



**MINISTÈRE  
DU TRAVAIL,  
DU PLEIN EMPLOI  
ET DE L'INSERTION**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

**Plan d'investissement  
dans les compétences**

# Repérer les « invisibles »

**Guide de capitalisation n°1**



# Repérer les « invisibles »

Ce guide est édité par  
**le ministère du Travail, du Plein emploi et de l'Insertion,**  
**Haut-commissariat aux compétences.**

Contenus élaborés par  
**le Groupement Itinere Conseil – Geste – Orseu,**  
à partir des contributions des lauréats ayant témoigné de leur expérience  
et avec l'appui du Haut-commissariat aux compétences.

Conception  
**Vraiment Vraiment**

# Repérer les « invisibles »

Ce guide documente un ensemble de bonnes pratiques en matière de repérage des publics dits « invisibles », qui ne franchissent pas ou plus le seuil du service public de l'emploi. Ces pratiques sont celles d'acteurs lauréats des appels à projets « Repérer et (re) mobiliser les publics invisibles » et « 100 % Inclusion, la fabrique de la remobilisation » du Plan d'investissement dans les compétences.

Les 7 guides de la collection forment un tout, éclairant des composantes essentielles de parcours vers la formation ou l'emploi : repérage des personnes, remobilisation, reconnaissance des compétences par des voies adaptées, mobilisation des entreprises, etc. Réalisés à partir de l'analyse d'un vivier de plus d'une centaine de projets ou actions, ces guides témoignent des réalisations les plus significatives à ce stade et s'efforcent de les organiser en grands groupes de pratiques. Ils ne prétendent pas établir un relevé exhaustif ou définitif de bonnes pratiques sur chaque thème, mais proposent un cadre analytique susceptible d'aider à en détecter et en enregistrer d'autres à l'avenir. À vous de vous approprier ces éléments et de les enrichir !

Structuré en deux parties, chaque guide permet deux types d'usages :

→ Vous souhaitez un aperçu rapide des différents groupes de pratiques repérés sur le thème et connaître les enseignements qui en sont tirés, rendez-vous **partie 1**.

→ Vous préférez entrer dans le sujet à travers des exemples de mise en œuvre, rendez-vous **partie 2**, pour un catalogue de bonnes pratiques.

# Préambule

**Les politiques publiques en matière d'insertion professionnelle ont longtemps eu pour principal défi de savoir répondre de manière différenciée à une diversité de publics** suivis par le service public de l'emploi (Pôle emploi, Cap emploi, missions locales), soit une diversité de besoins et de « freins à l'emploi ». Un jeune sans qualification ni expérience n'a pas les mêmes difficultés qu'une personne réfugiée maîtrisant peu la langue française, qu'une femme revenant sur le marché du travail suite à un temps dédié à l'éducation de ses enfants ou qu'un ouvrier licencié après avoir passé 30 ans dans la même entreprise. Sans minorer aucunement cet enjeu de la différenciation des accompagnements et des dispositifs d'aides au retour à l'emploi, la situation actuelle oblige à considérer **un défi assez nouveau (de par ses proportions ?) et tout aussi considérable : celui de repérer et d'atteindre des publics en situation de décrochage par rapport à la formation ou l'emploi, mais qui ne franchissent pas ou plus le seuil du service public de l'emploi**. On parle alors de publics « invisibles », parce qu'ils évoluent en dehors des radars des acteurs publics de l'emploi, en marge de dispositifs d'accompagnement auxquels ils pourraient pourtant prétendre.

Les jeunes cumulant les difficultés sont particulièrement sujets à cette « invisibilisation ». Et l'on sait que la crise sanitaire n'a fait que renforcer la spirale du décrochage. Aujourd'hui, l'insertion sur le marché du travail des jeunes est souvent plus tardive. Elle se fait sur un temps de plus en plus long (jusqu'à 30 ans) et suit rarement un chemin linéaire. Le parcours d'insertion est jonché d'expériences diverses, positives (un CDD, un stage, du bénévolat) et négatives (décrochage scolaire, rupture familiale,

problèmes de santé, fin de CDD, fin de mission d'intérim, etc.). Si les difficultés se conjuguent, il n'est pas rare que les individus disparaissent des radars institutionnels : les jeunes en échec ne reviennent plus à l'école et ne passent pas leurs diplômes, ne s'inscrivent plus à la mission locale, ne répondent plus aux convocations de Pôle emploi car ils ne peuvent pas justifier leur recherche d'emploi, se méfient des stages en entreprises de peur de ne pas y trouver leur place ou renoncent à tout un pan de la vie sociale car elle leur renvoie une image dévalorisée d'eux-mêmes. Certains se réfugient dans les jeux virtuels ou la solitude. Progressivement, ces jeunes renoncent à être accompagnés et, plus largement, renoncent à leurs droits. Certains trouvent d'autres formes de valorisation, dans la marginalisation ou la délinquance.

**Comprendre ces mécaniques de décrochage et l'accumulation de difficultés pouvant amener des personnes à décrocher est essentiel. Y pallier par des actions spécifiques visant le repérage et la remobilisation des publics par des voies qui leur soient adaptées constitue un enjeu majeur de politiques publiques, indispensable pour atteindre un objectif de plein emploi.**

Deux appels à projets financés dans le cadre du Plan d'investissement dans les compétences ont permis d'explorer les champs spécifiques du repérage et de la remobilisation ou réassurance de publics en grande difficulté. **L'appel à projets « Repérer et mobiliser les publics invisibles et en priorité les plus jeunes d'entre eux » du Plan d'investissement dans les compétences (PIC)** finance depuis 2019 des projets innovants destinés à « aller vers » les publics hors de tout radar institutionnel, ceux

qui ont décroché, puis à les remobiliser à travers notamment des activités ludiques, sportives et/ou culturelles. **L'appel à projets « 100 % Inclusion, la fabrique de la remobilisation » du PIC** finance, depuis 2019 également, des projets de parcours sans couture jusqu'à l'emploi, qui débutent par une étape essentielle : aller vers les publics « invisibles », pour les faire revenir vers ces parcours d'accompagnement sur mesure.

Ce guide se concentre sur les pratiques développées par les acteurs de terrain en matière de repérage, sans aborder la question clé de la remobilisation des personnes, et de la continuité de leur parcours, une fois celles-ci repérées. La richesse des pratiques expérimentées par les lauréats dans le cadre des différents appels à projets du PIC, en matière de repérage des publics d'une part, de remobilisation et de réassurance d'autre part, et de parcours sans rupture, justifie le choix de traiter de ces différents volets dans trois guides séparés ([guides de capitalisation n°1, 2 et 3](#)). Il va cependant de soi que **des actions de repérage ne se suffisent pas à elles-mêmes et sont même susceptibles de renforcer la spirale de défiance, de découragement et d'échec, si l'on ne parvient pas à « raccrocher » durablement les personnes repérées à des solutions ou parcours qui leur sont adaptés**. Les différents guides sont ainsi à aborder de concert, chacun éclairant une composante importante de parcours d'inclusion visant les publics les plus en difficulté.

Terminons ce préambule sur un point d'attention, qui donnera l'idée de « l'épaisseur » de l'enjeu et du renouvellement de posture appelé par cette problématique du repérage des « invisibles ». On mobilise fréquemment les termes « d'aller vers »

pour pointer le type de réponses attendues à cette problématique. Les intervenants sont invités à « sortir des murs » de la mission locale ou de l'agence Pole Emploi, pour « aller vers » les publics.

**Allers vers les « décrocheurs » du système signifie communément aller les rencontrer là où ils sont, aux heures qui sont les leurs (et ce peut être le soir ou le week-end!). Cela passe par un travail avec un ensemble de partenaires de proximité** (clubs sportifs, commerçants, associations de résidents, bailleurs sociaux, CCAS, familles et pairs, etc.), en vue de s'assurer d'une dynamique territoriale positive et d'un maximum de relais (un commerçant de proximité jouant le rôle de sourceur, un ancien du quartier servant de rôle modèle, etc.), comme on le verra documenté dans ce guide. Mais cela ne suffit pas.

**Aller vers les « décrocheurs » du système, et en particulier vers les plus jeunes, signifie également repartir de leurs quotidien et attentes, de ce qu'ils valorisent (immédiateté, débrouillardise, entraide, respect d'un ancien, pratique sportive, jeux vidéo, etc.) et de ce qui les valorisent**, plutôt que de compétences qu'ils n'ont pas, ou de « solutions » pensées sans eux. Cela suppose l'appropriation de nouveaux codes et la présence dans des cadres non formels, bas de tours, parvis de gare, terrain de sport ou cinéma par exemple. L'enjeu est d'engager autrement une relation aux « bénéficiaires », en évitant de reproduire ce qui les a précédemment mis en échec (et génèrent des stratégies d'évitement décrits par les acteurs de terrain) et en encourageant au maximum l'expression de soi et la contribution. Plusieurs pratiques illustrées



---

dans ce guide, ainsi que dans les guides n°2 > (Remobiliser les décrocheurs de l'emploi et de la formation), n°4 > (Faire une nouvelle place aux « bénéficiaires ») ou n°7 > (Inclure par le sport) en donneront l'idée.

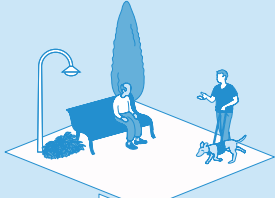
L'accompagnement des intervenants, l'investissement dans des outils (cartographie partagée des acteurs et ressources, services numériques « orientés utilisateurs »...) et, plus encore, dans la formation des intervenants à de nouvelles postures

et de nouveaux gestes professionnels devient, dans cette perspective, un facteur décisif pour la réussite des projets. **Certains lauréats n'hésitent pas à parler d'un « nouveau métier »** (qu'on le nomme « sourceur » ou autrement), sollicitant une combinaison de compétences spécifiques.

Nulle recette unique au final, mais une diversité de « bonnes pratiques » repérées à ce stade, en réponse au défi que posent aux acteurs de droit commun ceux qui leur sont « invisibles ».

---

# Sommaire

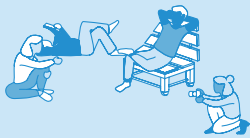


## Repérer les « invisibles »

1 Maraude dans les espaces publics



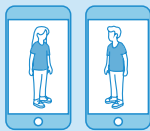
2 Porte-à-porte



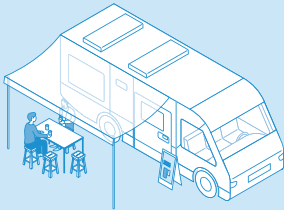
3 Repérage par les pairs



4 Utilisation d'un tiers-lieu



5 Usage des réseaux sociaux



6 Repérage des publics avec un camion, bus ou véhicule aménagé



7 Repérage via des acteurs de proximité



8 Repérage lors d'évènements culturels, sportifs ou festifs

Sources et méthode

**Partie 1**  
**Panorama**

**Partie 2**  
**Bonnes pratiques**

12

27

30

33

37

40

42

46

26

54

55



# Partie 1

# Panorama

## 1

## Quels sont les principaux acteurs mobilisés pour repérer les personnes dites « invisibles » ?

**Les projets de repérage de personnes « invisibles » sont principalement portés par quatre catégories d'acteurs :**

- Des acteurs du champ de l'insertion sociale et professionnelle des publics éloignés de l'emploi (ex : missions locales, parfois associées à des maisons de l'emploi, PLIE, associations locales d'insertion) ;
- Des collectivités locales (Conseils départementaux, communautés d'agglomération, communautés de communes) ;
- Des acteurs du champ social et médico-social (gestionnaires d'établissements médico-sociaux, associations intervenant dans le champ de la santé, associations d'accès aux droits, protection de l'enfance, prévention spécialisée...);
- Des acteurs du champ de l'éducation populaire et des centres sociaux / socioculturels.

Dans la plupart des projets, le porteur n'est pas implanté sur les territoires visés ou n'a pas accès au public ciblé. Il s'appuie donc sur des **partenaires de proximité** pour optimiser le repérage, via le signalement de situations de personnes et/ou la diffusion d'informations, par exemple :

- des associations caritatives (Croix-Rouge, Banque alimentaire, Secours populaire, Secours Catholique ou Restos du Cœur, en première ligne pour répondre aux besoins de première nécessité des personnes en situation de précarité financière et souvent d'isolement social) ;
- des associations de proximité, comme des clubs sportifs, des centres sociaux, des régies de quartier, des associations autour du jeu (de société, vidéo) ;
- des élus locaux ;

→ ou des acteurs, plus atypiques pour jouer ce rôle, tels que des commerçants, la SNCF, des policiers municipaux, des cinémas, des lieux de prévention santé...

**La plupart du temps, l'activité de repérage repose sur une dynamique partenariale et pluridisciplinaire.**

Les professionnels en première ligne dans la fonction de repérage ont souvent des **profils de conseillers en insertion professionnelle ou d'éducateurs** (de rue, de prévention, spécialisés).

→ Lorsque le repérage est effectué par des **conseillers en insertion** (dans le cas des missions locales en particulier), cela permet de commencer l'accompagnement et d'instaurer un lien de confiance qui ne se perdra pas, puisque le jeune n'aura pas nécessairement à changer d'interlocuteur lorsqu'il entrera en parcours de (re)mobilisation. Cela suppose aussi que ces conseillers apprennent de nouvelles manières de travailler, « hors les murs » et en « allant vers », auxquelles ils sont peu habitués et le plus souvent pas ou peu formés.

