90% des collégiens des sites pilotes ont bénéficié de stage de 3 ème de qualité, soit des stages dans des entreprises situées en hors de la cité (« pas le kebab du coin») et avec un tuteur bienveillant.

*A travers notamment :*

- Le soutien financier de plateformes dédiées à cette problématique comme Degun sans stage et My future
- Le réseau des boosters (stages dans des grandes entreprise types Vinci, BNP paribas mais aussi dans des petites start up du territoire peu sollicitées : Enogia, Plus simple ..etc)

Côté lycées, une trentaine de stages ont été trouvé grâce au réseau du booster mais aussi grâce à des projets comme celui imaginé avec l'association Massajobs. Celui-ci a permis à 10 lycéens d'apprendre les techniques de recherche de stage, de l'activation du réseau à la prise de conscience de ses atouts et compétences, en passant par un appui à la rédaction de CV et la lettre de motivation.

#### 2. Co-construire des parcours vers l'emploi sur des filières attractives et porteuses

En partant de filière attractive et en tension, Impact Jeunes co construit avec les bons partenaires des parcours vers l'emploi sur ces métiers.

Exemples :

1. 12 jeunes avec l'association **1 000 visages** ont été sensibilisé et formé aux métiers de l'image et du « motion design ».

## 2. INNOVANT : ACCOMPAGNE CHAQUE JEUNE DIFFEREMMENT

Résultats :

- Une ouverture des jeunes à des nouveaux métiers (animation 3D, graphisme, développement web, montage vidéo...).
- des jeunes issus des sites « Impact Jeunes » désormais inscrits dans ces filières. 1 est à Malte en école de design, 7 se sont inscrits dans des formations (université, BTS), 1 entre en formation intensive Motion Design

2. 8 jeunes ont intégré le programme **SKOLA Fibre** qui propose une formation courte et rémunérée de 3 mois (12 000 € / mois) en environnement réel, afin de répondre à la forte demande en **Technicien installateur Fibre**.



Résultats :

- 1/3 des jeunes en CDI
- 1/3 embauchés en intérim
- 1/3 en recherche d'emploi

3. 8 jeunes ont participé au « **Chantier Chaudronnerie Soudure** » porté par l'association Pilotine construit avec l'appui du booster et du Conseil Départemental 13. Il s'agit d'un parcours de 5 mois permettant d'acquérir les compétences nécessaires (savoir-être professionnel, esprit d'équipe/notion d'équipage, quelques savoir-faire techniques sur la charpente marine, menuiserie, mise à jour du CV, préparation aux entretiens...).

*Objectif* : intégrer une formation qualifiante ou un emploi dans le secteur de la réparation navale, en lien avec le chantier naval de Marseille, l'institut de soudure de Port-de-Bouc et les Compagnons du devoir.



Résultats :

- 2 jeunes en emploi ou contrat d'insertion
- 3 jeunes en formation avec les Compagnons du devoir, formation contrat pro Fibre optique ou chantier formation « Appel d'Aire »
- 4 jeunes orientés vers d'autres métiers
- 2 jeunes en échec ont arrêté en cours de route

## 2.INNOVANT : ACCOMPAGNE CHAQUE JEUNE DIFFEREMMENT

4. Le projet MOOVIDA porté par l'association PH'ART ET BALISES a pour objectif d'initier et de former les jeunes aux métiers du cinéma, au sens large : de celui de réalisateur à celui d'acteur, en passant par les métiers techniques de ce secteur porteur et en plein développement dans la région PACA.

Voir interview ici : [Projet cinéma](#)



« L'association Ph'art et Balise a réussi à faire venir une scénariste de la Fémis ! En l'écoutant j'ai compris que mon rêve était là, que c'était ma voix. Je vais commencer par être réalisateur »

Jeunes ayant participé au Projet Moovida

TEXTO

### Viser haut, à la hauteur de ses talents

Nous devrions tous avoir les mêmes chances de réussite pour nous réaliser.

C'est d'autant plus vrai pour les jeunes à haut potentiel, « pépites » des quartiers, qui aspirent à devenir les leaders de demain. Cf le projet N10 (voir chap 4) imaginé pour accompagner 10 jeunes à haut potentiel vers leur réussite pro et vers un rôle de leader positif.

Mais c'est également vrai pour certaines jeunes **comme par exemple des anciens vendeurs ou gérants de réseau de drogue** qui aujourd'hui souhaitent s'inscrire dans « un business légal ». Pour éviter le taux de récurrence, accompagner ces jeunes vers un emploi à « la hauteur de leur talent et compétences » est indispensable. Ainsi, Impact Jeunes imagine avec la direction de l'administration pénitentiaire, la prison des Baumettes, l'ETAT, VAE les 2 rives et Marseille Solutions un programme de valorisation des compétences d'anciens trafiquants de stupéfiants pour en faire des professionnels d'un champ donné (vente, finance, logistique, ...) voire même des entrepreneurs. Nom de code du projet : « La relève »

TEXTO

« Agé de 22 ans, Ali a été vendeur puis gérant pendant 5 ans dans une cité Marseillaise. Il a mis en place toute une stratégie pour fidéliser au mieux ses clients - échantillonnage produit, promo, cadeau - et a développé de vraies compétences en termes de négociation avec ses fournisseurs. Suite au décès de son frère lors d'un règlement de compte et à son souhait de devenir prochainement papa, Ali a cessé son activité et souhaite trouver un travail dont il pourra vivre dignement et sereinement. Un pré-requis toutefois : « gagner au moins 1 700 euros net ».

## 2.INNOVANT : ACCOMPAGNE CHAQUE JEUNE DIFFEREMMENT

### VALEUR AJOUTEE 3 : DU CIRCUIT COURT AVEC L'ENTREPRISE

« Un jeune a au minimum quatre rendez-vous avec des chargés d'insertion et autres interlocuteurs avant de voir un employeur, un vrai »

TEXTO

« Impact Jeunes » propose un accompagnement en circuit court en...

- multipliant **les connexions** avec le monde de l'entreprise en mixant des temps formels (visite d'entreprises, rencontres de chefs d'entreprise inspirants, coaching vers l'emploi de jeunes par des salariés) et informels (rencontre récréative sportive et/ou culturelle...).

- en les mettant en lien avec des **offres d'emplois concrètes** : pour certains jeunes, l'approche séquentielle de levée des freins, puis de définition de projet professionnel et enfin l'emploi n'est pas adaptée. Une mise en situation en «emploi d'abord» (souvent précaire et peu valorisant) constitue la seule façon de travailler en parallèle avec eux un vrai projet professionnel

« Les jeunes pensent qu'ils ne vont pas y arriver, qu'ils n'ont pas les compétences, et qu'il n'y a pas de boulot. Leur donner l'information (qu'il y a du boulot par exemple), c'est déjà ça. Il y en a qui se lèvent, d'autres non. »

Julie, Booster Lauriers/Oliviers A

« J'ai proposé des postes dans les services à la personne. Cette semaine j'ai eu huit CV de jeunes filles, six se sont présentées, une a arrêté (elle a la phobie des chats), cinq sont en emploi, en tant qu'aide à domicile. Je sais que ce n'est pas l'emploi de leurs rêves, mais je vais pouvoir travailler avec elles ensuite petit à petit leur projet professionnel. »

Ismail, Booster Tarascon

TEXTO



Dans le même esprit, « Impact Jeunes » appuie l'émergence d'un projet à venir « Camion Emplois Francs ».

Cette initiative portée par entreprises locales désireuses de recruter davantage d'emplois francs sur le territoire consiste à aller en bas d'immeuble dans les QPV pour prérecruter en direct des jeunes intéressés.

# EXEMPLES DE PARCOURS TYPES SUR MESURE

## Impact Jeunes, une multitude d'actions ...

Prépajob: remobilisation intensive pluridisciplinaire

Concours d'éloquence

Ca matche: rencontres informelles avec des entreprises via des supports ludiques

Atelier AAPI: accès aux droits

Skola: programme court intégré d'accès à la qualification dans un métier en tension

Porte à porte

Ateliers de langue française

Coaching emploi

Kit de démarrage dans la vie active

... Des boosters sur le terrain ...

... mobilisables en complément du droit commun, pour un accompagnement sur-mesure, du repérage à l'emploi ...