→ Tel n'est pas le cas des **éducateurs de rue, de prévention ou spécialisés** qui ont l'habitude du contact dans l'espace public et des situations particulièrement dégradées (personnes à la rue, sortants d'instituts médico-éducatifs, etc). Ces éducateurs vont repérer des situations problématiques en vue d'une insertion professionnelle (jeunes sans logement, en conflit familial, victimes d'addiction, etc.), qui nécessitent d'être réglées en amont de toute démarche d'emploi, tout en posant des jalons pour préparer la phase ultérieure, ainsi que les prémices d'un « parcours ».

---

→ Enfin, certains projets misent sur le **repérage « par les pairs », les familles, l'entourage**. Certains jeunes sont notamment désignés « ambassadeurs » pour faire connaître les structures et toucher d'autres jeunes de leurs connaissances : ce sont généralement des jeunes en Service civique, disposant d'un réseau de connaissances, ou des jeunes bénévoles.

**Les activités de repérage s'appuient aussi dans nombre de projets sur une pluridisciplinarité**, une complémentarité de compétences qui passe par des équipes mixtes (formations et fonctions) ou des partenariats entre structures différenciées. Cette mixité dans les équipes permet d'impulser une dynamique plus complète et diversifiée. En décloisonnant les pratiques et en partageant leurs savoir-faire, les membres d'équipes pluridisciplinaires de repérage multiplient les chances de ne laisser aucun invisible hors regard.

Des binômes se retrouvent ainsi dans plusieurs projets, pour effectuer des déambulations en milieu urbain ou rural. Ces équipes sont mises en

place lorsque les maraudeurs sont issus de cultures professionnelles diversifiées (de l'insertion sociale ou professionnelle, de la prévention spécialisée ou de la médiation) ou lorsque des événements sont organisés pour repérer des publics, par exemple avec des coachs ou des animateurs sportifs.

Il est indispensable de créer de bonnes règles de fonctionnement entre ces acteurs, en matière de posture, d'organisation de l'accompagnement, de présentation de l'offre de service, etc. **La prévention spécialisée, notamment, apporte une expertise en matière de travail de rue et de connaissance du milieu urbain.**

Cette pluridisciplinarité a conduit à conduit des équipes à concevoir le travail de repérage comme un « nouveau métier », nécessitant une formation et des outils adaptés. Nommé « sourceur » ou « conseiller relais territoires » par exemple, il implique une combinaison de compétences, empruntant à celles du médiateur, de l'éducateur spécialisé ou du conseiller en insertion professionnelle, en particulier.

---

## 2 Qui sont les publics visés par les projets ?

**Les publics visés par l'appel à projets « Repérer et mobiliser les publics « invisibles » et en priorité les plus jeunes d'entre eux ».**

L'appel à projets vise les publics dits « invisibles », qui ne sont pas accompagnés par le service public de l'emploi (Pôle emploi, mission locale, Cap emploi), prioritairement les jeunes de moins de 30 ans, ni en emploi, ni en formation, ni en études, et les personnes peu ou pas qualifiées (niveau de formation inférieur au Bac).

Il vise prioritairement les personnes très éloignées de l'emploi, « hors radars » des institutions publiques, du fait de différents facteurs (illettrisme, isolement social, handicap reconnu ou non, sans

domicile fixe, personnes avec des pratiques addictives, économie informelle, rejet des institutions...).

**Quelques données relatives aux bénéficiaires des projets, à fin 2021 :**

→ 83 700 personnes « repérées ». Seuls le genre et l'âge sont connus pour les publics « simplement » repérés.

→ Parmi elles, 50 700 ont commencé une action de (re)mobilisation, quelle qu'elle soit, soit 58 % des personnes repérées acceptant de poursuivre le dialogue. Davantage de caractéristiques sont connues pour ces personnes dites « (re)mobilisées ».

Principales caractéristiques	Répartition... (sur base des renseignés)	
Femmes	41 %	... des personnes « repérées »
Hommes	59 %	
16-17 ans	16 %	
18-25 ans	73 %	
26-29 ans	6 %	
Autres (moins de 16 ans / 30 ans et plus)	6 %	
Décrocheurs scolaires	30 %	... des personnes « repérées, puis (re)mobilisées »
Résidents en quartier prioritaire de la politique de la ville	30 %	
Résidents en zone de revitalisation rurale	9 %	
Personnes en situation de handicap	4 %	
Niveaux de formation validé Bac et infra	91 %	
dont niveaux 1 et 2	44 %	
dont niveaux 3 et 4	56 %	



### Les publics visés par l'appel à projets « 100 % inclusion, la fabrique de la remobilisation »

L'appel à projets vise les jeunes et demandeurs d'emploi vulnérables, en difficulté d'insertion professionnelle, et prioritairement les personnes peu qualifiées (en deçà du certificat d'aptitude professionnelle, du brevet d'études professionnelles ou du diplôme national de brevet, en situation d'exclusion numérique) habitant les quartiers de la politique de la ville ou des zones rurales.

Afin de favoriser la mixité des profils au sein des groupes de personnes prises en charge, les parcours

100 % Inclusion peuvent également s'adresser aux demandeurs d'emploi de très longue durée, aux bénéficiaires du RSA, aux bénéficiaires d'une protection internationale et, plus généralement, à toute personne en grande difficulté d'insertion professionnelle, quel que soit leur lieu de résidence ou leur niveau de qualification.

### Quelques données relatives aux bénéficiaires des projets, à fin 2021 :

→ 20 000 personnes ont été repérées puis accompagnées par les lauréats de cet appel à projet.

Principales caractéristiques	Répartition des bénéficiaires (sur base des renseignements)
Femmes	43 %
Hommes	57 %
Moins de 26 ans	52 %
Moins de 30 ans	63 %
30 ans et plus	37 %
Résidents en quartier prioritaire de la politique de la ville	37 %
Résidents en zone de zone de revitalisation rurale	6 %
Personnes en situation de handicap	10 %
Parents isolés	7 %
Réfugiés	3 %
Niveaux de formation validé Bac et infra	86 %
Dont niveaux 1 et 2	37 %
Dont niveaux 3 et 4	63 %

### L'analyse qualitative des publics bénéficiaires des deux appels à projets, Repérage et 100 % Inclusion.

Ils se répartissent, schématiquement et sans exhaustivité, selon deux axes :

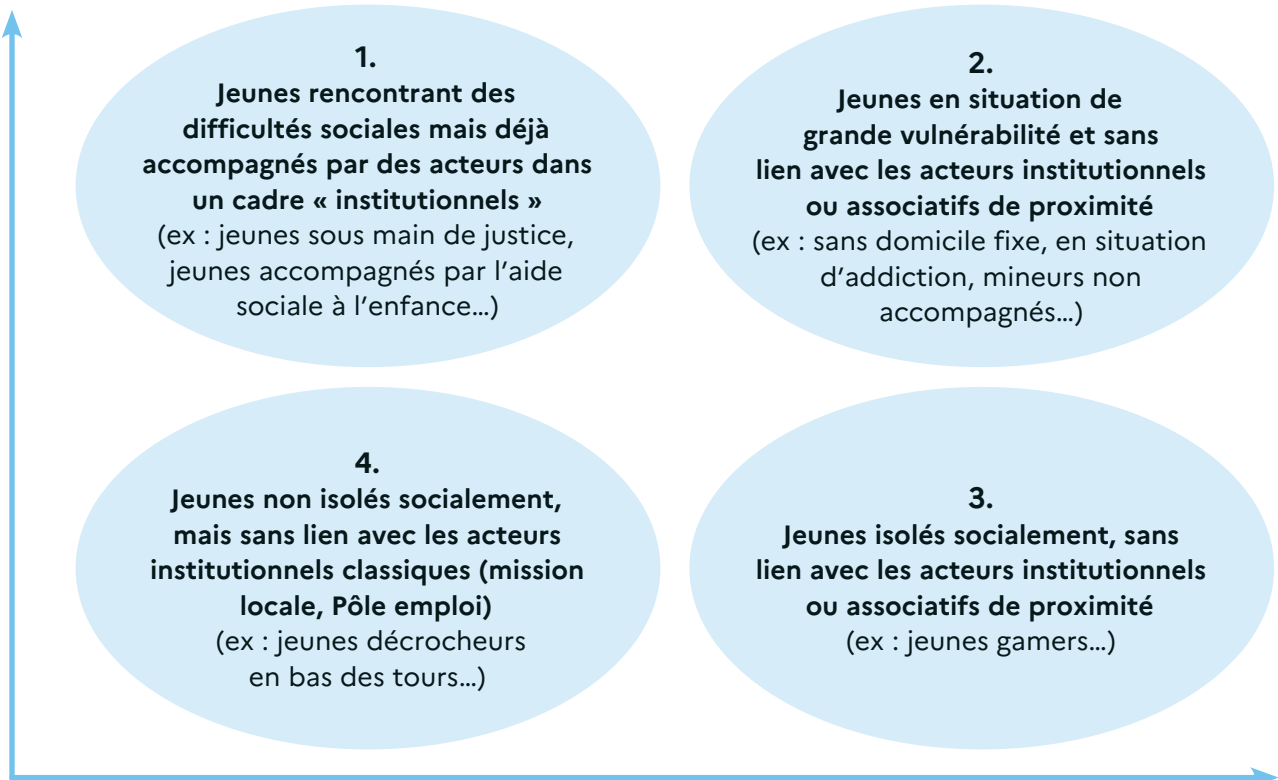
→ **Un axe de plus ou moins grand isolement et distance aux institutions, quelles qu'elles soient (service public de l'emploi, école, structures sociales...).** Les facteurs de cet isolement ou distance aux institutions peuvent bien sûr être de nature géographique (dans un certain nombre de zones rurales, la question de l'accessibilité des structures d'accompagnement joue fortement). Dans la plupart des cas cependant, un grand nombre d'autres facteurs sont en jeu : défiance vis-à-vis des institutions suite à des échecs trop nombreux, évolution dans l'économie informelle, addictions de quelque nature qu'elles soient (drogues, alcool,

jeux vidéo), santé fragilisée, charge précoce de famille, etc. (cf. également axe suivant)

→ **Un axe de plus ou moins grand cumul de difficultés :** précarité financière ; précarité face au logement ; santé fragilisée (certains jeunes ayant pu traverser des situations de grande pauvreté ou de violence familiale) ; handicap avéré, parfois sans qu'aucune démarche de reconnaissance officielle n'ait été engagée ; addictions plus ou moins récentes ; problématique d'illettrisme et d'illectro-nisme ; absence de diplôme ; difficulté à se projeter ; absence de réseaux et de connaissance des codes professionnels (que l'environnement immédiat ne peut transmettre, la famille ou les proches vivant souvent dans la même situation d'exclusion) ; freins cognitifs ; faibles pratiques de mobilité ; charge précoce de famille, outre des freins d'ordre culturel importants pour une partie du public féminin ; etc.

Plusieurs types de situations peuvent ainsi être distingués :

Rupture appréhendée  
en terme de cumul  
de difficultés



Rupture appréhendée en terme d'isolement  
ou de distance aux institutions

**L'analyse des projets à l'aune de ces deux dimensions tend à montrer que la notion de personnes « invisibles »<sup>1</sup> est diversement appréhendée selon les acteurs.** Le terme renvoie cependant toujours à une **situation d'isolement de la personne ou de distance aux institutions** qui, elle-même, est plus ou moins marquée selon le type de structures auquel il est fait référence (service public de l'emploi, école, structures sociales).

Les « invisibles » sont marqués par un plus ou moins grand cumul de difficultés. **Suivant cette seconde dimension**, les caractéristiques des publics bénéficiaires diffèrent : jeunes sans domicile fixe ou squatters, en situation d'addictions (drogue, alcool, jeux vidéo), migrants, gens du voyage, en situation d'illettrisme, victimes de violence ou de harcèlement, en situation de handicap, femmes, etc.

- **Catégorie 1** : ce sont des jeunes qui cumulent les difficultés, accompagnés plus ou moins régulièrement ou plus ou moins intensément par les acteurs du social, du médico-social, de la solidarité ou de la santé. Ils fréquentent des associations caritatives, communautaires ou de proximité (aide alimentaire, associations d'aides aux migrants, CCAS...) qui proposent des points d'ancrage pour le repérage.

- **Catégorie 2** : là encore, il s'agit de publics qui cumulent les difficultés, mais ils ne sont pas accompagnés ou connus des services sociaux et médico-sociaux. Ils sont particulièrement difficiles à repérer et à approcher. Ils demandent donc un investissement important en temps et des compétences en matière de prise en compte des multi-fragilités.

- **Catégorie 3** : ces jeunes peuvent avoir moins de difficultés que ceux des catégories précédentes, et ils ne sont donc pas connus des travailleurs sociaux et des structures de la solidarité. Ils fréquentent peu les lieux extérieurs, et sont relativement peu entourés socialement, sinon par la sphère familiale (ex :

cas des jeunes gamers restant principalement à leur domicile, des jeunes mères, des jeunes migrants, des jeunes addicts). Les différents confinements ont pu venir renforcer leur isolement et leur perte de confiance dans les institutions (scolaires ou de l'emploi). Le repérage est ici particulièrement aléatoire. Il s'effectue au hasard d'informations obtenues par des tiers (la famille) et en ciblant des espaces (internet, réseaux sociaux) ou des lieux (domicile) où les personnes ont certaines activités.

- **Catégorie 4** : il s'agit de jeunes qui peuvent être « invisibles » aux yeux des institutions (en particulier du service public de l'emploi), sans pour autant l'être de tous. S'ils ne sont pas inscrits à la mission locale, ils font parfois du sport, du rap ou de la danse. Ils s'entraînent dans des lieux dédiés, voient des amis, etc. Il est possible de les appréhender à travers leurs cercles et lieux de sociabilité : clubs de sport, terrains de jeux en plein air, centres commerciaux, restaurants et café, etc.

Dans certaines zones rurales, la notion d'invisibilité comporte également une dimension géographique et peut donc être davantage liée à une **question d'accessibilité des institutions et structures d'accompagnement**, où ce ne sont pas les jeunes qui sont « invisibles », mais les logiques d'actions ou d'implantation des acteurs qui créent des obstacles à l'accès aux dispositifs existants.

La notion d'invisibilité peut, par ailleurs, n'être que ponctuelle. De nombreux jeunes effectuent en effet des allers-retours entre différents dispositifs, avec parfois une situation d'invisibilité temporaire entre deux dispositifs. Certains acteurs parlent ici « d'invisibilité cyclique ».

**Compte tenu de l'hétérogénéité des situations, en matière de distance aux acteurs et/ou d'isolement, en matière de fragilités uniques ou cumulées des personnes « invisibles », les pratiques de repérage déployées par les lauréats sont diversifiées et s'adaptent aux possibilités qu'ils ont d'activer tel acteur ou tel levier sur les territoires.**

1. À noter également que ce terme « d'invisibles » (un adjectif devenu substantif) n'est pas sans poser problème, celui-ci apparaissant connoté péjorativement. Il ne recueille pas nécessairement l'adhésion des acteurs interrogés.

## 3

## Quelles sont les principales pratiques de repérage des personnes dites « invisibles » ?

**Les pratiques de repérage sont multiples** et il n'en existe pas de bonnes ou de mauvaises « dans l'absolu ». L'observation de terrain amène à penser que les plus efficaces sont celles qui s'adaptent aux types de publics visés, ainsi qu'aux ressources et acteurs présents sur le territoire. Elles exigent donc une connaissance suffisante des « invisibles » visés et des ressources les plus adaptées pour établir un contact.

Elles s'appuient sur trois principes d'action : « aller vers », « être visible (identifié) et amorcer la relation », « prendre appui sur les ressources d'un territoire ».

Les démarches d'« aller vers » se font dans les lieux de sociabilité des personnes (terrains de sport ou bas des tours, par exemple), dans des lieux de passage (centres commerciaux, gares), et plus généralement dans l'espace public, mais se déclinent également jusqu'au domicile, via du porte-à-porte, afin d'atteindre des personnes plus isolées socialement (gamers restant cloîtrés chez eux par exemple, ou jeunes mères).

L'utilisation d'un véhicule aménagé peut permettre de couvrir des territoires plus grands (en zones rurales en particulier) et/ou de combiner « aller vers » et « faire venir » des publics « hors radars » du service public de l'emploi vers un point d'accueil aisément identifiable jouant sur d'autres codes et la proximité.

La présence dans le cadre d'événements, aux portes d'un cinéma, au sein d'un tiers lieu, ou à l'occasion de marchés par exemple, est une autre façon de se rendre visible et identifiable, en vue d'amorcer une relation dans un cadre non institutionnel.

Dans la plupart des projets, les acteurs traditionnels de l'insertion et de l'emploi cherchent à mobiliser de nouveaux acteurs ressources du territoire. Club sportif, association culturelle (théâtre, cirque, etc.), influenceur local, association de distribution alimentaire peuvent par exemple, parmi de

nombreuses autres, être des ressources pour identifier, entrer en contact et engager une relation de confiance avec des publics difficiles à atteindre pour les acteurs de l'emploi.

Suivant ces 3 principes d'action, **8 types de pratiques se dégagent** pour un repérage réussi :

- les maraudes dans les espaces publics ;
- le porte-à-porte ;
- le repérage par les pairs ;
- la présence dans un tiers-lieu ou autre lieu non institutionnel ;
- l'utilisation des réseaux sociaux ;
- les démarches d'aller vers à l'aide d'un camion, bus ou véhicule aménagé ;
- le repérage via des acteurs de proximité ;
- le repérage à l'occasion d'événements culturels, sportifs ou festifs

Si l'on distingue ces différents types de pratiques pour l'analyse, bien souvent les acteurs de terrain en cumulent plusieurs, afin de construire un réseau dense (dans le temps et dans l'espace) d'interventions et de contributeurs à même de repérer et d'atteindre des publics dont l'invisibilité a des causes variées.

Les pratiques de maraudes apparaissent comme une innovation pour la plupart des lauréats qui y ont recours. L'activité d'accompagnement classique étant « sédentaire », les conseillers en mission locale en particulier n'ont pas (ou peu) l'expérience d'aller vers et d'investir l'espace public. Des partenariats et/ou des temps de formation sont essentiels.

Les maraudes consistent à investir l'espace public en circulant principalement à pied pour venir à la rencontre de jeunes, rencontrés au hasard ou sur signalement d'un partenaire local. Elles peuvent s'effectuer seul ou en groupe, en accompagnant notamment un acteur local dans ses rondes.

*Le projet « Auber Inclusion », porté par la mission locale d'Aubervilliers (AAP Repérage ► p. 47), s'est par exemple associé à des clubs de prévention locaux pour organiser des maraudes nocturnes dans la ville.*

Les maraudes se déroulent sur les lieux de vie des jeunes et plus généralement des personnes « invisibles », après avoir pris le temps d'échanger avec les riverains (commerçants, parents, policiers municipaux) pour parvenir à identifier une liste d'endroits clés où l'on pourra les trouver (commerces, clubs de sport des quartiers prioritaires de la politique de la ville, mais aussi en zone rurale, etc.).

→ *Le projet « Tremplin ! », développé par l'ADIE (AAP 100% Inclusion), prévoit une prospection systématique aux abords des routes, sur les marchés, foires ou brocantes, dans des enclaves de grande pauvreté (territoires ultra-marins, zones rurales dévitalisées, ainsi que dans l'une des communes les plus pauvres d'Ile-de-France) pour identifier et atteindre des personnes vivant ou survivant grâce à l'économie informelle et les accompagner dans le développement et l'immatriculation d'une activité ou un parcours d'accès à l'emploi.*

La tenue de stands de rue ou de stands éphémères est une autre façon d'investir l'espace public utilisée par les équipes lauréates, afin de se rendre visibles dans des zones de passage ou de sociabilité des personnes visées, voire de se rendre visibles d'un très grand nombre de personnes qui pourront ensuite relayer l'information à un proche.

**La présence à des événements festifs, sportifs ou culturels** (voire l'organisation de tels événements) multiplie les possibilités de rencontres et constitue donc une opportunité pour entrer en contact avec des personnes difficiles à atteindre par les canaux classiques du service public de l'emploi.

*Le projet « Aller en Savoie », porté par la mission locale de Chambéry (AAP Repérage ► p. 53), a permis aux intervenants d'être présents dans les city stades ou sur les plages des lacs de Savoie durant la période estivale, avec oriflamme pour se signaler et distribution de flyers aux jeunes. Des référents se sont par ailleurs greffés à des événements publics (tournois de jeux vidéo, de street art ou courses de chiens de traîneaux), comme autant d'occasions d'entrer en contact avec de nouveaux jeunes. Ces modalités de repérage ont cependant été particulièrement impactées par la crise sanitaire.*

Notons que le sport est fréquemment utilisé comme levier de repérage et de remobilisation des publics. **Le guide n°7 ► (Inclure par le sport)** l'illustre à travers plusieurs projets.

**L'usage d'un véhicule aménagé** relève d'une logique proche de celle des stands éphémères installés à l'occasion d'un événement. Il s'agit de se rendre visible dans des lieux de passage et de vie des publics où le service public de l'emploi n'est pas (au cœur d'un quartier prioritaire de la politique de la ville, sur une place de village, dans une zone montagnaise...). Mais le véhicule offre davantage de possibilités pour amorcer d'emblée une relation concrète avec les jeunes et demandeurs d'emplois habituellement invisibles :

→ il offre un espace d'accueil et permet de traiter certaines situations immédiatement ou d'amorcer les toutes premières étapes d'un parcours ;

→ différents services, par exemple de lutte contre la fracture numérique ou de prévention santé, peuvent être apportés avec le véhicule, en associant des partenaires au projet. Ces services donnent l'occasion de rencontrer des jeunes ou leur famille sur des sujets qui ne sont pas d'emblée orientés « emploi ».

*Le projet « Cap Mobi'Leo », porté par la mission intercommunale de l'Ouest, à la Réunion (AAP*

**Repérage** ► p. 46) prévoit le passage d'un camion multiservices dans 36 quartiers des hauts de l'île de La Réunion, éloignés des services publics et peu desservis par les transports en commun. Le camion aménagé et équipé permet de créer différents espaces : un espace extérieur (sous store) pour la convivialité, un espace numérique permettant l'accès à des ordinateurs et imprimantes et un bureau d'entretien.

L'utilisation d'un véhicule aménagé et aisément identifiable permet également d'installer une certaine régularité, en planifiant des circuits que l'on refait à intervalles de temps donnés. Il faut parfois compter sur plusieurs tours avant qu'une personne réfractaire, qui aura pu être convaincue par une autre personne, franchisse le pas de venir voir ce qui est proposé.

Les lauréats peuvent aussi faire le choix d'organiser des **permanences ouvertes et accessibles dans des lieux non investis jusque-là**, qu'il s'agisse de tiers lieux ou de lieux permettant de répondre aux premiers besoins de publics en situation de grande vulnérabilité (un café chaud, une douche, une domiciliation de courriers, l'accès à un téléphone ou un ordinateur...). Ce moyen de repérage passif, consistant à s'implanter dans le paysage pour mieux se faire connaître et reconnaître, a su démontrer son efficacité. Il implique une certaine régularité et de miser sur le temps « long » (plutôt que sur des logiques événementielles, ou des interventions en « one shot »), afin que le bouche à oreille ait le temps de fonctionner et que la structure et son aide soient bien identifiées. Complémentaire à des modalités actives de repérage, une telle implantation dans des lieux qui ne sont pas les agences d'accueil habituelles du service public de l'emploi peut envoyer un signal rassurant à des publics qui ont souvent connu une très forte instabilité : le signal d'une porte ouverte, toujours là, que le bénéficiaire peut franchir quand c'est « le bon moment » pour lui.

Le projet porté par le service d'aide aux jeunes en difficultés de l'ACSEA, sur la ville de Caen (AAP Repérage des invisibles ► p. 54), propose ainsi un nouvel espace dédié à des jeunes en errance, à proximité des lieux qu'ils squattent ou insécurisent (gare, port, centre commercial du centre ville). Le

projet combine maraudes et ancrage durable dans un lieu, et fait le pari du bouche à oreille pour attirer de nouveaux jeunes.

Dans une dynamique assez proche, des missions locales peuvent faire le choix de réinventer leur espace d'accueil, d'en réviser les codes, de concevoir autrement les lieux, le mobilier et les usages et interactions qu'ils permettent, en vue de mieux coller aux codes et à l'univers des jeunes qu'elles cherchent à capter.

→ La mission locale Sud Oise (AAP Repérage) a souhaité expérimenter un nouveau cadre d'accueil, en investissant une ancienne gare SNCF. Ce lieu décalé, baptisé « Quai 60 », doit servir de laboratoire pour inventer de nouvelles pratiques plus en phase avec les publics « invisibles » qu'elle cherche à atteindre.

**Les démarches d'aller vers peuvent aussi prendre la forme du porte-à-porte.** Si cette modalité de repérage nécessite un investissement temps important et une bonne préparation des intervenants en binôme, elle peut être décisive pour atteindre des catégories de personnes moins présentes, voire absentes de l'espace public (jeunes femmes, jeunes décrocheurs désocialisés, personnes ayant une très faible maîtrise de la langue française...). Cela permet de mieux appréhender certaines problématiques de grande vulnérabilité auxquelles peuvent être sujettes les personnes. Cela permet également, en faisant du porte-à-porte ou en laissant un message dans une boîte aux lettres, d'atteindre non seulement les jeunes, mais également leur famille ou entourage de proximité.

La fondation des Apprentis d'Auteuil, à travers différents projets, a mis en place des pratiques systématiques de porte-à-porte. Elles permettent, via des « sourceurs » de proximité, qui connaissent très bien le territoire et ses habitants, d'aller vers les publics les plus difficiles à toucher, des jeunes filles notamment, ou des personnes en situation de handicap. Le projet « Niya Moja » des Apprentis d'Auteuil à Mayotte (AAP Repérage des invisibles ► p. 33) initie ainsi le tout début d'un parcours directement au domicile de la personne. Le projet « Impact Jeunes », développé par les Apprentis d'Auteuil dans les Bouches du Rhône (AAP 100% Inclusion) mise également sur la dynamique

vertueuse du porte-à-porte et du bouche-à-oreille, pour atteindre systématiquement tous les habitants d'un quartier (cités de plusieurs quartiers prioritaires de la politique de la ville).