Repérage

Remobilisation

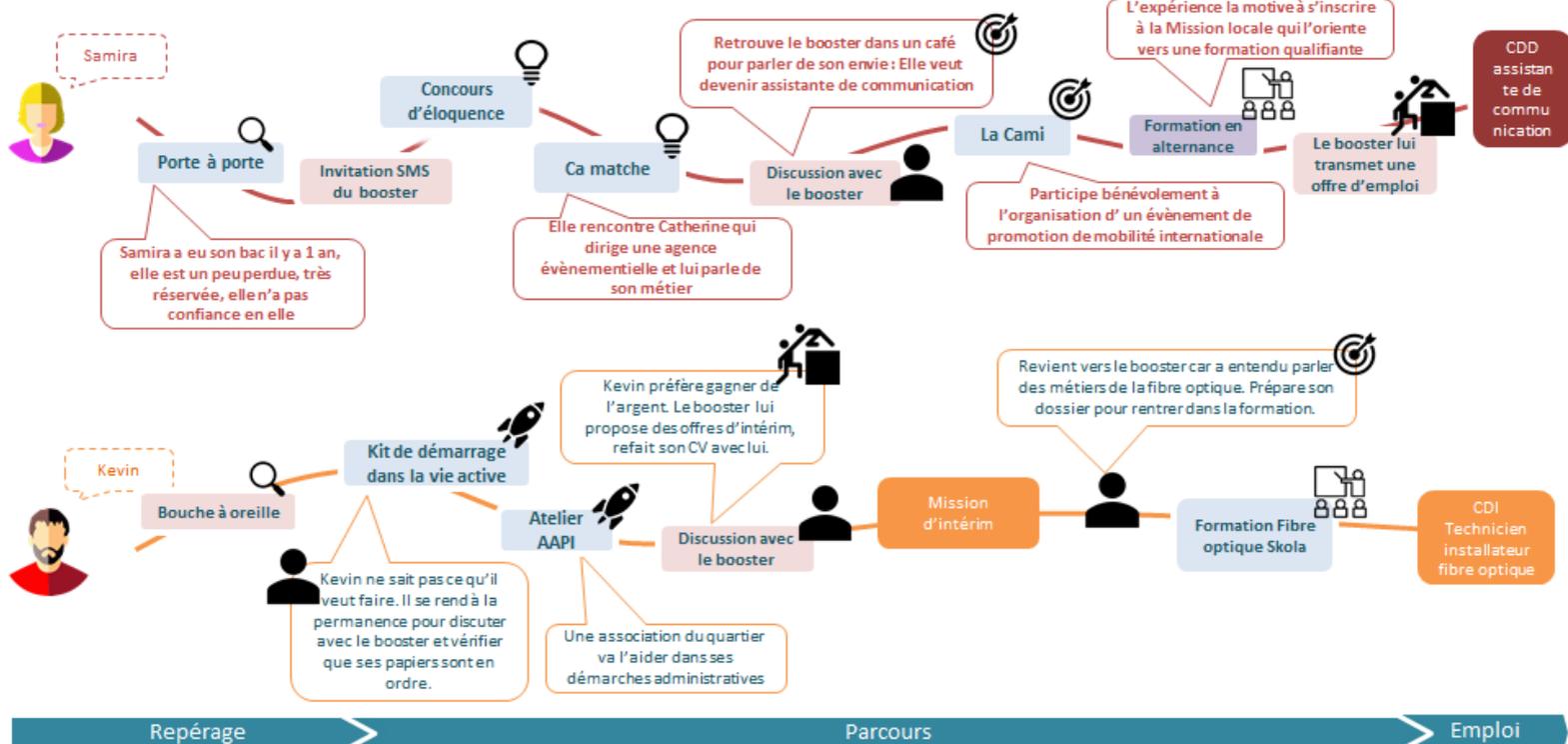
Définition d'un projet

Lever les freins périphériques

Formation

Coaching emploi

... adaptées aux besoins de chaque jeune, pour des parcours à la carte



# L'ŒIL DE L'ANSA

---

**Les trois Boosters, notamment celui de Tarascon, semblent inscrire leur action d'insertion professionnelle dans une logique d'emploi d'abord, c'est-à-dire sans nécessairement penser leur intervention comme séquentielle : d'abord lever les freins, puis élaborer et valider un projet, puis, etc.**

*Cette logique n'est pas soutenue par une méthodologie particulière de médiation à l'entreprise, elle s'est imposée par l'interaction avec les jeunes : leur souhait est fréquemment d'avoir un emploi, et le plus vite possible. Les Boosters ont donc multiplié les contacts avec des entreprises, et construits de nombreuses actions qui mettent jeunes et entreprises en présence.*

*Le Booster de Tarascon nous rapporte même que face à la difficulté d'intégrer des jeunes au sein d'une agence d'intérim, il est entré en contact direct avec le chef d'équipe de l'usine concernée pour que les jeunes en question soient retenus. Même si ces interventions très proactives ne sont pas la norme, cet exemple illustre bien que le booster part du souhait du jeune puis cherche les solutions d'emploi immédiat. Cette « offre de service » est inconditionnelle, toutefois, l'absence du jeune au jour du recrutement ou des refus de se saisir d'opportunités pourtant conformes aux souhaits exprimés peuvent conduire le booster à cesser son intervention. Le contrat a beau être informel, une dimension morale d'engagement se fait toutefois sentir dans les discours.*

*Notons que la logique de l'emploi d'abord est soutenue par une approche positive du jeune. A rebours des discours usuels de l'insertion (« il n'est pas prêt », « il faut qu'il règle d'abord sa problématique », etc.) les boosters s'adressent plus volontiers aux jeunes sous l'angle de leur potentiel. Ainsi on remarque une grande ouverture dans la proposition d'offres d'emploi, formations ou d'actions, qui, ailleurs, n'auraient pas été proposées sans un « diagnostic » et conditionnées à des étapes préalables de type « validation de projet ». Il nous semble que les boosters accueillent la demande sans a priori, ou en tout cas laissent au jeune le sentiment que sa demande a été prise au sérieux, accueillie comme légitime. Cette approche d'accueil inconditionnel de la demande suivie par un effort de réactivité pour y répondre est de nature à poser les bases d'une relation d'aide acceptable pour le jeune. L'important pour les boosters est que le jeune puisse ensuite faire sa propre expérience et opinion quant à son besoin. Les inévitables échecs, aux recrutements, etc., peuvent alors servir de base à une prescription d'actions de « droit commun » ou spécifiques à Impact Jeunes.*

*En conséquence le petit job est alors mobilisé comme un outil de remobilisation, de reprise de rythme, d'expérimentation du cadre de travail. Peu importe que les emplois occupés ne correspondent pas immédiatement aux désirs professionnels des jeunes car les boosters maintiennent le suivi. Un travail sur le projet professionnel peut se poursuivre en parallèle ou à l'issue de la période d'emploi, sans rupture dans l'accompagnement. Dans cette logique d'emploi d'abord, les boosters se saisissent de toutes les opportunités, n'hésitant pas à proposer de courtes périodes d'emploi.*



**3. PRO-ENTREPRISE :  
IMPLIQUE LES ENTREPRISES DE L'AMONT A L'AVANT**

---

**IJ, 7 POINTS CLES**

### 3. PRO-ENTREPRISE : IMPLIQUE LES ENTREPRISES DE L'AMONT A L'AVAL

**Impact Jeunes fédère aujourd'hui plus d'une centaine d'entreprises et une vingtaine d'entrepreneurs autour de la réussite professionnelle des jeunes des 3 quartiers pilotes visés.**

Trois axes de travail auprès des entreprises (qui se nourrissent l'un l'autre) :

- les impliquer opérationnellement dans des actions proposées par les boosters
- co-construire avec eux de nouveaux formats / projets en réponses aux besoins des jeunes
- leur donner envie de recruter ces jeunes

#### **IMPLIQUER OPERATIONNELLEMENT LES ENTREPRISES DANS LA REUSSITE PROFESSIONNELLE DES JEUNES EN PARTANT DES BESOINS DE CES DERNIERS**

Chefs d'entreprises, cadres supérieurs, cadres inférieurs, citoyens ... : les propositions d'appui pour aider la jeunesse de ces quartiers ne manquent pas.

Le plus compliqué réside dans l'art de réussir à faire se rencontrer l'offre et la demande !

Les demandes des jeunes étant mouvantes, protéiformes et les entreprises pas toujours très flexibles

*«J'apprends que dans 3 jours un jeune a entretien le vendredi dans les métiers de la vente, je sollicite les 3 commerciaux de Nexity dont les bureaux sont à 100 m de la Cité Félix Pyat pour qu'ils proposent au pied levé au jeune une simulation d'entretien. A moi de m'assurer que le jeune se rend bien au rendez-vous» . Lucile, Booster Felix Pyat*

**TEXTO**

Quelques exemples ci-dessous de besoins de jeunes identifiés et de réponses mises en place par les boosters :

- «Découvrir le monde de l'entreprise» : stage de 3ème, témoignages dans les collèges ou lycées, visites d'entreprises, petits jobs d'été
- «Ouvrir mon réseau social et professionnel» : participation aux soirées «ça matche» réunissant jeunes et entreprises autour d'activités ludiques et d'un cocktail networking
- «être accompagné dans leur recherche d'emploi ou leur projet entrepreneurial» : simulations d'entretien, ateliers CV, ...etc.
- «être aidé dans leur réussite scolaire» : ateliers d'aide aux devoirs, cours d'anglais ...etc

## 3. PRO-ENTREPRISE : IMPLIQUE LES ENTREPRISES DE L'AMONT A L'AVANT

### CO CONSTRUIRE AVEC DES ENTREPRENEURS DES PROJETS INNOVANTS

*Au delà des 32 projets co construits par Impact Jeunes avec des associations du territoire (cf exemple chapitre 2), Impact Jeunes a aussi construit avec des entrepreneurs désireux d'imaginer avec nous des formats innovants répondant aux besoins de certains jeunes.*

*Une chance pour Impact Jeunes de travailler avec ces chefs d'entreprises engagés qui, au delà de leur réseau professionnel, apportent une vision entrepreneuriale très enrichissante notamment sur la répliquabilité à grande échelle, le ratio cout / impact ..etc*

### EXEMPLE 1 : LES RENCONTRES « ÇA MATCHE »

*Les boosters ont identifié un certain nombre de jeunes proches de l'emploi (souvent diplômés) mais à qui il manque un petit coup de pouce pour transformer l'essai : un contact, une mise en lien pour décrocher l'emploi ou le bon stage, un conseil pour bien s'orienter ou avancer dans son projet entrepreneurial.*

Pour aider les jeunes à bénéficier du réseau professionnel qui leur fait souvent défaut, nous avons imaginé avec **Christophe Baralotto (Fondateur et DG de l'entreprise Provepharm, start up marseillaise à succès)** plusieurs soirées entre jeunes et entrepreneurs afin de créer du lien entre ces deux mondes qui se connaissent peu et aider les jeunes à trouver des solutions à leurs besoins.