Cette logique pour essayer d'atteindre, via la famille ou le voisinage, l'ensemble des jeunes « invisibles » d'une cité, n'est pas très éloignée de celle consistant à mobiliser les jeunes eux-mêmes dans des actions de repérage. Un jeune repéré, qui a bénéficié de premières actions de remobilisation par exemple, via des activités sportives, des séjours hors les murs, etc. (cf. [guide n°2 > Remobiliser les décrocheurs de l'emploi et de la formation](#)) peut devenir un ambassadeur spontané auprès d'autres jeunes qu'il connaît. Nombre de projets profitent en fait peu ou prou d'une telle boucle vertueuse, dès lors que leurs bénéficiaires sont satisfaits de ce qui est proposé et ont le sentiment que cela colle à leurs besoins. Un certain nombre de projets vont cependant au-delà de ces porte-voix spontanées, en sollicitant officiellement les jeunes pour contribuer au repérage d'autres jeunes, suivant un principe de « donnant-donnant ». Il peut être important de bien poser le cadre de cet engagement, et de proposer des outils ou une formation pour les accompagner dans cette mission. C'est le choix fait par certains lauréats.

*Le projet porté par les CEMEA des Pays de la Loire (AAP Repérage > p. 37)* prend appui sur des associations de solidarité locale pour repérer de jeunes roms qui deviendront des relais pour leur communauté. Ces jeunes sont formés dans le cadre d'un service public, et contribuent au repérage puis à l'accompagnement de leurs pairs. Ils sont eux-mêmes accompagnés, par le renforcement de savoirs de base, la levée de freins périphériques, etc., vers l'emploi durable.

*Le projet « Le fil d'Ariane », porté par l'ALIFS (AAP Repérage > p. 36)*, s'adresse plus particulièrement aux jeunes en situation irrégulière ou souffrant d'addictions, inscrits dans des milieux violents et/ou isolés de tout contact social. Afin de faire connaître son offre et de toucher d'autres jeunes, l'association forme des ambassadeurs, qui peuvent être d'anciens jeunes accompagnés. L'objectif est de promouvoir les actions de la façon la plus efficace possible auprès de futurs bénéficiaires, en

expliquant le projet avec les bons mots, en jouant sur des leviers d'intérêt connus, en misant sur la proximité des ambassadeurs aux publics visés

Notons qu'un projet a poussé beaucoup plus loin la contribution de jeunes bénéficiaires au problème du repérage de leurs pairs. Dans le cadre *du projet « Etincelle » porté par la Fondation des Apprentis d'Auteuil (AAP 100% Inclusion)*, les équipes ont mobilisé des experts du design thinking, afin de monter tout un processus de mobilisation de jeunes bénéficiaires, en vue de concevoir avec eux les modalités et outils efficaces de repérage d'autres jeunes « invisibles ». La démarche a permis de repartir de la vie quotidienne de ces jeunes, de leurs déplacements géographiques et des personnes avec lesquelles ils sont en contact, pour décrire et préconiser des modalités efficaces de prescription, à adapter aux spécificités des différents territoires sur lesquels le porteur intervient. Un guide pratique distribué aux équipes opérationnelles en local leur permet de s'approprier ces éléments et de « passer à l'action » en définissant leur propre stratégie. Cette « bonne pratique » est également détaillée dans [le guide n°4 > \(Faire une nouvelle place aux « bénéficiaires »\)](#).

**L'utilisation des réseaux sociaux** est une autre façon, plus « industrielle », de miser sur le relai d'une information de pair à pair, dont l'effet peut être démultiplié quand on parvient à atteindre des « influenceurs ». Très peu de lauréats, cependant, ont intégré dès l'origine de leur projet cette dimension du repérage, potentiellement virale. Pour plusieurs lauréats, cette dimension s'est imposée suite au confinement lié à la crise sanitaire, afin de maintenir un lien avec les bénéficiaires et de continuer à repérer de nouveaux jeunes. Quand elle a amené des résultats positifs, elle a pu perdurer.

*Le projet « Vecteur vers la réussite », porté par les deux missions locales de l'agglomération de Saint-Nazaire (AAP Repérage des invisibles > p. 45)*, s'est par exemple équipé d'appareils mobiles et utilise de nombreuses applications pour montrer aux jeunes les ressources dont ils peuvent avoir besoin. Le numérique est en ce cas mobilisé dans la continuité d'un repérage physique. Mais la présence sur les réseaux sociaux, souvent les plus classiques (Instagram, Facebook, YouTube, Snapchat ou WhatsApp), permet aussi de capter des publics en dehors des espaces physiques,

tout en communiquant sur le projet (témoignages, anecdotes).

Force est cependant de constater que, pour la majorité des lauréats, cette dimension « online » est encore très en retrait, ou à l'état de « projet ». Investir les réseaux sociaux suppose des compétences spécifiques, certaines missions locales

envisageant de recruter un chargé de mission dédié à leur « marketing digital ». La réactivité, la capacité à se réappropriier les codes propres aux réseaux sociaux investis, et la capacité à donner suite en aval (« In Real Life ») à des interactions amorcées en ligne sont des éléments clés.

## Un appel à projets dédié aux maraudes numériques

Afin d'explorer plus systématiquement le potentiel du net, et des réseaux sociaux en particulier, dans le repérage et la remobilisation de publics qui évoluent en marge du service public de l'emploi, une déclinaison de l'appel à projets Repérage des invisibles a été lancée en juillet 2021, dédié aux maraudes numériques.

Une dizaine de projets ont été retenus, au terme de travaux d'instruction et de sélection impliquant un « Comité de bénéficiaires », composé de personnes relevant des publics cibles visés par l'appel à projets, et un Comité de sélection, composé d'experts indépendants.

Parmi les premiers lauréats figurent :

- le projet « Hello Charly », porté par la startup lyonnaise OVVY, en partenariat avec le réseau des écoles de la 2<sup>e</sup> chance et CCI France ;
- le projet « Le déclic – Médiateur digital », porté par l'association WeTechCare, en partenariat avec la Fondation des Apprentis d'Auteuil ;
- le projet « Digneet », porté par la société Digischool, en partenariat avec l'association régionale des missions locales de Provence-Alpes-Côte d'Azur et l'association AJI ;
- le projet « Trouve ton skill », porté par l'association Walt ;
- le projet « Catch'up », porté par la fondation Jeunesse Avenir Entreprise, en consortium avec le Centre d'information et de documentation jeunesse.

100 000 jeunes évoluant en dehors des radars institutionnels pourraient être « raccrochés » à une solution d'accompagnement, d'insertion ou de formation, grâce à des actions couplant le digital et l'humain. Les différents projets prévoient :

- des campagnes ciblées sur les réseaux sociaux, les sites internet de jeux vidéo, de e-tournois et de mangas, pour prendre contact avec les jeunes et/ou leurs parents ;
- l'affichage de flashcodes dans l'espace public, pour capter et orienter vers ;
- des solutions personnalisées, accessibles 7j/7, 24h/24, reposant sur l'intelligence artificielle : chatbot conversationnel et diagnostic de situation ;
- des partenariats avec des influenceurs pour créer du lien ;
- de la médiation et du coaching en ligne pour (re)mobiliser ;
- l'orientation personnalisée, selon le projet du jeune et sa localisation, vers une solution de proximité la plus adéquate.

Les lauréats doivent articuler leur projet avec les services numériques développés dans le cadre du Contrat d'engagement jeune (application CEJ) et orienter les publics vers les acteurs publics ou associatifs mettant en place le CEJ (CEJ classique ou CEJ visant les jeunes en rupture).

La mobilisation d'acteurs de grande proximité constitue d'une certaine façon le pendant de celle d'influenceurs en ligne. Les lauréats ont su élargir très largement le cercle des parties prenantes importantes à engager dans la dynamique du projet, pour réussir à mailler finement un territoire via des intervenants relevant du quotidien des jeunes ou de leur famille : boulangers, pharmaciens, buralistes,

vendeurs de restauration rapide ou agents de gare par exemple sont autant de points de contact ordinaires avec des publics bien visibles à l'échelle d'un quartier, quoiqu'invisibles pour des acteurs institutionnels. Il est alors important de prendre le temps de donner de l'information concrète sur le projet à des acteurs du quotidien, et de laisser affiches et/ou flyers, afin qu'ils soient en mesure de relayer.



Des projets ont mis ces démarches de mobilisation d'acteurs du quotidien au cœur de leur stratégie.

*Le projet « La Caravane des possibles », porté par le centre social Maison bonhomme (AAP Repérage des invisibles ► p.50) intervient dans des communes rurales et a noué un partenariat avec les commerçants. S'ils repèrent des jeunes isolés, ils sont invités à entrer en contact avec le référent du projet. Cette mobilisation collective permet de couvrir un territoire étendu et d'avoir des « vigies » à toute heure dans les communes couvertes par le projet.*

*Le projet des « Coachs d'insertion par le sport », développé par l'Agence pour l'éducation par le sport (AAP 100% Inclusion) mobilise de son côté des clubs de sport, comme lieux privilégiés de contact avec des jeunes qui évoluent en marge du « système », dans des quartiers prioritaires de la politique de la ville. La formation des coachs sportifs est un des marqueurs forts du projet. Le coach est une figure de confiance, voire une référence pour le jeune, qui peut l'aider à réengager une dynamique d'insertion vers l'emploi ou la formation.*

## Quels enseignements peut-on tirer de ces pratiques de repérage ?

### UN REPÉRAGE RÉUSSI TIENT À PLUSIEURS FACTEURS.

**S'informer sur les publics que l'on vise** est un préalable, puisque cela permet de définir l'ensemble des modalités de l'action qui sera conduite : lieux, partenariats, démarches et moyens à mettre en œuvre, modes de communication.

**La disponibilité et la pluridisciplinarité des équipes** multiplient les opportunités de prise de contact avec les « invisibles ». Ces équipes font souvent preuve d'un investissement personnel, pour quadriller un secteur géographique suffisamment vaste, en zone urbaine comme en milieu rural, quitte à déborder de leur territoire d'intervention initial. Activement mobilisées dans le cadre des maraudes, les équipes **multiplient les interventions** auprès des acteurs du territoire et des publics, en participant à des événements sur les lieux de vie des jeunes ou en effectuant du porte-à-porte. Le tissu local se voit lui aussi contribuer au repérage, via les réseaux de commerçants, le tissu associatif, les clubs sportifs, etc., qui se font les relais des équipes de référents.

Les actions de repérage ont également donné lieu à des expérimentations, faisant preuve d'une certaine inventivité pour parvenir à « attirer » les jeunes les plus réticents. Les **déambulations** expérimentées sur les places de villages, aux endroits fréquentés par la jeunesse (plages, city stade), durant des événements culturels ou au pied des immeubles, ont montré leur **efficacité en matière de visibilité de l'action** et d'identification d'un(e) conseiller(ère)

référent(e) sur le territoire. Les **stands de rue et les véhicules itinérants** en zone rurale ont également permis **d'intensifier le repérage**, de présenter l'offre de services existante en matière d'accompagnement et d'orienter les jeunes vers les dispositifs les plus adaptés.

**Une bonne coopération**, au sein des équipes de repérage et avec l'ensemble des acteurs du territoire, paraît essentielle. Cela nécessite un travail fin sur place avec les acteurs locaux (les élus, en particulier dans les zones rurales, les travailleurs sociaux, les éducateurs de prévention, les coordinateurs jeunesse...) et permet de repérer davantage de personnes « invisibles », en facilitant le contact avec les plus isolées socialement et géographiquement.

**La mobilisation des pairs** intervient généralement en tant qu'action de repérage complémentaire à d'autres actions. Elle repose sur une logique de cooptation, favorise la création d'une relation de confiance par la proximité établie entre une personne ayant expérimenté le dispositif et la personne avec laquelle elle entre en contact pour lui présenter l'intérêt de l'action. Elle peut également permettre une certaine « graduation » dans le repérage : un premier jeune va être approché, lequel va pouvoir à son tour mobiliser son cercle de connaissance. Une notion de « réseau de bénéficiaires » peut alors être recherchée à travers cette modalité d'action. Les porteurs de projets

soulignent cependant un décalage entre le temps investi et les réelles retombées de cette approche, ainsi que la nécessité de mieux anticiper le passage d'un statut de bénéficiaire à celui d'ambassadeur à l'issue du parcours. La question de la latitude laissée aux ambassadeurs dans le discours qu'ils portent peut aussi se poser : faut-il laisser libre place à la spontanéité et à l'autonomie dans les discours ? Ou faut-il encadrer davantage le message porté ?

Enfin, la **présence sur les réseaux sociaux et le bouche à oreille** s'avèrent être les facteurs déterminants d'une communication adaptée aux jeunes pour susciter leur curiosité. Certains porteurs de projets soulignent néanmoins le caractère balbutiant du recours à ces outils, ne disposant pas toujours des compétences ou ressources suffisantes pour les mobiliser efficacement. Certains envisagent ainsi de renforcer leurs équipes avec un poste dédié à cette fonction ou d'impliquer davantage les jeunes dans la construction d'outils ou de pratiques de communication via les réseaux sociaux plus adaptés. L'identification « d'influenceurs » à mobiliser est également en réflexion au sein de certains projets.

**La réussite globale des méthodes de repérage ne saurait cependant occulter un certain nombre de difficultés rencontrées par les porteurs de projet.** Si leur objectif est de tisser des liens avec les jeunes, l'exercice est loin d'être évident : il est important d'avoir les compétences requises, et cela nécessite un temps certain (montée en compétences des référents, mise en réseau avec les acteurs locaux, interconnaissance des équipes, changement des pratiques et décrochage...). Certaines équipes rappellent ainsi qu'elles ont encore besoin de temps pour que leurs actions se mettent en place et atteignent leurs objectifs.

Pour réussir leur action de repérage **les référents sortent du cadre du droit commun**, avec un travail de dentelle qui permet d'approcher les jeunes de

manière très individualisée : les rencontrer après 18h, les contacter via leurs téléphones portables, se déplacer avec un véhicule personnel pour aller les voir ou les accompagner lors d'un rendez-vous...

Mais cet investissement n'a pas toujours suffi. La crise sanitaire n'a pas été sans incidence sur le travail de repérage, particulièrement lors des périodes de confinement qui ont profondément affecté le déploiement d'actions. Cette période a néanmoins permis de développer de nouveaux modes de « faire », notamment en recourant plus fréquemment aux réseaux sociaux.

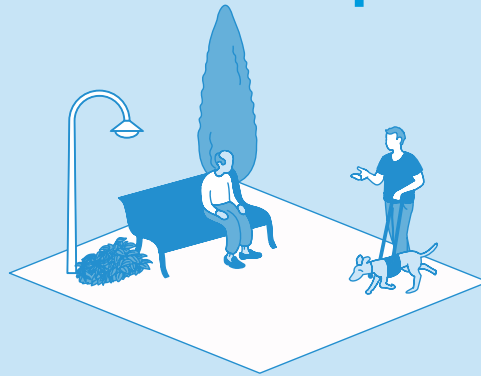
Enfin, **le pendant de la démarche de repérage est de savoir « retenir » les jeunes qui ont été approchés et de les « raccrocher » à des solutions adaptées.** Inefficacité si je « repère », puis « reperds » le jeune. La difficulté est de proposer aux personnes sorties de l'invisibilité des solutions ou un accompagnement avant qu'elles ne « disparaissent » à nouveau. Plusieurs porteurs de projets ont souligné que les personnes repérées pouvaient connaître les institutions qui allaient vers elles, mais qu'elles ne donnaient pas suite faute d'y être reçues rapidement. Dans cette optique, **repenser les pratiques d'accueil des publics est clé.** Certains acteurs ont refondé leur service d'inscription pour faciliter l'accès aux jeunes repérés, avec une garantie de prise en charge rapide. **La notion d'immédiateté d'un service « concret » joue un rôle important.**

Cet enjeu des suites à donner aux actions de repérage, pour qu'elles ne soient pas vaines et n'accroissent pas une dynamique de décrochage et de découragement (par un nouvel échec dans les relations du bénéficiaire à des acteurs de l'aide à l'intégration professionnelle) fait l'objet d'analyses spécifiques dans le [guide n°2 > \(Remobiliser les décrocheurs de l'emploi et de la formation\)](#) et le [guide n°3 > \(Construire des parcours sans rupture, le défi d'un accompagnement global\).](#)

# Partie 2

# Bonnes pratiques

# Maraude dans les espaces publics



## Synthèse

La maraude sociale est l'une des principales modalités « d'aller-vers » déployée dans les quartiers prioritaires de la politique de la ville mais aussi très adaptée au milieu rural. Il s'agit de mobiliser des éducateurs ou conseillers pour se rendre dans les lieux publics fréquentés par les jeunes, d'aller à leur rencontre dans un lieu de confiance pour ceux qui ne viennent pas, ou plus d'eux même, dans les services publics de l'emploi. Il existe plusieurs modalités en termes d'espaces et de temps : la maraude vise des lieux précis ou couvre un territoire global, elle a lieu le soir et/ou pendant les heures scolaires pour repérer ceux qui ont décroché.

La maraude s'appuie sur des partenaires locaux, qui peuvent y participer, fournir les informations sur les points de rassemblements, sur des cas spécifiques. La présence de ces professionnels sur le terrain va permettre aux jeunes de s'habituer à eux, de nouer un lien de confiance, pour les amener à venir vers les acteurs en charge de l'accompagnement ou, lorsqu'ils détiennent cette compétence, initier eux-mêmes l'accompagnement.

Une autre approche consiste à consolider la relation instaurée dans des lieux plus institutionnels, comme les permanences de services publics, par une rencontre au domicile ou dans un lieu plus neutre (un parc ou un café par exemple).


## Objectifs

- Rencontrer dans l'espace public des jeunes qui ne fréquentent aucune institution et/ou leurs proches.
- Amener l'offre de services là où elle ne se trouve pas.
- Sortir du cadre institutionnel pour toucher des jeunes méfiants vis-à-vis des institutions.
- Construire un lien de confiance avec les jeunes sur le terrain, pour ensuite les amener à entrer en contact avec les membres du service public

- Toucher les jeunes sans moyen de mobilité et sans accès aux transports en commun.
- Commencer l'accompagnement dès le repérage.
- ☛ **Pratique particulièrement adaptée lorsque ce sont des territoires bien délimités qui sont visés : quartiers prioritaires de la politique de la ville, communes rurales, place publique où des regroupements de jeunes ont lieu, skate-parks, etc.**

## Facteurs de réussite

- Connaître le terrain, les lieux de rassemblements et les problématiques particulières des publics
- Nouer des partenariats avec les acteurs locaux (aide au repérage, à se faire connaître, réalisation de maraudes communes...).
- Faire des maraudes à des horaires atypiques, aux heures de regroupement des jeunes (le soir) ou aux horaires scolaires pour repérer ceux qui ne sont pas dans les établissements scolaires.
- Faire des maraudes par des professionnels formés à « l'aller-vers » et habitués à ce type de public (travailleurs sociaux, éducateurs de rue...).
- Mobiliser des professionnels à double profil, conseillers et éducateurs, ou un binôme de conseillers « mission locale / éducateur ou travailleur social », permettant de démarrer directement l'accompagnement.
- Disposer de locaux et/ou points d'accueil à proximité, pour y amener les jeunes suite à la maraude.
- Faire des maraudes régulières pour être connus, identifiés, et entrer en contact à plusieurs reprises avec les mêmes jeunes.
- ★ **Se munir de quelques applications, flyers et réponses concrètes aux questions des publics pour être attractifs.**
- ★ **Être à l'aise dans les contacts, convivial et empathique.**

<p>Réaliser des maraudes nocturnes</p>	<p><b>AUBER INCLUSION</b> Mission locale d'Aubervilliers</p> <p>Appel à projets Repérage des invisibles</p>	
--	---	---

### Porteur

La mission locale d'Aubervilliers est le chef de file d'un groupement de partenaires locaux (associations de médiation, de prévention, sportives).

### Présentation

Faisant le constat de grandes difficultés sociales et économiques, notamment au sein des quartiers prioritaires de la ville, la mission locale a souhaité élargir son public à des jeunes qui peinent à passer la porte des institutions, voire qui s'en détournent. Organisée en consortium avec cinq autres acteurs locaux de la prévention pour la jeunesse, de la médiation et du sport, elle a mis en place des activités de repérage sous des formes diverses : maraudes, activités sportives, etc. Le consortium qui porte ce projet « AuberInclusion » mise sur une action partenariale de grande échelle pour proposer, après le repérage, des sas de remobilisation aussi variés que les profils de jeunes invisibles.

### Bonne pratique

Le consortium s'est associé à des clubs de prévention locaux pour organiser des maraudes nocturnes dans la ville, et notamment au sein des quartiers. Les éducateurs des clubs de prévention ont une connaissance fine des lieux publics où les jeunes se retrouvent en soirée. Leur présence permet plus facilement au conseiller d'engager la conversation avec un jeune repéré par l'éducateur. Le choix de faire des maraudes nocturnes –jusqu'à une heure du matin – permet d'aller à la rencontre des jeunes à l'heure où ils se retrouvent en groupe sur l'espace public (parcs, parkings, halls d'immeubles, stades et autres infrastructures sportives de plein air). Une application a en outre été développée pour prendre rapidement rendez-vous avec la Mission locale. Durant la maraude, le « sourceur » peut alors fixer un rendez-vous, sans attendre.

→ Ce projet est également présenté page 45

S'appuyer sur le  
« conseiller relais  
territoire »,  
un nouveau métier

**RÉSOLUTION**  
Institut de l'entreprise et de  
l'innovation sociale  
Appel à projets  
Repérage des invisibles



### Porteur


L'Institut de l'entreprise et de l'innovation sociale (IDEIS) est une structure née en 2014 de la fusion d'une maison de l'emploi et de la Mission locale de Montbéliard.

### Présentation

Le projet « RÉSOLUTION » vise à mettre en place un réseau de captation et de mobilisation des « invisibles » dans le nord de la Franche-Comté (communauté d'agglomération de Montbéliard, communautés de communes de Belfort, d'Héricourt et de Villersexel). Il mobilise un réseau de 6 conseillers relais territoires (CRT) « hors murs », un nouveau métier créé pour repérer, capter et mobiliser les invisibles. Les CRT organisent des événements pour faire venir et mobiliser les publics sur des thèmes attractifs ou alibis, comme le sport, des jeux, y compris vidéos, auxquels peuvent être associés des entreprises ou des organismes de formation. Les structures partenaires du projet (Missions locales d'Héricourt et de Belfort, la maison de l'emploi/cité des métiers de Belfort et l'association intermédiaire DÉFI) se répartissent les territoires, se partagent les postes de CRT, et assurent la capitalisation/essaimage de la démarche.

### Bonne pratique

Le conseiller relais territoire conjugue, au sein d'une unique fonction, les compétences d'un adulte-relai, d'un animateur, d'un conseiller emploi et d'un chargé de partenariats. Il passe la grande majorité de son temps sur le terrain, pour aller à la rencontre des « invisibles » directement dans leurs lieux de rassemblements (en bas de tours dans les quartiers, sur une place publique ...) et établir, ou entretenir, les partenariats avec les acteurs locaux (associations d'aides et sportives) qui collaborent à repérer et à faire remonter les besoins. En plus de l'organisation d'événements pour repérer et mobiliser les publics, il participe aux événements organisés sur le territoire par les autres acteurs, qui le sollicitent y compris dans leurs activités courantes (il est, par exemple, présent lors de la distribution des colis de la Banque alimentaire). Il sait instaurer un lien de confiance avec les jeunes et les accompagne physiquement pour assurer le passage de relais avec l'acteur institutionnel le plus adapté.

<p>Atteindre un public addict via des maraudes spécialisées</p>	<p>TAP'PEI Mission Intercommunale de l'Ouest</p> <p>Appel à projets Repérage des invisibles</p>	 <p>La Réunion</p>
---	---	---

### Porteur

La Mission Intercommunale de l'Ouest (MIO) de La Réunion, en partenariat avec l'association Addictions France.

### Présentation

Le projet « Tap Pei » se déploie sur les bassins nord et ouest de La Réunion. Il s'agit d'une adaptation du programme métropolitain TAPAJ, qui permet aux jeunes consommateurs de produits psychoactifs, en situation de grande précarité, d'être rémunérés en fin de journée en échange d'une activité professionnelle ne nécessitant ni expérience, ni qualification particulière, ni engagement sur la durée. Si l'adaptation du programme a été nécessaire du fait des spécificités des problématiques des jeunes réunionnais en matière de précarité, de dépendance et d'isolement, le fil rouge reste identique : en échange d'une bourse financière, les jeunes sont placés en situation d'immersion professionnelle flexible qui leur permet d'acquies progressivement les codes du monde du travail, favorisant ainsi leur (ré)insertion. Les méthodes de repérage en amont des jeunes sont adaptées, en favorisant un « aller-vers » de proximité, et l'accompagnement est renforcé d'une logique de levée des freins (fourniture de vêtements, téléphone, ouverture de compte en banque, etc.). L'objectif est d'apporter un soutien social gradué et adapté au rythme du jeune, pour ne pas le placer en situation d'échec.

### Bonne pratique

Les maraudes pour repérer les jeunes sont assurées par un binôme constitué d'un éducateur recruté par la Mission locale et d'un travailleur social de l'association Addictions France. Les équipes s'appuient sur les éducateurs de rue déjà présents dans les quartiers et se greffent aux maraudes existantes (organisées par le planning familial, la Croix-Rouge ou l'association réunionnaise de prévention des risques liés à la sexualité). Cette présence dans les quartiers, en particulier sous un format de maraudes, permet de créer un premier lien avec les jeunes et de leur expliquer en quoi consiste le projet, en dehors des murs d'une institution, permettant de ne pas forcer le lien et d'éviter un rejet immédiat. La présence d'un spécialiste des addictions permet un repérage et un diagnostic plus sûrs concernant ces questions.

# Porte-à-porte



## Synthèse

Parmi les outils « d'aller-vers », la méthode du porte-à-porte est la plus directe. Coûteuse en temps et en moyens humains, elle est néanmoins pertinente dans plusieurs cas : action sur un périmètre bien délimité voire isolé, où la présence des institutions est moindre, où le tissu socio-économique est fragile, avec une population en repli. Pour maximiser ses effets, cette méthode d'approche requiert une bonne articulation avec le volet (re)mobilisation qui suivra le repérage des publics (proximité géographique et disponibilité des accompagnateurs). Le fait

d'accéder au domicile des personnes permet de transmettre l'information, voire de poser un pré-diagnostic, dans un cadre rassurant pour les jeunes et leurs parents. Confier ce porte-à-porte à des professionnels qui connaissent le territoire et ses habitants permet d'adapter l'approche et la posture qui saura convaincre les jeunes et/ou leurs parents de se rapprocher d'une structure d'accompagnement. Il s'agit d'un outil d'accès direct au public, permettant de sortir du cadre institutionnel souvent problématique pour les jeunes dit « invisibles ».