Chaque soirée s'appuie sur un support ludique pour créer un lien informel entre jeunes et entrepreneurs, mettre tout le monde au même niveau, faire tomber les barrières et faciliter ensuite lors du cocktail l'expression de leurs besoins par les jeunes sous forme d'un pitch.

**Grâce à ces soirées, de nombreuses solutions ont été trouvées :**

- 3 alternances signées
- 10 mises en lien direct vers des employeurs
- 4 stages proposés
- des cours d'éloquence ont été réalisés avec un avocat
- 2 entreprises sont venues proposer directement du travail
- 2 projets collectifs pour les jeunes et le quartier ont émergé (fresque street art et « Numéros 10 »)

**Autre résultat :**

Ces rencontres ont permis de constituer progressivement un noyau d'une trentaine d'entrepreneurs prêts à se mobiliser pour les jeunes du quartier, en ouvrant leur réseau, en les coachant, en leur proposant un stage ou en les boostant dans leur projet.

Les entrepreneurs le disent eux-mêmes : « *Les histoires de ces jeunes font écho à nos histoires d'entrepreneurs : être dans le combat, rêver plus grand que soi, tomber, se relever... Mais nous, nous avons souvent hérité d'un réseau, de connaissances, des codes* »

### 3. PRO-ENTREPRISE : IMPLIQUE LES ENTREPRISES DE L'AMONT A L'AVAL



Soirée ca matche  
« basket »



Soirée ca matche  
« initiation street art »

### 3. PRO-ENTREPRISE : IMPLIQUE LES ENTREPRISES DE L'AMONT A L'AVAL

#### EXEMPLE 2 : POUR LES JEUNES À TRÈS HAUT POTENTIEL : « LES NUMÉROS 10 »

N°10(6) , un programme destiné à ces jeunes talentueux, motivés, ayant envie d'agir pour réussir et concrétiser leurs rêves. co construit avec Patrice Martin (DG de Q3 advocacy) qui lors d'une soirée débat a «flashé sur ces jeunes pépites»

*Ce que ces jeunes vivent, c'est ce que nous vivons tous les jours en tant qu'entrepreneurs au-delà des apparences. Tous les jours, on rêve un peu plus grand que ce qu'on fait, on se confronte à des difficultés, on tombe, on ne se relève pas, parfois, quand on est entrepreneurs... Et je me suis senti très en affinité avec vos histoires. On ne vous regarde pas d'en haut en nous disant on va vous tendre la main, mais dans les yeux, à égalité ».*  
**Patrice Martin, DG de Q3 advocacy**

TEXTO

#### L'objectif ?

Leur permettre de formuler des **projets individuels ambitieux** – « je souhaite devenir pilote » – **ou collectifs** – « je souhaite faire de mon quartier un musée à ciel ouvert » –, **de développer des compétences que l'on n'apprend pas à l'école** – comment inspirer son auditoire, mieux se connaître pour se projeter vers l'avenir, les codes de l'entreprise, développer son réseau... –, de les armer pour qu'ils deviennent des **leaders positifs inspirants**.

*« Avec les Numéros 10, c'est la première fois que l'on prend mon rêve de pilote au sérieux. A l'école, ils ne s'intéressent pas à nos rêves, mais seulement à ce dont on est capable. »*  
**Akram, N° 10**

TEXTO

#### Quelques exemples d'activités :

ateliers éloquence ; découverte de lieux emblématiques et historiques ; cours d'aéronautique animé par un pilote de l'air en vue de passer le brevet d'initiation à l'aéronautique ; rencontre avec des personnes inspirantes dans les secteurs de prédilection des jeunes ; ateliers histoire ; ateliers connaissance de soi et bilan individuel ; soutien académique, etc. à des situations inhabituelles (comme la visite de l'Assemblée nationale), en rencontrant des personnes différentes et inspirantes, que les N°10 deviennent qui ils sont, des leaders de demain. In fine, le projet N°10 fait émerger une communauté de jeunes leaders positifs et met sur les rails une locomotive apte à tirer leur quartier vers le haut.



Les N10 reçus à l'assemblée nationale en janvier 2019



Passage du Brevet d'initiation à l'aéronautique avec un pilote bénévole

# 3. PRO-ENTREPRISE : IMPLIQUE LES ENTREPRISES DE L'AMONT A L'AVANT

## DONNER ENVIE DE RECRUTER CES JEUNES, 3 FACTEURS DE RÉUSSITE

### 1. Impliquer les entreprises opérationnellement en soignant «le cadre»

Les entreprises impliquées dans les actions Impact Jeunes - soirées ça match, ateliers CV, soutien scolaire, ...- changent progressivement leur représentations sur cette jeunesse et sont dès lors beaucoup plus enclin à recruter des jeunes orientés par les boosters.

Le booster doit pour cela créer le bon cadre, l'environnement qui favorisera la meilleure implication des entreprises. Il s'agit de rassurer. Cela peut passer par la mobilisation d'entrepreneurs ambassadeurs en mesure de rassurer leurs pairs sur le « sérieux » de l'évènement ou par le choix d'un lieu connu des entreprises ou encore en choisissant des activités attrayantes (foot, fresque street art, atelier 3D à Centrale, ....etc) et bien organisées.

NB : On constate également que cette implication opérationnelle est aussi le préalable pour inciter des entreprises à soutenir financièrement les projets catalysés par Impact Jeunes.

**En 2 ans, 180 K€ de co financement privés ont été fléchés sur les projets Impact Jeunes.**

### 2. Valoriser les bons profils

Condition sine qua non de la confiance des entreprises, le booster doit démontrer sa connaissance fine des jeunes candidats et de leur profil. Cela induit une capacité à identifier les jeunes sérieux, motivés, etc.



« Pour recruter, j'ai préféré passer par Ismail, booster d'« Impact Jeunes », plutôt que par Pôle emploi car il est d'ici, il connaît bien les jeunes. Et pour trouver le jeune le plus sérieux qui puisse m'aider et qui soit compétent, j'ai privilégié le réseau local » Ismail Rahaoui

TEXTO

### 3. Assurer le SAV

Trouver la bonne recrue est une chose, mais le booster assure également aux entreprises un suivi dans l'emploi du jeune et une capacité à lever les éventuels freins périphériques qui pourraient nuire à son travail.

« Chaque jeune placé en emploi est suivi tout au long de sa mission afin d'anticiper les éventuelles difficultés et servir d'intermédiaire pour trouver des solutions dans les situations délicates. Par exemple : organiser le co-voiturage pour un groupe de jeunes travaillant dans la même entreprise. Ou, pour une jeune fille travaillant dans le secteur du service à la personne qui m'a fait part de sa phobie des chats, contacter son entreprise pour lui expliquer la situation et trouver une solution ensemble : la jeune fille travaillera uniquement chez les personnes n'ayant pas d'animaux de compagnie. » Ismail, booster Tarascon

TEXTO



**4. COOPERATIF : DECLOISONNE ET FAIT TRAVAILLER  
ENSEMBLE TOUS LES ACTEURS**

---

**IJ, 7 POINTS CLES**

## 4. COOPERATIF : DECLOISONNE ET FAIT TRAVAILLER ENSEMBLE TOUS LES ACTEURS

Sur le terrain, « Impact Jeunes » agit comme un facilitateur au service de la coopération de tous les acteurs de l'emploi et de la jeunesse. Enjeu : décroisonner les acteurs, les initiatives pour plus de mutualisation, de créativité et d'efficacité.

### LA MENACE DU CLOISONNEMENT

*L'action publique et privée en faveur de la jeunesse apparaît souvent comme trop cloisonnée. Au final ce cloisonnement général produit de la dispersion, de l'hétérogénéité, de la segmentation, du brouillage entre les actions, avec une efficacité et une évaluation globale limitées, notamment au regard des énergies et moyens financiers investis.*

#### Entre collectivités

Chaque collectivité locale a sa propre politique jeunesse, le tout insuffisamment coordonné. On observe une multiplication des dispositifs et plans spécifiques aux jeunes, sans concertation préalable, d'où un enchevêtrement des actions, mais également des carences.

#### Entre acteurs associatifs

Très investis chacun de leur côté, les acteurs de terrain se méconnaissent souvent travaillant de façon cloisonnée, sans échanger suffisamment entre eux.

*« Un éducateur spécialisé est sur du 11-21 ans, des problématiques de jeunes, qui peuvent être sociales, administratives, bien plus larges que l'emploi. L'animateur de prévention, l'assistante sociale, ont leur propre feuille de route aussi. Ils ne se parlent pas forcément entre eux, il n'y a pas de gens qui font le trait d'union. Chacun à sa spécificité et potentiellement connaît le jeune sous son angle à lui. » Julie, booster Malpassé*

TEXTO

#### Entre champs d'intervention

La capacité à articuler les enjeux est fondamentale car les problèmes des jeunes deviennent de plus en plus complexes et interdépendants : emploi et mobilité, emploi et santé, numérique et engagement, culture et sport, absentéisme/décrochage scolaire et relation parents/école, etc.