## Objectifs

- Toucher les jeunes sans moyen de mobilité et sans accès aux transports en commun.
- Amener l'information aux jeunes et à leurs parents directement à leur domicile.
- Tirer parti du cadre sécurisant du foyer pour favoriser l'écoute des jeunes.
- Aller vers des personnes « invisibles » qui sortent peu de chez elles
- **Pratique particulièrement adaptée pour des publics « communautaires » aux identités et cultures propres. Toucher quelques membres de la communauté permet de mettre en place une dynamique sur l'ensemble du groupe.**

## Facteurs de réussite

- Constituer une équipe de porte-à-porte intégrant des personnes qui connaissent bien les territoires et les publics visés.
- Mobiliser des personnes et acteurs emblématiques du quartier, afin qu'ils informent et puissent introduire l'équipe auprès des habitants du territoire.
- Assurer une bonne articulation et une bonne transmission d'informations entre l'équipe de repérage et l'équipe d'accompagnement.
- Informer sur l'existence de l'action est le premier objectif, mais il est nécessaire d'avoir, dès la prise de contact, une attitude d'écoute et d'ouverture, en dehors de toute injonction.
- ★ **Pratique demandant un investissement en temps important.**
- ★ **Pratique à mener en binôme pour la sécurité des intervenants.**



Mobiliser les acteurs  
de proximité  
pour réaliser  
du porte-à-porte

**NIYA MOJA**  
Les Apprentis d'Auteuil  
de Mayotte  
Appel à projets  
Repérage des invisibles



## Porteur

Les Apprentis d'Auteuil Mayotte (AAM) est une association affiliée à la Fondation d'Auteuil, présente à Mayotte depuis 2008. Elle dédie au projet une équipe de 4 personnes (2 sourceurs, 2 accompagnateurs).

## Présentation

Le projet « Niya Moja » se déploie à Mayotte dans les territoires de Tsoundzou 1, Tsoundzou 2 et Passamainty. Inspiré du dispositif « Impact Jeunes » porté en métropole par les Apprentis d'Auteuil, il repose sur une méthodologie d'intervention visant à agir à toutes les étapes du parcours d'insertion des jeunes « invisibles ». Les quartiers ciblés étant difficiles d'accès aux institutions, ils nécessitent une approche de proximité. Ce projet présente plusieurs plus-values du fait de son adaptation aux particularités socio-économiques de Mayotte : une équipe de terrain, une concentration des efforts sur la levée des freins périphériques, une alliance élargie à l'échelle des territoires.

## Bonne pratique

Le porte-à-porte est assuré par des « sourceurs » mahorais pour créer un climat de confiance. Sans qualification particulière, ils connaissent très bien le territoire et ses habitants, qu'ils visitent de manière presque exhaustive en passant de domicile en domicile. Cela permet de capter les publics les plus difficiles à toucher, par l'intermédiaire notamment des parents en contact avec les sourceurs, et de repérer des jeunes filles qui n'ont pas pour habitude de sortir de leur domicile, des jeunes qui, rebutés par les institutions, sortent des radars, ou encore des personnes en situation de handicap. Rentrer au cœur de leur intimité permet en effet aux jeunes et à leurs familles de rester dans des lieux familiers et facilite ainsi les échanges entre les différents membres de la famille et l'équipe de terrain. Le but de ce porte-à-porte est de sensibiliser, d'informer sur l'existence du projet et de les amener vers les locaux de structures adaptées, de manière directe ou indirecte (bouche-à-oreille de voisinage, etc.). Il sert également à renseigner un questionnaire de « repérage » avec le nom, prénom, âge, situation administrative afin de faciliter la suite du parcours.

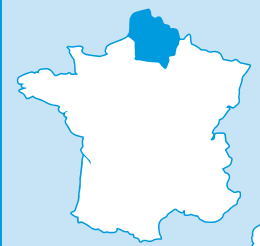
La méthode de porte-à-porte a connu des évolutions. Initialement envisagée comme un quadrillage logique des quartiers ciblés, la méthode était peu adaptée aux contraintes de Mayotte avec des rues sans noms, des adresses floues et des habitations de fortune. Les éducateurs, assez libres dans la méthode, ont donc trouvé plus pertinent de partir d'abord des lieux de socialisation (mosquée, stade, etc.) pour mettre en place le porte-à-porte au niveau du village. Ce passage par un lieu de vie permet de rencontrer des jeunes qui serviront de relais, permettant aux éducateurs de pouvoir rentrer plus facilement dans les domiciles et de capter davantage de publics.

Diffuser de  
l'information  
à un entourage large  
via le porte-à-porte

ZÉRO LAISSÉ POUR COMPTE  
SUR MON TERRITOIRE

Association Tour Emploi

Appel à projets  
Repérage des invisibles



### Porteur

Créée en 2018, l'association Tour Emploi s'est spécialisée dans l'« aller-vers » les jeunes invisibles, inscrits dans aucun dispositif de droit commun, afin de leur proposer un premier suivi et une orientation ou bien d'entamer un parcours d'accès aux droits.

### Présentation

Le projet « Zéro laissé pour compte sur mon territoire » est mis en œuvre sur le Douaisis par l'association, dotée d'un camion qui effectue des permanences dans les quartiers de la politique de la ville du Douaisis et à d'autres endroits, en se basant sur les demandes de leurs partenaires. Le repérage est suivi d'un diagnostic et d'un dispositif qui se concentrent principalement sur l'accès aux droits et l'aide aux démarches administratives. Les partenariats tissés avec les acteurs du territoire permettent d'orienter les jeunes « invisibles » repérés vers des structures d'accompagnement classiques : Pôle emploi, Mission locale, PLIE, etc.

### Bonne pratique

L'association Tour emploi se déplace dans les communes à l'aide d'un camping-car aménagé en lieu de travail. Une fois dans les quartiers, l'équipe fait du porte-à-porte et présente son action, donne des informations sur leurs droits aux familles et aux jeunes qui leur ouvrent leur porte. Cette méthode de porte-à-porte inclusive permet de toucher l'ensemble des habitants d'un quartier. Elle favorise le bouche-à-oreille car les parents et l'entourage des jeunes sont intégrés dans la stratégie de repérage.

# Repérage par les pairs




## Synthèse

La mobilisation de pairs est un levier efficace pour parvenir à atteindre les jeunes les plus éloignés des institutions. Le plus souvent le pair est une personne déjà accompagnée, ou qui a été accompagnée, qui va faire connaître la structure ou le dispositif en l'expliquant par le bouche à oreille ou les réseaux sociaux, ou en invitant d'autres jeunes à un événement par exemple. Cela fonctionne également avec les familles des personnes accompagnées. Certaines structures utilisent ce levier

en confiant à des jeunes qu'elles accompagnent ce rôle d'ambassadeurs, pour qu'ils attirent à leur tour d'autres jeunes, et qu'un cercle vertueux se crée ainsi. Le recrutement d'ambassadeurs dans les équipes projets et/ou par le biais de jeunes en service civique issus de milieux ou communautés particulières se développe. Ils sont ainsi des relais à la fois pour la communauté et pour la structure.

## Objectifs

- Faire participer les jeunes au repérage d'autres jeunes de leur entourage.
  - Créer un cercle vertueux où chaque jeune accompagné orientent de nouveaux jeunes.
  - Atteindre des publics spécifiques, particulièrement difficiles à repérer, par la mobilisation de leurs pairs.
  - Dépasser la méfiance en passant par des personnes de confiance.
-  **Pratique particulièrement adaptée pour des publics « communautaires » aux identités et cultures propres. Toucher quelques membres de la communauté permet de mettre en place une dynamique sur l'ensemble du groupe.**

## Facteurs de réussite

- Nommer des jeunes (en service civique, bénévoles et/ou des jeunes accompagnés) ambassadeurs des actions développées.
  - Engager les jeunes accompagnés à faire connaître à leur entourage les actions dont ils ont bénéficié.
  - Faire participer les ambassadeurs à des animations culturelles et assurer un relais de leur participation sur les réseaux sociaux.
- ★ **La gageure est ici d'actionner les tout premiers bénéficiaires.**
  - ★ **Veiller à ne pas renforcer les communautarismes.**

## Désigner de jeunes ambassadeurs

**LE FIL D'ARIANE**  
Association du lien  
interculturel familial et social

Appel à projets  
Repérage des invisibles



### Porteur

Née en 1980 à Bordeaux, l'association du lien interculturel familial et social (ALIFS) vient en aide aux publics issus de la migration des Tunisiens. Elle intervient essentiellement dans les quartiers prioritaires de la politique de la ville et dispose d'un tiers-lieu pour accueillir des publics. Elle propose un accompagnement juridique à destination des jeunes en situation irrégulière et a créé une école entreprise en 2015, pour travailler sur l'acquisition de compétences relationnelles et de savoirs de base.

### Présentation

Le projet « Le fil d'Ariane » s'adresse plus particulièrement aux jeunes en situation irrégulière ou souffrant d'addictions, inscrits dans des milieux violents et/ou isolés de tout contact social. L'association a créé un véritable pôle d'insertion et un tiers-lieu pour accueillir des jeunes et leur proposer de l'aide à tous les niveaux : juridique, administratif, psychologique, social et professionnel. Elle leur propose ainsi un accès aux droits et à la citoyenneté, à des pratiques éducatives mais aussi artistiques dans le cadre d'actions culturelles, pour lutter contre leurs freins à l'emploi et les discriminations auxquelles ils doivent faire face au quotidien.

### Bonne pratique

Le bouche à oreille et les réseaux sociaux étant des moyens efficaces pour toucher les jeunes éloignés du contact social et des institutions, l'association a mis en place un réseau des ambassadeurs constitué de jeunes en service civique, qui disposent d'un réseau de connaissances, ainsi que d'autres jeunes bénévoles de l'association. Sur le principe du "donnant-donnant", chaque jeune s'engage de manière tacite à perpétuer le lien avec l'équipe et à amener d'autres jeunes de son entourage auprès de l'association. Ils participent ainsi à certaines animations culturelles organisées par l'équipe projet, et en profitent pour mettre en lumière l'association sur les réseaux sociaux. La mobilisation par les pairs constitue une clé de voûte du repérage du public cible dans ce projet.

Faciliter la formation  
de jeunes roms pour  
mieux aider d'autres  
membres de leur  
communauté

(RE)DONNER DES  
OPPORTUNITÉS DE PARCOURS  
AUX JEUNES

CEMEA Pays de la Loire

Appel à projets  
Repérage des invisibles



### Porteur

Les Centres d'Entraînement aux Méthodes d'Éducation Actives (les CEMEA) Pays de la Loire porte un projet de repérage et de mobilisation de la communauté Rom au sein de l'agglomération nantaise. Les CEMÉA sont un mouvement d'éducation nouvelle et une association d'éducation populaire, reconnue d'utilité publique. Ils interviennent principalement dans le domaine de l'éducation, de l'animation, de la santé et de l'action sociale, notamment à travers la formation dans l'animation volontaire (BAFA, BAFD) et professionnelle (BPJEPS, DEJPES).

### Présentation

Essaimage d'une action conduite en région parisienne (Romcivic porté par l'association les Enfants du Canal), le projet s'appuie sur les associations bénévoles de solidarité locales pour repérer des jeunes roms qui deviendront des relais pour leur communauté. La mixité des équipes intervenantes (roms et non roms) engage, après la phase de repérage, un travail plus universel d'insertion, tout en s'adaptant aux mœurs et conventions de ce public spécifique pour qui les conditions de logement sont une priorité. L'intermédiation des associations qui œuvrent auprès de ce public est un préalable indispensable à toute action « d'aller-vers ».

### Bonne pratique

Les CEMEA proposent un service civique à des jeunes roms, les forment pour accompagner leurs pairs dans l'accès au droit, à la langue, au logement, etc. Deux fois par semaine, l'équipe projet (un animateur, un travailleur social et leur responsable) et les jeunes volontaires en service civique se rendent dans les différents bidonvilles de l'agglomération de Nantes. Les salariés et les volontaires se partagent en deux équipes : une dédiée aux enfants et l'autre aux adultes (accès aux droits, administratif, santé), qu'ils accompagnent parfois dans les différents lieux administratifs. Parallèlement, les jeunes engagés sont formés à l'animation et accompagnés vers l'emploi durable (levée des freins à la garde des enfants, acquisition des savoirs de base...).

Attirer les jeunes  
par le bouche  
à oreille autour  
d'actions sportives

LE SPORT ET LA COOPTATION  
PAR LES PAIRS

APART Tremblay-en- France

Appel à projets  
Repérage des invisibles



### Porteur

L'association de prévention par les arts de rue de Tremblay-en-France (APART), en consortium avec la Ville de Paris et l'intercommunalité Paris Terre d'envol, bénéficie d'un fort ancrage territorial et mobilise d'anciens publics pour organiser du par-rainage ou du mentorat.

### Présentation

Le projet « Le sport et la cooptation par les pairs » utilise le sport comme moyen de repérage et de (re)mobilisation des jeunes « invisibles » à Tremblay-en-France, et plus particulièrement le « sport-bitume », des moments de sport de rue ouverts à tous qui permettent d'attirer les jeunes et d'entamer une relation. Le sport est ensuite utilisé comme moyen de (re)mobilisation.

### Bonne pratique

Chaque jeune repéré et accompagné est invité à devenir ambassadeur du projet auprès de ses proches. Cette pratique a pour but de développer le bouche à oreille et de toucher des jeunes qui ne sont pas présents dans l'espace public. En pratique, cela veut dire que chaque jeune va parler du projet à ses amis, ses frères et sœurs et sa famille. Dans ce projet, près de la moitié des jeunes accompagnés sont venus au projet via ce principe de cooptation.