#### Avec le monde économique

Il faut réussir à mobiliser les acteurs économiques davantage et mieux :

- davantage : mobiliser plus d'entreprises, élargir le cercle encore trop restreint des mécènes (« toujours les mêmes, sur-sollicités »).
- mieux : aller au-delà du simple financement, ne pas réduire l'engagement des entreprises à « l'argent », alors qu'il peut être plus global et plus puissant (mécénat de compétences sur les projets, tutorat par les salariés, achat de prestations à des jeunes entrepreneurs, relais de communication, mobilisation du réseau, mise à disposition en nature, recrutement, expertise, etc.)

## 4. COOPERATIF : DECLOISONNE ET FAIT TRAVAILLER ENSEMBLE TOUS LES ACTEURS

### PLUS DE COOPÉRATION POUR PLUS D'IMPACT

*Décloisonner les initiatives et inviter les acteurs à mieux travailler ensemble, c'est non seulement être plus efficace, mais c'est aussi être plus lisible auprès des jeunes . Cette coopération se traduit par :*

- de la coordination quotidienne autour des situations des jeunes avec les professionnels clés du quartier (conseillers en insertion professionnelle de la Mission Locale, associations, éducateurs spécialisés, centre sociaux...)

*« On amène au pot commun une situation d'un jeune qu'on a repéré, on demande si quelqu'un le connaît, on échange. La prochaine étape c'est la Mission locale, et on convient de la bonne personne, qui le connaît, qui va l'appeler pour qu'il ne rate pas son rendez-vous Mission locale. » Julie, Booster Lauriers/Oliviers A.*

TEXTO

- des évènements mêlant associations, entreprises et jeunes (rencontres « Ça matche », évènement jeunes/entreprises au Mucem, etc.)
- une communauté virtuelle online (Facebook, LinkedIn, Snapchat) où interagissent ces différents mondes
- des instances de gouvernance et notamment le COPIL, où sont représentés paritairement, de manière inédite, acteurs publics (Etat, Région, Département, CAF) et privés (CCI, CMAR, CRESS, Président de l'agence du service civique, Apprentis d'Auteuil, plus trois jeunes en service civique auprès des boosters).

### DONNER ENVIE DE COOPÉRER , CE QUI MARCHE

*Échanger, se coordonner, co-construire, c'est long et complexe. Pour encourager les acteurs, notamment associatifs, à s'engager dans ce sens, nous avons identifié quelques facteurs de réussite.*

#### 1. Fédérer dans l'action, dans du projet les acteurs

*« Il y a beaucoup d'acteurs dans l'insertion professionnelle, mais jusque-là on n'avait pas réussi à travailler ensemble. Ce qui manquait sur le territoire, c'est justement ce booster, ce chef d'orchestre avec un certain dynamisme capable de tous nous embarquer dans la construction d'un projet commun : Prépa Job »*

**Sarah Furri, Chef de service, ADDAP 13**

TEXTO

# 4. COOPERATIF : DECLOISONNE ET FAIT TRAVAILLER ENSEMBLE TOUS LES ACTEURS

## 2. Démontrer régulièrement par la preuve qu'à plusieurs on est plus fort

*Donner envie aux acteurs de travailler ensemble, c'est prouver qu'à plusieurs on va plus loin. Cela passe par une communication intensive sur les fruits de cette dynamique collective via la réussite professionnelle de jeunes.*

### Exemple : le parcours Nazar, une réussite collective qui fédère tous les acteurs impliqués !

*« Rencontré dès ma prise de poste, Nazar a aussi été identifié par l'association le Fil à Initiatives lors des visites « cages d'escalier ». Nazar a exprimé le souhait de trouver un contrat d'apprentissage dans le secteur de l'électrotechnique. Je l'ai aidé alors à produire ses outils de recherche d'emploi et lui ai appris à chercher un poste sur internet. Nazar a aussi exprimé le besoin de s'entraîner à l'entretien d'embauche. Je l'ai donc mis en lien avec un professionnel : le responsable commercial de Nexity, entreprise située à 100 mètres de la cité.*

*Après plusieurs simulations d'entretien aux résultats probants, il en est ressorti que Nazar a de réelles difficultés d'élocution lorsqu'il fait face à une situation stressante telle qu'un entretien d'embauche. Je l'ai donc orienté vers l'association Provencedys, pour qu'il soit suivi par un phoniatre afin de corriger ce défaut. Pour maximiser ses chances de décrocher un contrat, je l'ai invité à aller s'inscrire à la permanence tenue par la Mission Locale sur le quartier afin qu'il soit positionné sur les cellules de recrutement, mais aussi vers l'association DAVEQE afin de multiplier ses chances. En parallèle, j'ai aussi envoyé sa candidature en direct à des entreprises partenaires du programme « Impact Jeunes ».*

*In fine, sa candidature a été retenue par une entreprise partenaire du programme avec, à la clé, un contrat d'un an et demi en BTS en alternance dans son secteur d'activité.*

*Le Fil à initiatives, le DAVEQE, Provencedys, la Mission locale, Nexity et moi-même avons été fiers de cet aboutissement, fruit de notre collaboration étroite et si complémentaire. »  
**Lucile Ranger, booster Saint-Mauront.***

## 3. Impliquer les jeunes, les mettre au centre d'un maximum de décisions

*« Quand il y a des jeunes présents, nous, associations, ne parlons pas de la même façon. Cela remet les choses au bon niveau et cela nous pousse à donner ensemble le meilleur de nous-mêmes. On ne peut pas, devant eux, faire la guéguerre » **Association partenaire***

*« L'engagement et l'appétit de ces jeunes nous motivent et nous poussent à donner le meilleur de nous-mêmes » **Matthieu Lesne, cofondateur du Petit ballon***

**TEXTO**

## 4. COOPERATIF : DECLOISONNE ET FAIT TRAVAILLER ENSEMBLE TOUS LES ACTEURS

### GAGNER LA CONFIANCE DE TOUS, LE NERF DE LA GUERRE

*Pour accomplir ses missions, le booster doit avant toute chose gagner la confiance de tous les acteurs : les jeunes mais aussi et surtout leurs parents, les associations et les entreprises qu'il faut fédérer pour réussir ensemble au service de la jeunesse des quartiers.*

De manière générale, quelle que soit la cible, l'équipe « Impact Jeunes » applique une règle simple et indispensable pour faire naître la confiance : « Faire ce que l'on dit et dire ce que l'on fait ».

*« On amène au pot commun une situation d'un jeune qu'on a repéré, on demande si quelqu'un le connaît, on échange. La prochaine étape c'est la Mission locale, et on convient de la bonne personne, qui le connaît, qui va l'appeler pour qu'il ne rate pas son rendez-vous Mission locale. » Julie, Booster Lauriers/Oliviers A.*

TEXTO

### AVEC LES JEUNES, LES INGRÉDIENTS DE LA CONFIANCE

*Si pour Ismail Rahaoui, la confiance régnait déjà – « Les jeunes me connaissent depuis des années. J'ai 25 ans, j'ai grandi à Tarascon, j'ai monté ma boîte et j'ai travaillé au lycée, donc, oui, beaucoup de jeunes me connaissent et me font à priori confiance » – les deux autres boosters ont dû oeuvrer pour que, petit à petit, la confiance s'installe.*

#### 1. Se mettre à la bonne hauteur

Au-delà de l'intérêt pour l'identification et le suivi des jeunes, les visites en porte-à-porte sont de vrais moments de bonheur et d'échanges pour ceux qui les vivent.

*« Il y a beaucoup d'acteurs dans l'insertion professionnelle, mais jusque-là on n'avait pas réussi à travailler ensemble. Ce qui manquait sur le territoire, c'est justement ce booster, ce chef d'orchestre avec un certain dynamisme capable de tous nous embarquer dans la construction d'un projet commun : Prépa Job »*

**Sarah Furri, Chef de service, ADDAP 13**

TEXTO

#### 2. Donner la parole

A titre d'exemple, a été mis en place avec l'association « Moderniser Sans Exclure » : une démarche d'exploration collective, qui utilise la vidéo pour favoriser l'expression et l'écoute de quelques jeunes de la cité des Lauriers concernant leur accès à l'emploi (leur vision du monde de l'entreprise, les stéréotypes, le rôle des parents, l'orientation au collège, etc).

Ce projet étalé sur trois mois a permis de tisser un vrai lien de confiance avec ces jeunes et de développer leur sentiment d'appartenance à un collectif mais aussi l'envie de devenir ambassadeur pour que les choses changent.

## 4. COOPERATIF : DECLOISONNE ET FAIT TRAVAILLER ENSEMBLE TOUS LES ACTEURS

« On est une sorte de gouvernement, en fait » lance l'un. « Et quand est-ce qu'on le montre aux entreprises, ce film ? » reprend l'autre. « Et quand est-ce qu'on va à l'Elysée ? » conclut un dernier.

De ce collectif est né toute la dynamique autour des Numéros 10 et des soirées « Ça matche ».

### 3. S'appuyer sur des jeunes « ressources »

Chaque booster est aujourd'hui entouré d'un noyau de jeunes sérieux engagés pour leur quartier, des leaders positifs qui ont un fort pouvoir d'entraînement sur les autres jeunes.

Au-delà du programme des Numéros 10 qui a pris naissance sur la cité des Lauriers, un autre noyau de jeunes leaders a également émergé grâce à l'appui du booster sur le quartier de Félix Pyat : le « Collectif 143 ».

#### Explications de Lucile Ranger, booster :

« Mohamed et Anaïs, deux jeunes du quartier, âgés de 22 et 21 ans, ayant participé aux actions « Impact Jeunes » (ateliers collectifs, motion design et concours d'éloquence), ont proposé de faire du bénévolat. Nous avons monté avec eux un programme pour les vacances puis proposé à des jeunes de réfléchir à une action qu'ils pourraient faire pour valoriser leur quartier, en contre-partie d'une sortie. Ils ont choisi d'organiser un ramassage des déchets avec les enfants du quartier sous forme de concours de collecte qui a réuni près de 80 jeunes et enfants.



Mohamed et Anaïs en participant à ce projet sont devenus en quelque sorte eux-mêmes des boosters dans leur quartier. A l'issue de cette expérimentation, les jeunes se sont rendu compte qu'ils avaient eux-mêmes le pouvoir de faire changer les choses, sans forcément passer par les associations du quartier. Ils se sont sentis davantage acteurs de leur quartier et ont décidé de monter un collectif, le « Collectif 143 », en hommage au 143 rue Felix Pyat, constitué de 10 jeunes ayant pour volonté d'améliorer les conditions de vie des habitants de la cité. Pour cela, ils se réunissent régulièrement et travaillent à organiser des après-midi jeux de société, des repas partagés et un concours des talents pour valoriser les réussites de leur quartier. »

## 4. COOPERATIF : DECLOISONNE ET FAIT TRAVAILLER ENSEMBLE TOUS LES ACTEURS

### 4. Proposer du concret et vite !

Les boosters assoient leur légitimité en démontrant aux jeunes les mises en lien qu'ils sont en mesure d'établir avec l'entreprise.

*« Pour n'importe quel jeune qui exprime l'envie de gagner de l'argent demain matin, je m'engage à ce qu'il puisse acquérir une première expérience via de l'intérim »*

**Ismail Rahaoui, booster Tarascon**

*« Quand on me parle d'emploi, je préfère que les conseils viennent de quelqu'un qui travaille vraiment dans une entreprise plutôt que ce soit par un chargé d'insertion qui n'y a jamais mis les pieds »* **Jeunes**

TEXTO

### 5. Gagner la confiance de leurs parents

Gagner la confiance des jeunes, c'est généralement gagner celle des parents. Ainsi, ces derniers sont invités aux événements liés au programme « Impact Jeunes » (le concours d'éloquence, le ramassage dans le quartier, les soirées festives...), afin qu'ils puissent fêter les réussites de leurs enfants et être au maximum en soutien.

*« Qui de mieux qu'une mère, un père ou un frère pour motiver le jeune, et l'orienter vers le bon dispositif ? Dès lors, acquérir la confiance des parents est une nécessité pour la réussite des projets que nous menons. »*

**Ismail Rahaoui, booster Tarascon**

*« Le booster est souvent en lien avec les parents pour faire de la pédagogie. Pour expliquer par exemple l'intérêt de laisser le jeune aller en stage dans une entreprise parfois éloignée du domicile familial plutôt que dans l'alimentation du coin. Ou, dans le cas du projet sur la mobilité internationale, pour souligner l'importance d'acquérir une nouvelle langue, de pouvoir s'immerger dans une nouvelle culture tout en développant des compétences citoyennes et transverses. »*

**Lucile Ranger, booster Félix Pyat**

TEXTO

## 4. COOPERATIF : DECLOISONNE ET FAIT TRAVAILLER ENSEMBLE TOUS LES ACTEURS

### AVEC LES ACTEURS ASSOCIATIFS, LES CONDITIONS DE LA LÉGITIMITÉ

*Il s'agit de faire la preuve, auprès des acteurs associatifs concernés, de la capacité du booster à mobiliser à la fois les jeunes et les entreprises.*

*« J'ai pu acquérir la confiance des différents acteurs sociaux, car j'avais celle des jeunes et ils me savent en capacité de mobiliser un grand nombre d'entre eux. En tant qu'ancien entrepreneur, j'ai aussi pu tisser quelques liens avec les entreprises des alentours de Tarascon. Ce qui m'a permis d'ailleurs d'avoir un grand nombre de jeunes placés en emploi dès le début du programme. » **Ismail Rahaoui***

TEXTO

Le booster est un allié des associations dès lors qu'il est perçu comme quelqu'un qui privilégie les besoins et l'intérêt collectif, le bien commun et non pas les intérêts particuliers.

*A cet égard, le booster aide les associations en :*

- leur orientant des jeunes (et leur évitant ainsi la phase chronophage du « sourcing »)
- les aidant dans l'ingénierie de leurs projets (appui technique, réalisation d'outils de suivi, mise en lien avec les bons partenaires, etc.)
- leur assurant un soutien financier rapide
- apportant des solutions concrètes à « leurs jeunes » (contact entreprise pour un stage ou un emploi, mise en lien avec des bénévoles, etc.)

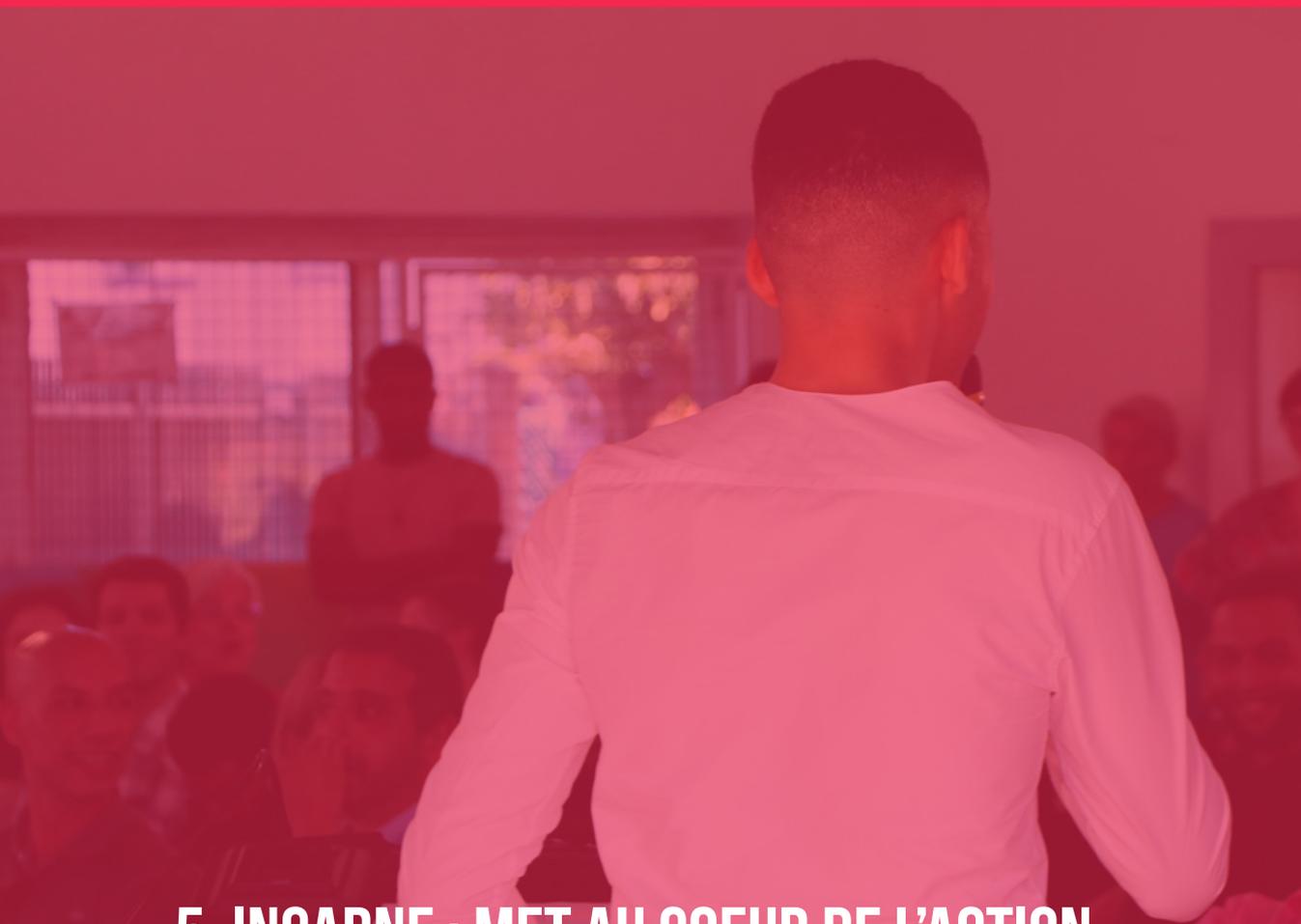
**C'est seulement u n e fois la confiance installée bilatéralement avec chaque association que la maturité coopérative est atteinte et que le booster peut envisager de fédérer les acteurs associatifs autour d'objectifs communs.**

*« Notre difficulté se situe surtout au niveau de la trésorerie, d'autant que notre statut ne nous permet pas de découvrir. On a plusieurs sources de financement ; les retards de certaines subventions nous mettent en difficulté, celle de l'Europe arrive parfois un an après. Heureusement, « Impact Jeunes » est réactif de ce côté-là et nous aide à trouver des co-financements privés en plus de ce qu'il nous alloue. »*

**Rémy, Directeur de l'Association Pilotine**

*« «Impact Jeunes» est là pour soutenir les associations du territoire dans leur travail auprès des jeunes. Ce n'est pas qu'elles le fassent mal, mais on leur donne les moyens de le faire encore mieux. C'est vrai pour les centres sociaux, les éducateurs de prévention, les médiateurs sociaux et urbains, les collèges de proximité, les lycées de secteur, les associations socio-culturelles qui sont là pour faire des ateliers recyclage avec les enfants, les cours de danse, les fraternités religieuses aussi, les associations communautaires, les commerçants... tout l'écosystème » **Lucile, Booster Félix Pyat***

TEXTO



**5. INCARNE : MET AU COEUR DE L'ACTION  
LE «BOOSTER TERRITORIAL»**

---

**IJ, 7 POINTS CLES**

# 5. INCARNE : MET AU COEUR DE L'ACTION LE «BOOSTER TERRITORIAL»

Pour servir son action en faveur de l'emploi des jeunes, « Impact Jeunes » a inventé un nouveau métier. Au cœur du réacteur, le « booster territorial » – ni éducateur spécialisé, ni chargé d'insertion professionnel – incarne l'émergence d'un chaînon manquant, pourtant complémentaire et nécessaire.