# Utilisation d'un tiers-lieu



## Synthèse

Le tiers-lieu fait office de point d'ancrage des porteurs de projet dans l'environnement des jeunes « invisibles ». Il constitue un moyen passif de connaître et de se faire connaître des jeunes, pour leur laisser s'approprier à leur rythme ce nouveau lieu et décider de leur propre chef de « franchir le pas de la porte ». Une fois le local adopté, ils peuvent disposer des services nécessaires pour remédier à leur précarité, et d'une présence bienveillante pour communiquer dès lors qu'ils en ressentent le besoin. La confiance

s'installe de manière plus subtile mais aussi plus durable, créant toutes les conditions propices à une prise de contact fructueuse tout en respectant le rythme du jeune. L'équipe d'accueil et l'aide proposée sont ainsi associées à un lieu familier, et par extension rassurant. L'utilisation des tiers-lieux constitue dès lors un moyen innovant de se faire remarquer des jeunes et de faciliter le contact avec eux, complémentaire au travail de maraudes et de mobilisation par les pairs.

## Objectifs

- Rencontrer des jeunes présents dans un espace dédié, qui ne fréquentent aucune institution.
- Amener l'offre de services dans les territoires où elle ne se trouve pas.
- Sortir du cadre institutionnel pour toucher des jeunes méfiants vis-à-vis des institutions.
- Toucher les jeunes sans moyen de mobilité et sans accès aux transports en commun.
- ☛ Pratique particulièrement adaptée pour des publics que l'on doit mettre en confiance progressivement.

## Facteurs de réussite

- Implanter les locaux physiques dans un milieu fréquenté par les jeunes « invisibles ».
- Laisser les jeunes s'habituer à ce nouveau lieu et éveiller leur curiosité.
- Équiper les locaux de services qui présentent une utilité pratique et un lieu de confort.
- ★ C'est une démarche de long terme qui nécessite une présence et une animation.
- ★ Le lieu n'est pas suffisant en soi.

## Articuler point physique d'accueil et déambulation pour capter des jeunes en errance

### REPÉRER ET MOBILISER LE PUBLIC INVISIBLE

Association calvadosienne pour la sauvegarde de l'enfant à l'adulte

Appel à projets  
Repérage des invisibles



#### Porteur

Le service d'aide aux jeunes en difficultés (SAJD) de l'association calvadosienne pour la sauvegarde de l'enfant et de l'adulte (ACSEA) propose un accompagnement éducatif à de jeunes adultes sans enfant, dans le cadre de ses missions de prévention de l'exclusion et d'insertion sociale et professionnelle. Il accueille les personnes selon un principe de libre adhésion.

#### Présentation

Le projet déployé par le SAJD a pour objet d'aller vers les jeunes sur l'espace public afin de repérer, accrocher, apprivoiser, diagnostiquer, partager, proposer, réorienter et accompagner. La gare, le port et le centre commercial du centre-ville de Caen attirent de nombreux jeunes en errance, qui squattent et insécurisent parfois les lieux. L'équipe projet propose à ces jeunes un accès rapide et facilité à l'hébergement, à la santé, à des stages de découverte de métier, à de l'activité rémunérée ou à une reprise de scolarité ou de formation... La spécificité du projet est de proposer à la fois un repérage mobile, grâce à des maraudes, et un ancrage physique, à travers un local à proximité de la zone concernée. Le projet est animé par trois travailleurs sociaux, dont les propositions s'adaptent au fonctionnement des jeunes : sorties en bord de mer pour promener les chiens qui accompagnent leur errance, petits travaux à la journée pour gagner un peu d'argent, accompagnement physique pour régler des démarches administratives, mise en situation professionnelle au sein de structures d'insertion (rénovation d'appartements, recyclerie, nettoyage des espaces publics...), place d'hébergement temporaire, petits travaux, discussions, autant d'intérêt permettant une reprise de confiance.

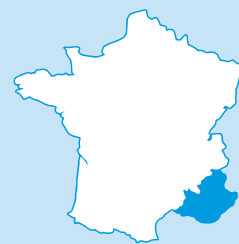
#### Bonne pratique

Le projet s'appuie sur des maraudes de travailleurs sociaux dans les espaces publics, notamment des lieux très fréquentés par les jeunes errants : la gare, le centre commercial, etc. Ces déambulations ont pour but de rencontrer les jeunes errants et de les attirer vers le local physique de l'équipe, situé à proximité, pour répondre à quelques besoins primaires tels un café chaud, un répit, une domiciliation de courrier, l'usage de la machine à laver ou de la douche. Les travailleurs sociaux, formés à ce type de publics jeunes (moniteur-éducateur, éducateur spécialisé), parviennent à « accrocher » des jeunes qui ne viendraient pas spontanément à eux. Une fois le contact réalisé, leurs problématiques spécifiques peuvent être diagnostiquées et un travail engagé via l'accompagnement du service ou l'orientation vers un autre partenaire plus adapté. Si l'accroche ne se fait pas tout de suite, les jeunes ont repéré le local et pourront revenir dès qu'ils seront prêts ou en situation d'urgence. Ils deviennent aussi un relais d'information pour leurs pairs en errance. Les maraudes, associées à la présence d'un local offrant des permanences régulières, installent l'action de repérage dans le temps et l'espace.



Agir depuis  
un tiers-lieu  
en plein cœur  
des quartiers

ACOPAD  
Association Le Cana  
Pacte d'investissement  
dans les compétences PACA



### Porteur

L'association « Le Cana » est une structure installée au cœur des quartiers nord de Marseille depuis 1957. Elle agit auprès des populations avec notamment des logements d'urgence, des structures d'accueil de la petite enfance, un restaurant d'insertion, des actions d'alphabétisation.

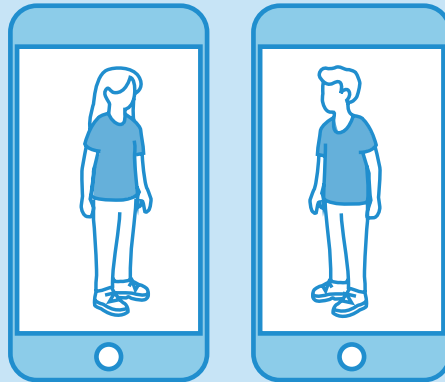
### Présentation

Le projet « Acopad », de repérage et (re)mobilisation des populations des quartiers nord de Marseille, se démarque par sa volonté d'aller vers des publics très éloignés de l'emploi, marqués par leur isolement et des freins prégnants de mobilité. Pour cela, une friche a été réhabilitée -au cœur des quartiers- en un centre de formation. Cette action a permis de capter des publics qui ne seraient pas venus dans des institutions traditionnelles et de créer un véritable lieu de vie.

### Bonne pratique

Le repérage des publics isolés, parfois invisibles, en situation de décrochage et/ou de défiance vis-à-vis des institutions publiques dans les quartiers nord de Marseille est fondé sur la volonté et l'action d'aller-vers. Elle se traduit par la construction d'un centre de formation sur place, au cœur des quartiers, répondant aux normes de confort de haut niveau (construction d'un bâtiment de deux étages, avec un plateau et des équipements informatiques). L'objectif est de faire venir la formation à ces populations et de renverser ainsi la logique pour ces personnes très isolées, sortant peu de leurs quartiers et ayant des freins liés à la mobilité extrêmement importants. Ce tiers-lieu va de pair avec la volonté des animateurs et des conseillers en insertion professionnelle d'aller vers les populations en rencontrant les personnes, en communiquant autrement (via les grands frères des quartiers, le réseau des centres sociaux, des flyers au sein du quartier...) et en introduisant le principe d'inscription au dispositif, en sortant du processus de prescription. L'équipe de repérage est là pour donner envie aux personnes de s'inscrire, mais c'est bien la personne qui décide de s'inscrire. Le processus est tout autre que celui de la prescription, bloquante pour susciter l'engagement.

# Usage des réseaux sociaux



## Synthèse

La présence sur les réseaux sociaux, outil de communication supplémentaire, permet de toucher plus directement les jeunes, dont certains sont absents de l'espace public, et de mettre en place des espaces virtuels de discussions. La tenue d'une page sur différents réseaux (Facebook surtout, et de manière plus éparse YouTube, Twitter, Instagram et Tiktok) permet de publier des actions à venir, de témoignages, écrits ou vidéos, pour mieux se faire connaître car cela est facilement diffusable au plus grand nombre.

Trois principales modalités sont identifiées : la diffusion par un autre jeune ou la famille, la suggestion par les réseaux, et la prise de contact directe de jeunes par des conseillers ou éducateurs dans un processus d'« aller-vers ». Les réseaux sociaux permettent par leur messagerie intégrée (Messenger ou plus spécifiquement, Snapchat) d'ouvrir un canal de discussion directe, et d'apporter des réponses rapides aux jeunes. Cela répond davantage à leurs attentes que le système de rendez-vous classiques selon les heures d'ouverture des structures.

## Objectifs

- Être visible sur les réseaux sociaux sur lesquels les jeunes sont présents.
- Faire connaître les acteurs, auprès des jeunes, des familles et des partenaires, et mieux faire connaître leur offre de service.
- Toucher les jeunes également « invisibles » dans l'espace public.
- Garantir un accès et une disponibilité en s'affranchissant des distances et des d'horaires d'ouverture.

- Conserver un contact, un lien, et faire perdurer les actions pendant le confinement.

- ☛ **Pratique particulièrement adaptée pour des publics qui ne sont pas localisés sur un même territoire et les publics jeunes.**

## Facteurs de réussite

- Ouvrir des comptes aux conseillers avec une messagerie instantanée (Messenger ou Snapchat) pour permettre un dialogue direct et pallier au changement de numéros de téléphone.
- Publier des événements ou exemples d'actions, pour être relayés et être mieux connus par les jeunes.
- Diffuser sur les réseaux sociaux ou le net, via YouTube, des vidéos de témoignages comprenant les coordonnées de l'association.
- Contacter avec les partenaires les familles ou jeunes déjà identifiés, qui pourront ensuite transmettre le contact ou pages à d'autres jeunes.
- Être actif et disponible en dehors des heures d'ouvertures des structures.
- Organiser des visio-conférences ou des live pour faire des activités et événements en ligne.
- ★ **Bien choisir le réseau ou canal selon le public ciblé.**
- ★ **Former les professionnels à la connaissance et à la pratique des réseaux sociaux.**
- ★ **Outils techniquement les porteurs de projets à la création et la mise à jour des sites.**

Utiliser un compte  
Facebook pour  
être identifié  
et entrer en contact

### ZÉRO JEUNES INVISIBLES EN SAMBRE AVESNOIS

Le mouvement associatif  
Hauts de France

Appel à projets  
Repérage des invisibles



#### Porteur

Le mouvement associatif (LMA) Haut-de-France est l'une des antennes régionales du mouvement associatif, fédération d'associations chargée de la représentation politique, de l'animation et du développement territorial, de l'accompagnement et de la promotion des associations régionales. Elle compte 18 membres dans la région, dont la Fédération des centres sociaux du Nord-Pas-de-Calais, le Comité régional des associations de jeunesse et d'éducation populaire (CRAJEP), le CROS et l'URIOPPS.

#### Présentation

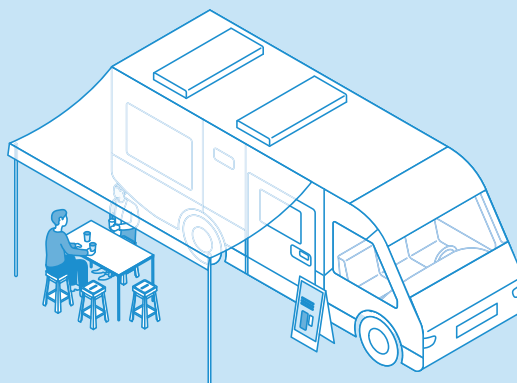
Le projet « Vers un territoire zéro jeunes invisibles en Sambre-Avesnois », porté par un consortium de 18 acteurs dont Le mouvement associatif (LMA) est chef de file, vise à repérer des jeunes en mobilisant leur entourage (habitants, bénévoles, professionnels) pour mailler le territoire et structurer une fonction de repérage, veille et mobilisation partagée. Une fois la personne repérée, un entretien de diagnostic effectué et un accompagnement personnalisé sont mis en place. La durée de l'accompagnement n'est pas limitée, car celui-ci doit permettre de trouver des solutions concrètes aux problématiques du jeune, et le (re)mettre dans une dynamique d'insertion sociale et professionnelle.

#### Bonne pratique

Les référents du projet disposent d'un compte Facebook avec une messagerie Messenger, qui rend les référents directement identifiables par les jeunes sur ce réseau social. Ils se rendent alors disponibles pour eux par le biais de ce compte, relayent les informations du projet, répondent aux sollicitations des jeunes qui auraient déjà pu être rencontrés physiquement ou non, et les orientent dans leur accompagnement. Cette présence numérique concrète permet aux porteurs de projet d'aller chercher et de nouer des contacts avec les jeunes en dehors du repérage « physique ».

Un appel à projet dédié aux maraudes numériques a été lancé depuis, voir page 22.