*« On avait l'ENA. Il nous faut maintenant créer l'ENB, l'Ecole Nationale des Boosters ! »*  
Yannick, Président de l'agence du service civique

TEXTO

## RÔLES ET MISSIONS

*Le booster, ce qu'il fait :*

**Sa mission, accompagner la réussite des jeunes du quartier vers l'emploi en :**

- **allant à leur rencontre** pour avoir une vision fine des besoins, envies et freins de chacun (cf chap.1)
- **les orientant** au mieux vers les solutions existantes ou en **co-construisant avec les acteurs pertinents la solution manquante** (appui à l'ingénierie du projet, mobilisation des partenaires clés, mise en lien avec des co financeurs privés, ....etc)
- **les connectant au maximum au monde de l'entreprise** (stage, emploi, découverte métiers, coaching...) (cf chap. 2 et 4)

*« Mon travail consiste aussi à trouver de bons partenaires pour pérenniser l'action de l'association Pilotine par exemple en identifiant une association dédiée à l'emploi maritime et une fondation privée soutenant l'insertion professionnelle des jeunes des quartiers. Et puis j'essaie de trouver des entreprises qui vont embaucher les stagiaires à l'issue de leur formation. Ça revient finalement à mailler l'ensemble de l'écosystème, entre les jeunes en pied d'immeubles dans le quartier, les associations qui font le suivi et les entreprises intéressées par le travail fait ici, pour qu'à terme tout ça fonctionne en autonomie. »*

Julie, booster Lauriers/Oliviers A

TEXTO

**Pivot central des acteurs locaux pour la réussite professionnelle des jeunes du quartier visé, il s'assure de la continuité de parcours d'environ 250 jeunes**

*« Dès que je sais qu'un jeune va bientôt finir son CDD, je l'appelle pour savoir où il en est et s'il a besoin d'appui pour préparer la suite. Et même si le jeune décroche un CDI, ce qui est formidable, je continue à prendre des nouvelles dans tous les cas, pour voir où il en est, si ça se passe bien via les réseaux sociaux je reste en contact »*

Ismail, Booster Tarascon

TEXTO

# 5. INCARNE : MET AU COEUR DE L'ACTION

## LE «BOOSTER TERRITORIAL»

*Le booster, ce qu'il ne fait pas :*

**Tout ce que les autres font déjà fait et mieux que lui !**

Avec une règle d'or : faire faire aux autres ce qu'ils savent faire pour apporter « du plus, de la valeur ajoutée » sur le territoire et ne pas faire doublon ou pire donner le sentiment de concurrencer le travail des autres.

Les boosters ont le souci d'agir toujours en articulation, en complémentarité avec les autres acteurs locaux

*« Je suis plus dans l'animation que dans le travail social. Les travailleurs sociaux font, eux, vraiment le boulot. Moi, je n'ai pas du tout la prétention de dire que je sais faire de l'accompagnement à l'emploi, des lettres de motivation... Le jeune, je l'accompagne, je lui dis tu vas voir untel. Après, quand il aura rencontré ces personnes-là, ces experts-là, c'est lui qui deviendra mon interlocuteur. Comme ça on ne zappe personne, on ne brûle pas les étapes. Je suis le fil rouge et à chaque fois j'intercale l'expert dans le parcours du jeune. »*

**Julie, booster Malpassé**

TEXTO

**Ainsi, le booster n'est pas un professionnel de l'accompagnement vers l'emploi des jeunes (définition du projet professionnel, appui aux techniques de recherches d'emploi...), mais oriente les jeunes vers ceux dont c'est le métier. Soit des associations qui proposent cet accompagnement intensif et en proximité vers l'emploi (ex : Massajobs, DAVEQE) et le service public de l'emploi. NB : Une ligne de conduite pas toujours facile à tenir quand les jeunes ont créé un lien de confiance avec le booster et qu'ils souhaitent être aidés par le booster et personne d'autre ou quand le temps presse et qu'il est impossible de trouver au pied levé un tiers... Une réalité encore plus affirmée dans les petites villes comme Tarascon, où la seule structure d'accompagnement à l'emploi est incarnée par une permanence d'une demijournée par semaine seulement, avec un conseiller à la disponibilité limitée.**

*«J'essaye de ne pas faire des CV et lettres de motivation mais en revanche je m'attelle à proposer des actions concrètes qui donnent au jeune le sentiment d'avancer (entretien avec un employeur, information collective, démarchage en agence d'intérim, candidature à une offre d'emploi, etc.)» Lucile, booster Felix Pyat*

### PROFIL

*Le «booster territorial» doit être neutre, empathique, habitué aux actions de terrain et familier des problématiques des quartiers. Doté de compétences spécifiques et particulièrement affûtées en termes de savoir-être (pour gagner la confiance), le booster doit connaître le monde de l'entreprise au titre d'une expérience significative, afin d'en maîtriser les codes.*

*« Je pense qu'aujourd'hui il faut avoir de l'empathie, de la compréhension envers ces jeunes qui ont tellement de difficultés déjà dès la naissance. Honnêtement, il faut vraiment être humain et prendre cette partie d'humain en charge. Il faut être compréhensif, il ne faut pas se dire aujourd'hui : les jeunes on va les placer dans telle ou telle catégorie, mais vraiment savoir lire entre les lignes, savoir être là. Certains ont juste besoin d'être écoutés, ils ne demandent pas forcément un emploi mais juste d'être écoutés. »*

**Ismail, Booster Tarascon**

# 5. INCARNE : MET AU COEUR DE L'ACTION

## LE «BOOSTER TERRITORIAL»

**Le booster est un polyglotte**, qui joue souvent un rôle de traducteur entre les différents mondes au carrefour desquels il se trouve : celui des jeunes, des institutions et des entreprises.

*« En gros dans l'industrie c'est ce qu'on appelle un facilitateur, quelqu'un qui est capable de parler et de traduire et qui permet de mettre de l'huile dans les rouages : capable de parler avec la production comme avec le bureau d'études. Là c'est un peu pareil, dans notre travail, nous on parle le langage associatif, le langage des jeunes, de la famille, on parle aussi le langage de l'entreprise. » Julie, Booster Lauriers /Olivier A*

TEXTO

**Enthousiaste, et entreprenant**, le booster doit savoir **animer et développer** une dynamique plurielle d'acteurs : habitants, acteurs sociaux, économiques, éducatifs. Tout en étant souple, voire très souple dans ses horaires de travail.

*« Pour toucher les jeunes, rien de mieux que d'aller les cueillir à la fin de leurs séances de boxe à 21h ! » Lucile, Booster Saint-Mauront*

TEXTO

### **Connaitre les jeunes du quartier, un plus...**

La proximité avec les jeunes est renforcée, par le fait que certains boosters ont eux-mêmes eu un parcours « en miroir » avec celui des publics concernés par le dispositif. Un avantage certain en termes de légitimité et de confiance « inconditionnelle » de la part des jeunes auxquels ils s'adressent.

*« J'ai ce rôle de grand frère, donc le respect des jeunes, je l'ai automatiquement. J'ai plus rien à prouver auprès de jeunes, j'ai déjà cette confiance-là. C'est un travail mine de rien, de six mois, qui m'a été épargné puisque justement j'avais déjà cette confiance-là. »*

**Ismail, Booster Tarascon**

TEXTO

...mais qui présente aussi des inconvénients

*« «Impact Jeunes» est construit autour d'une personne (le booster). C'est presque un programme personnifié. Ça peut être dangereux, si le booster part. »*

**Ismail, Booster Tarascon**

# 5. INCARNE : MET AU COEUR DE L'ACTION

## LE «BOOSTER TERRITORIAL»

**Les profils des trois boosters choisis pour les trois premiers quartiers pilotes** se distinguent des profils classiques d'intervenants sociaux. Tous ont une formation et un parcours hors normes, non linéaires. Ils n'ont pas de diplôme ni de formation de travailleur social (éducateur, conseiller en insertion sociale, assistant social...). Ils ont un niveau d'études équivalent à Bac +4/5 (école d'ingénieur, école de commerce, Master).

Les boosters sont âgés entre 27 et 30 ans. Tous ont eu **une expérience en entreprise** et c'est leur première (pour Julie) ou deuxième (pour Lucile) expérience salariée dans le secteur du social.

Julie est ingénieur (Centrale) et a travaillé 5 ans chez Airbus sur de la gestion de projet. Lucile a suivi des études en école de commerce avec une spécialisation RSE et RH et a effectué un an en entreprise.

Quant à Ismail, après deux années d'études en comptabilité, il suit une Licence AES, puis un Master en Politiques sociales. Il a monté sa propre entreprise, a été assistant d'éducation dans un lycée, à Tarascon.

Deux d'entre eux ont déjà **eu des engagements associatifs** avant de rejoindre le dispositif : Julie a été bénévole au sein de l'association Échanges phocéens qui propose du tutorat à des jeunes issus des quartiers Nord de Marseille et/ou en situation de handicap, puis présidente de l'association. Lucile s'est engagée dans l'humanitaire (elle a été professeure en école primaire au Sénégal, bénévole dans les favelas au Brésil) et bénévole dans les quartiers Nord de Marseille (notamment en service civique dans un incubateur de projets d'entrepreneuriat social).

Ils sont habités par **le même engagement à faire bouger les lignes** et à trouver des solutions pour les jeunes, et partagent le même enthousiasme à participer à « l'aventure Impact Jeunes », un projet différent, novateur et expérimental. Autre particularité, les boosters sont tous originaires de la région PACA et/ou y ont suivi des études.





**6. EFFICACE : GENERE DE TRES BONS RESULTATS  
ET FAIT ECONOMISER DE L'ARGENT PUBLIC**

---

# **IJ, 7 POINTS CLES**

# 6. EFFICACE : GENERE DE TRES BONS RESULTATS ET FAIT ECONOMISER DE L'ARGENT PUBLIC

**DEUX ANS APRÈS LE LANCEMENT OPERATIONNEL (2017),**  
*les résultats sont là :*

**1 200 jeunes** dont les besoins ont été révélés (soit 71% des jeunes des sites visés) dont 68% ne bénéficiaient jusqu'alors d'aucun suivi(1)

## **Plus de 800 jeunes touchés**

*Des profils très :*

*12% à un niveau de diplôme supérieur ou égal à bac+2, 54% avec un niveau bac ou infra, et 30% sans diplôme, 32% scolarisés ou en étude, 7% en emploi, 58% de NEETS « invisibles »*

**Plus de 435 jeunes** de 16 à 30 ans en marche vers l'emploi

- **171** jeunes en emploi à date (plus de 200 mis en emploi)
- **114** jeunes en formation
- Plus de **150** jeunes déconnectés de tout dispositif aujourd'hui remobilisés, porteurs d'un projet sur la base d'un plan d'actions

**351 collégiens** de 13 à 16 ans « connectés » avec le monde de l'entreprise : stages de 3e, visites d'entreprise, témoignages de professionnels dans les établissements...

**53% des NEETs** (ni en emploi, ni en études, ni en formation professionnelle) accompagnés par Impact Jeunes ont trouvé un emploi ou une formation

*A titre de comparaison, 42% (2) des NEETs accompagnés par la Garantie Jeunes ont trouvé un emploi ou une formation.*

**Près de 30 jeunes** – leaders positifs de leurs quartiers – engagés bénévolement aux côtés d'Impact Jeunes pour faire changer les regards sur le quartier, particulièrement en aidant les autres jeunes à réussir

**120 entreprises engagées** dans des actions Impact Jeunes (recrutement, stages, visites, témoignages...) et 18 entrepreneurs mobilisés dans le coaching de jeunes

**32 projets financés et co-construits** avec les associations du territoire pour accompagner les jeunes vers l'emploi

<sup>1</sup>Parmi les jeunes dont la situation pouvait justifier un suivi au titre de l'insertion  
<sup>2</sup>Source : DIRECCTE PACA 2018

## 6. EFFICACE : GENERE DE TRES BONS RESULTATS ET FAIT ECONOMISER DE L'ARGENT PUBLIC

**Impact Jeunes en permettant un retour à l'emploi, en étude ou un placement en formation de 127 NEETS a permis d'économiser 548 185€ à la société.**

### ***Coût annuel d'un NEET :***

Selon une étude européenne, un NEET coûte 12 748 euros par an à la société

### ***Budget total d'« Impact Jeunes » dédié aux NEETs sur deux ans :***

Le coût d'un NEET dans « Impact Jeunes » est de 4 737 euros sur deux ans.

### ***Seuil de rentabilité d'« Impact Jeunes »***

Coût total IJ/coût d'un NEET = 1 070 811/12 748 = 84 jeunes

« Impact jeunes » créera de la valeur en amenant 84 NEETs (42 par an) à reprendre une scolarité, formation ou un emploi

### ***Le programme a permis à 127 NEETs de devenir non-NEETs.***

On suppose que si ces jeunes n'avaient pas été touchés par « Impact Jeunes », ils seraient restés NEET pendant un an. Ils auraient donc coûté à la société :  $127 * 12\,748 = 1\,618\,996 \text{ €}$

### ***Coûts évités***

On soustraie le manque à gagner évité (les 127 jeunes devenus non-NEETs) et les dépenses engagées par « Impact Jeunes » depuis deux ans.

$1\,618\,996\text{€} - 1\,070\,811\text{€} = 548\,185\text{€}$

**CHIFFRES**

*Ce coût évité doit être pris comme un ordre de grandeur au regard des limites et hypothèses posées (cf en annexe le détail).*



**7. INSPIRANT : INFUSE LE DROIT COMMUN  
ET SE DUPLIQUE AILLEURS**

---

**IJ, 7 POINTS CLES**

# 7. INSPIRANT : INFUSE LE DROIT COMMUN ET SE DUPLIQUE AILLEURS

L'hyper proximité, le sur-mesure, le circuit court avec l'entreprise, mais aussi l'accompagnement étroit des associations dans la construction de projets : « Impact Jeunes » invite à la réflexion et met en mouvement les acteurs publics, privés et associatifs.

## Evolution des acteurs publics et associatifs

### A TARASCON

*Le booster a mis en place avec le service public à l'emploi et les acteurs sociaux des réunions multi-acteurs mensuelles.*

#### Objectif

Faire le point sur les avancées de chacun, partager les remontées terrain et trouver des solutions pour des cas particuliers de jeunes. Une feuille de route mensuelle est établie à la fin de chaque séance.

*« Grâce à ces réunions, le suivi des jeunes est beaucoup plus « fluide » entre les différents acteurs. Les membres de ces réunions font un point sur certains cas et nous pouvons ainsi trouver des solutions sur-mesure pour chaque jeune. De plus, le message véhiculé à chaque jeune par les différents acteurs est le même, ce qui leur permet d'avoir une connaissance beaucoup plus claire des différents dispositifs existants et d'éviter toute ambiguïté. »*  
*Ismail, booster Tarascon*

TEXTO

La collaboration avec le booster de Tarascon a amené le service public à l'emploi à s'emparer de certaines modalités de fonctionnement d'« Impact Jeunes » :

- s'adapter aux horaires des jeunes en changeant leurs horaires d'inscriptions (l'après-midi et non le matin) ;
- s'appuyer sur un jeune en service civique de Tarascon pour accueillir les jeunes
- être présent sur Snapshot
- plus de « hors les murs », d'« aller vers »

*Avec la Mission locale, les éducateurs Addap13 et les médiateurs du centre social TEEF, le booster a organisé une action « Chich' emploi ». Divisés en plusieurs groupes, ils ont sillonné la ville à la rencontre des jeunes et les ont rencontrés dans les différents quartiers de Tarascon, dans le stade de la ville, dans des bars à narguilé, à la sortie du lycée et dans bien d'autres endroits insolites. Cette action leur a permis de présenter la Mission locale, ainsi que les différentes offres d'emploi et de formation existante.*

VÉCU

# 7. INSPIRANT : INFUSE LE DROIT COMMUN ET SE DUPLIQUE AILLEURS

- changer les modalités de recrutement au profit des tournois de l'emploi
- organiser des visites d'entreprises en-dehors du département
- raccourcir le circuit vers l'emploi.

*« Dès le début de ma mission, j'ai essayé de transmettre le message suivant : les jeunes n'ont pas la même notion de temps que le service public à l'emploi. En effet, la perte de confiance dans ce dispositif est en partie due à cette notion de temps qui est différente entre les acteurs sociaux qui ont besoin de construire un parcours pour le jeune et les jeunes qui veulent un salaire immédiatement.*

*Mon but était dès lors de travailler avec le service public à l'emploi pour privilégier la théorie de l'emploi d'abord. Cette théorie permet aux jeunes d'être placés rapidement dans un emploi (même alimentaire) et de continuer à le suivre et construire son projet professionnel.»* **Ismail, booster Tarascon**

TEXTO

## A MARSEILLE

**A Félix Pyat**, on note une nette évolution dans les habitudes de travail entre les éducateurs et les acteurs de l'emploi qui, dans l'action, notamment dans le cadre du projet Prépajob (cf chapitre 3) ont bien saisi les compétences de chacun et l'intérêt à travailler plus et mieux ensemble.

**Aux Lauriers**, grâce à la mise en place des visites en porte-à-porte, les associations du quartier (ADDAP, Régie Service 13, Massajobs) ont pu elles aussi, dans l'action, apprendre à se connaître et ensemble définir la bonne méthodologie, la bonne posture pour recenser de manière fine les besoins des jeunes.

*« Les visites en porte à porte mises en place dans le cadre du Programme Impact Jeunes ont permis de véritablement changer la façon de travailler des acteurs associatifs du quartier de Malpassé : la régie Service 13, l'ADDAP, Masssjobs... Cela a apporté un vrai apport méthodologique »* **Mathilde Combe, Chargée Politique de la Ville, Métropole Aix-Marseille**

TEXTO

## A PARIS, AU NIVEAU NATIONAL

Le Comité de pilotage du PIA jeunesse, lors de notre rencontre en avril 2018, a affirmé que l'expérimentation « Impact Jeunes » avait nourri la construction du cahier des charges du Plan d'Investissement Compétences du Gouvernement (un appel à projet doté d'une enveloppe de 200 M€ lancé en juin 2018).

# 7. INSPIRANT : INFUSE LE DROIT COMMUN ET SE DUPLIQUE AILLEURS

## DANS LES HAUTS DE FRANCE

Suite à deux rencontres en 2018, la Fondation des Possibles - fondation fédérant 22 entreprises engagées au service des jeunes via des programmes pour l'emploi et l'innovation sociale en mobilisant 3 M€ sur 5 ans, des salariés et des moyens RH - a décidé d'essaimer en septembre de la même année la méthodologie « Impact Jeunes » dans les Hauts-de-France sur le quartier de Hem (Roubaix) avec le recrutement d'un booster.

Fort des résultats de cette expérimentation dans ce premier quartier, la Fondation des Possibles et le Groupe Vitamine T vont étendre le dispositif à **six autres territoires du Nord de la France à travers l'embauche de six nouveaux boosters.**

Une extension financée grâce au Plan d'Investissement Compétences (cf le projet Dest1 porté par Vitamine T)

*Plus d'infos sur la Fondation des possibles : <http://lafondationdespossibles.com/59>*

## DEMAIN, IMPACT JEUNES, UNE DUPLICATION DANS LES BOUCHES DU RHÔNE À PARTIR DE 2020

Si « Impact Jeunes » se fixe pour objectif de pérenniser la dynamique dans les trois cités pilotes, le Programme a vocation à se dupliquer dans trois nouveaux territoires en 2020 afin de :

- maximiser les chances de réussite avec des territoires qui combinent tous les facteurs clés de succès
- toucher de nouvelles entreprises et de nouveaux donateurs situés à proximité de ces sites
- atteindre une masse critique (6 territoires en 2020) et donner ainsi une plus grande résonance régionale et nationale au programme

*A cet effet un appel à manifestation d'intérêt a été lancé : voir [impact-jeunes.org](http://impact-jeunes.org)*

## PRINCIPES D'ESSAIMAGE

### **Essaimer prioritairement dans les Bouches-du-Rhône afin de :**

- faciliter l'échange de pratique entre les six boosters (3 actuels + 3 nouveaux)
- capitaliser sur la connaissance acquise les trois premières années quant à l'offre pléthorique de dispositifs existants
- s'appuyer sur les nombreux contacts tissés auprès des entreprises, des associations et des institutionnels

**Promouvoir un processus de sélection des territoires ascendant, où ce sont les territoires qui choisissent « Impact Jeunes » et non l'inverse.** Parce que c'est la seule et unique manière de favoriser l'adhésion des acteurs et de maximiser les chances d'une vraie dynamique collective en faveur des jeunes.

# 7. INSPIRANT : INFUSE LE DROIT COMMUN ET SE DUPLIQUE AILLEURS

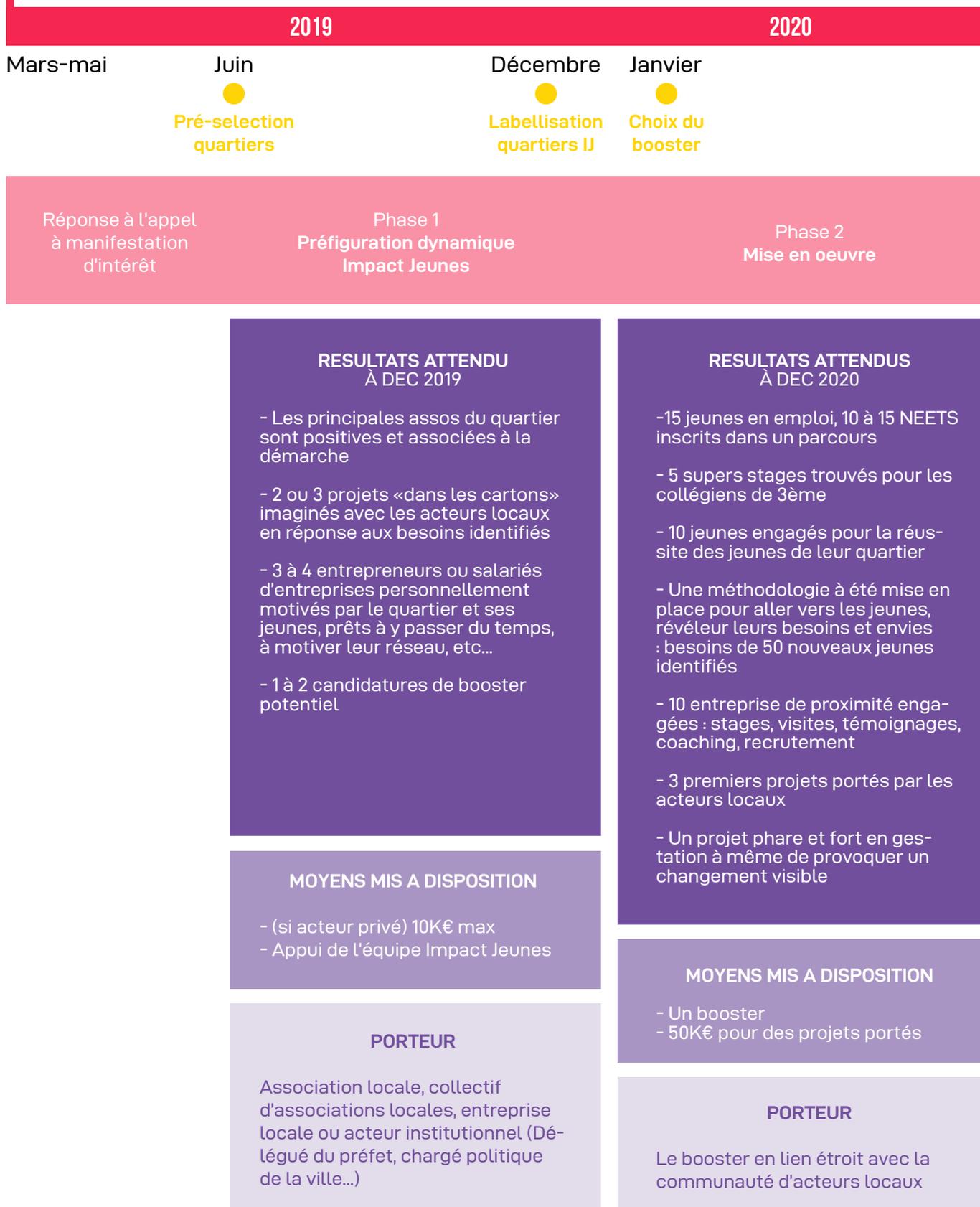
## LES CRITERES DE SÉLECTION DES QUARTIERS

Pour favoriser l'essaimage du programme dans les QPV des Bouches-du-Rhône, plusieurs conditions préalables doivent être réunies.

- **Une concentration des moyens à une échelle micro et humaine pour maximiser l'effet de contagion positive en proximité.** Entre 800 et 1 500 jeunes de 13 à 30 ans
- **Une urgence à agir.** Fort taux de chômage des jeunes, nombreux besoins non couverts, etc.
- **Un écosystème à potentiel.** Bassin d'emploi à proximité (moins de 10km), entreprises à proximité immédiate (pour implication opérationnelle : stage, coaching, etc.), autres (universités, écoles de commerce, etc.)
- **Une envie affirmée des principaux acteurs** associatifs et institutionnels du territoire de bénéficier de la dynamique « Impact Jeunes »
- **Un nombre suffisant d'acteurs locaux motivés par la construction de nouveaux projets**

# 7. INSPIRANT : INFUSE LE DROIT COMMUN ET SE DUPLIQUE AILLEURS

## PROCESSUS DE SÉLECTION DES TERRITOIRES ET MISE EN ŒUVRE DE LA DYNAMIQUE



# 7. INSPIRANT : INFUSE LE DROIT COMMUN ET SE DUPLIQUE AILLEURS

## QUEL FINANCEMENT ?

Financé jusqu'en 2019 par le Programme d'Investissement d'Avenir Jeunesse, « Impact Jeunes » doit dès aujourd'hui envisager de nouveaux financements, publics et privés, pour pouvoir pérenniser la belle dynamique amorcée sur les trois quartiers pilotes afin de la développer sur de nouveaux territoires à partir de 2020.

### UN INVESTISSEMENT ANNUEL PAR SITE D'ENVIRON 150K€

#### 70K€ pour

- soutenir toutes les actions du booster
- les appuis transverses : coordination, gestion administrative et financière, communication

#### 80K€ pour soutenir les projets montés avec les acteurs associatifs ou économiques

- les « projets sur-mesure », des réponses aux besoins identifiés :

*exemples : cours d'éloquence, parcours mobilité internationale...*

- des formations courtes et innovantes co-construites avec les filières attractives et porteuses du territoire

*exemples : projet Fibre optique, projet Moovida*

- des projets phares permettant de changer le regard sur le territoire

*exemple : Au Lauriers, un projet autour de la réalisation de fresque street art monumental est en cours pour que cette citée devienne la plus belle vitrine de street Art de Marseille*



**ANNEXE EN PJ**

---



 [IMPACT-JEUNES.ORG](https://www.impact-jeunes.org)

 [NATHALIE.GATELLIER-VIGNALOU@APPRENTIS-AUTEUIL.ORG](mailto:NATHALIE.GATELLIER-VIGNALOU@APPRENTIS-AUTEUIL.ORG)

 06 17 96 62 28

---

# CONTACTS