# Repérage des publics avec un camion, bus ou véhicule aménagé



## Synthèse

L'utilisation d'un véhicule est un moyen « d'aller-vers » adapté tant au milieu rural qu'au milieu urbain. En milieu rural, il est indispensable pour aller au-devant de jeunes souvent peu mobiles. En milieu urbain, il sert d'espace d'accueil mobile et immédiat. Souvent aménagé comme lieu de rencontre et de travail pour les professionnels, ce véhicule peut se substituer aux accueils classiques et ainsi éviter de « perdre » le jeune entre le moment du repérage et le début de l'accompagnement. Ici, l'accompagnement peut démarrer immédiatement dans le véhicule. Cet outil de travail permet aussi de répondre de façon rapide et adaptée aux sollicitations des partenaires du terrain qui repèrent des jeunes dans le cadre de leur activité. Il est en outre utilisé par certains projets pour conduire des jeunes à leurs rendez-vous. C'est un outil flexible et adaptable, qui permet de sortir d'un cadre institutionnel souvent problématique pour les jeunes dit « invisibles ».

## Objectifs

- Accéder plus facilement au milieu rural, pour des projets se déployant sur plusieurs communes.
- Toucher les jeunes sans moyen de mobilité et sans accès aux transports en commun.
- Sortir du cadre d'un « guichet institutionnel » pour toucher des jeunes en méfiance.
- Commencer l'accompagnement dès le repérage.
- Amener l'offre de services dans les territoires où elle ne se trouve pas.
- Répondre aux demandes des communes.
- Disposer d'un espace d'accompagnement sur place pour s'adapter à la situation du jeune.
- Proposer des solutions immédiates aux difficultés des jeunes qui se présentent au camion.

• Pratique particulièrement adaptée pour des publics éloignés des structures et institutions (résidents de communes rurales, de quartiers enclavés) et/ou rencontrant des difficultés de mobilité.

• Cette pratique permet aussi de couvrir des grands espaces, notamment en milieu rural.

## Facteurs de réussite

- Disposer d'un partenariat solide pour établir un parcours permettant de toucher le plus de jeunes possible. Se coordonner avec les mairies pour faire la publicité du passage du véhicule.
- Aménager le véhicule pour accueillir les jeunes dans un cadre convivial et établir une relation de confiance hors des pratiques institutionnelles.
- Donner une identité visuelle au véhicule pour faciliter son repérage par les jeunes. Plus le véhicule sera reconnu, plus les personnes viendront d'elles-mêmes.
- Se déplacer sur des horaires atypiques, aux heures de regroupement des jeunes (par exemple, le soir).
- Faire du véhicule itinérant un espace de ressources pratiques (impression, utilisation d'ordinateurs) pour inciter les jeunes à s'y rendre régulièrement.
- Donner accès au véhicule aux partenaires pour y concentrer l'offre de services (centre de formation, service public de l'emploi, assistance sociale).
- Thématiser les venues du camion itinérant en fonction des endroits afin d'engendrer la venue de nouveaux publics curieux, en plus des personnes déjà en parcours.
- ★ S'appuyer sur la connaissance des partenaires locaux pour savoir où garer le véhicule (environnement, espace) et définir les meilleurs horaires pour toucher le plus de cibles. Travailler l'aspect extérieur du véhicule pour être bien visible et identifié.

Pratiquer la proximité  
avec les familles  
pour mieux cibler  
les jeunes

### VECTEUR VERS LA RÉUSSITE

Missions locales  
de l'agglomération  
de Saint-Nazaire

Appel à projets  
Repérage des invisibles



#### Porteur

Les deux missions locales de l'agglomération de Saint-Nazaire (mission locale de l'agglomération Nazairienne et mission locale du Sillon), la direction territoriale de la protection judiciaire de la jeunesse et le groupement interprofessionnel régional de promotion de l'emploi et du handicap se sont associés pour proposer une démarche originale.

#### Présentation

Le projet « Vecteur Vers la Réussite » (VVR) mis en œuvre dans l'agglomération de Saint-Nazaire consiste à créer du lien, lever les appréhensions, développer l'accès aux droits pour, dans un second temps, proposer un accompagnement individualisé et adapté en fonction des attentes et des besoins des jeunes « invisibles ». Les jeunes concernés par ce dispositif ne sont pas accompagnés par les structures existantes (missions locales, plateformes de décrochage...). Sans activité, ils occupent les espaces publics de leurs quartiers et des centres-villes. L'équipe projet, composée de 5 personnes, va à leur rencontre et leur diffuse de l'information digitalisée, répondant mieux aux pratiques des jeunes.

#### Bonne pratique

Le projet prend appui, entre autres, sur un dispositif partenaire dénommé Le MarSoins, qui regroupe à Saint-Nazaire des unités mobiles proposant de façon universelle et ciblée des actions de prévention en santé, avec une approche familiale, bienveillante et non stigmatisante. Dans le cadre du projet « Vecteur Vers la Réussite » (VVR) mis en œuvre dans l'agglomération de Saint-Nazaire, le camion des MarSoins s'installe sur le parking des quartiers de l'agglomération et les habitants peuvent venir se renseigner, voire se faire dépister par des professionnels de la santé. L'équipe projet est présente aux côtés de l'équipe de prévention et s'affiche avec ses flyers, sa bannière et son numéro de téléphone. Un repérage des jeunes, à travers la proximité qui se noue dans le petit espace mobile et avec l'équipe de prévention, peut avoir lieu. Les mères de famille peuvent aussi exprimer leur inquiétude par rapport à leurs jeunes qui restent chez eux. Elles reviennent à la maison avec un numéro de téléphone à transmettre. Les jeunes sur les parkings, intrigués par les couleurs du camion, peuvent s'informer sur les actions de l'équipe de prévention mais aussi de l'équipe VVR. Il s'agit ici d'amorcer un contact, d'informer et d'explicitier l'action de l'équipe auprès des jeunes et de leurs familles pour susciter les potentielles demandes ultérieures.

→ Ce projet est également présenté page 52

<p>S'installer dans les quartiers au moyen d'un camion multi-services</p>	<p><b>CAP MOBI'LEO</b> Mission intercommunale de l'Ouest</p> <p>Appel à projets Repérage des invisibles</p>	 <p>La Réunion</p>
---	---	---

### Porteur

La Mission Intercommunale de l'Ouest (MIO) de La Réunion couvre cinq communes à l'ouest de l'île.

### Présentation

Le projet « Cap Mobi'Léo » se développe à l'échelle des 36 quartiers des hauts de l'île de La Réunion. Il est conçu pour répondre aux difficultés de mobilité des publics de ces territoires, caractérisées par la précarité socio-économique de ses habitants et par une faible présence des services publics. Le projet vise ainsi à aller vers les jeunes « invisibles » habitants des quartiers ruraux très éloignés des services publics et peu desservis par les transports en commun. À travers le repérage et les actions de remobilisation, il s'agit de re-motiver les personnes qui ne rentrent plus en contact avec les structures d'aide en instaurant un climat de confiance et de proximité entre les jeunes et les accompagnants. Le fonctionnement ambulancier du projet nécessite la mise en place d'une logique partenariale à l'échelle des quartiers, pour impliquer les associations, les institutions présentes, d'une part pour le sourcing des jeunes, d'autre part pour disposer des ressources nécessaires à la levée de leurs freins.

### Bonne pratique

Deux phases distinctes étaient initialement prévues : une première de repérage, en mobilisant les partenaires locaux et les animateurs de rue de la mission locale, et une seconde environ deux mois plus tard, avec le passage du camion Mobi'Léo pendant environ quatre mois. La latence entre le repérage et le passage du camion pouvant mener à des ruptures de contact, ces deux phases sont aujourd'hui simultanées avec un possible accès direct au camion. Ce camion multiservices est installé dans les quartiers. Plusieurs prestations y sont proposées pour dépasser le premier blocage des jeunes, celui de la mobilité. Des espaces sont délimités pour instaurer une convivialité, permettre les rencontres et rechercher des informations : un espace extérieur (sous store) pour la convivialité, un espace numérique équipé d'ordinateurs et d'un téléviseur utilisables par l'ensemble des habitants du quartier (impression d'attestations, recherche d'emploi, etc.), un bureau d'entretien. Une présence permanente est assurée par un binôme « conseiller de la mission locale et animateur » afin d'assurer, pour le conseiller, l'accompagnement des jeunes et répondre à leurs difficultés, pour l'animateur, la mise en place des actions, projets, jeux et animations divers.

## Organiser tous les mois un tour de l'inclusion autour d'une nouvelle thématique

**AUBER INCLUSION**  
Mission locale d'Aubervilliers

Appel à projets  
Repérage des invisibles



### Porteur

La mission locale d'Aubervilliers est la cheffe de file d'un groupement de partenaires locaux (associations de médiation, de prévention, sportives).

### Présentation

Faisant le constat de grandes difficultés sociales et économiques, notamment au sein des quartiers prioritaires de la ville, la mission locale a souhaité élargir son public à des jeunes qui peinent à passer la porte des institutions, voire qui s'en détournent. Organisée en consortium avec cinq autres acteurs locaux de la prévention pour la jeunesse, de la médiation et du sport, elle a mis en place des activités de repérage sous des formes diverses : maraudes, activités sportives, etc. Le consortium qui porte ce projet « AuberInclusion » mise sur une action partenariale de grande échelle pour proposer, après le repérage, des sas de remobilisation aussi variés que les profils de jeunes « invisibles ».

### Bonne pratique

Ayant acquis un camion, qui a été aménagé pour accueillir du public, le consortium organise l'Auber Inclusion Tour. Le bus fait un arrêt sur une place publique d'Aubervilliers chaque dernier mardi du mois en réunissant les partenaires du consortium, des conseillers de structures membres du service public de l'emploi, ainsi que des associations, voire des entreprises. La thématique du bus change tous les mois, avec une sélection des partenaires présents en fonction de celle retenue. Cette variété permet de maintenir l'intérêt constant des publics et d'attirer des nouveaux jeunes. Le projet soulève un certain engouement, puisque le nombre de partenaires voulant être présents est souvent supérieur au nombre de places disponibles. Seuls les membres du service public de l'emploi sont conviés à chaque étape. Cette pratique cherche à délocaliser les services d'accompagnement, pour amener l'offre de service à des endroits stratégiques des quartiers d'Aubervilliers.

→ Ce projet est également présenté page 27

# Repérage via des acteurs de proximité




## Synthèse

Outre la mobilisation des référents et des équipes associées au projet dans le cadre de maraudes, les acteurs de proximité représentent une aide précieuse, pour ne pas dire indispensable, à la bonne réussite du repérage des jeunes « invisibles ». Les municipalités offrent alors leur appui pour faciliter l'interaction avec l'ensemble de ces acteurs, qui peuvent être de nature très diverse : associations caritatives, associations de prévention, commerçants, clubs sportifs, opérateurs de

transport en commun ou encore police municipale. Ils constituent parfois la seule porte d'entrée pour repérer de jeunes « invisibles », et à ce titre, leur implication dans les projets de repérage s'avère des plus utiles. En se faisant les relais auprès des référents, ils deviennent ainsi partie prenante de la démarche, et peuvent en outre offrir un lieu de neutralité pour une première prise de contact avec le référent.

## Objectifs

- Identifier des jeunes éloignés des institutions classiques.
  - Capitaliser sur un vaste réseau de services de proximité, au contact du jeune.
  - Développer la communication de manière interactive.
  - Accéder plus facilement au milieu rural pour des projets dont le périmètre se situe sur plusieurs communes.
  - Surveiller l'activité des jeunes repérés afin de remédier aux nuisances occasionnées pour les acteurs de proximité.
-  **Pratique particulièrement adaptée sur les territoires où les réseaux de proximité existent préalablement.**

## Facteurs de réussite

- Mettre en place un partenariat formel et informel étendu pour toucher le plus de jeunes possible (commerces, clubs sportifs, associations...).
- Favoriser le dialogue avec les structures pour qu'elles puissent relayer les informations de repérage de manière fluide.
- Se coordonner avec les mairies pour faire la publicité du dispositif.
- Déployer les référents sur le territoire pour mieux se faire connaître.
- Se déplacer sur des horaires atypiques, aux heures de regroupement des jeunes (par exemple le soir).



Outiller tous les  
acteurs publics et  
associatifs locaux pour  
favoriser le repérage

ENTRE BIÈVRE ET RHÔNE  
Communauté de communes  
Entre Bièvre et Rhône

Appel à projets  
Repérage des invisibles



### Porteur

La communauté de communes entre Bièvre et Rhône, regroupant 37 communes, est issue de la fusion de deux intercommunalités le 1<sup>er</sup> janvier 2019, qui s'est accompagnée de la définition d'un projet commun dans le domaine de l'emploi et de l'insertion professionnelle des publics en difficulté.

### Présentation

L'ambition de ce projet est de fédérer les acteurs associatifs, les élus et le service public de l'emploi autour d'un projet commun qui renouvelle la façon d'appréhender les publics « invisibles » des professionnels de l'emploi et de l'insertion. Des acteurs de cultures professionnelles différentes sont ainsi réunis pour d'abord repérer les jeunes isolés, dans des quartiers urbains isolés et en milieu rural. Ces actions d'« aller-vers » pour repérer le public sur son lieu de vie débouchent sur une prise en charge de la personne repérée par un binôme de référents, composé d'un éducateur et d'un conseiller en mission locale. Ce binôme permet d'assurer un accompagnement social et professionnel de façon simultanée, dans un objectif de parcours « sans couture ». Un diagnostic de situation est également proposé aux jeunes, réalisé en équipe pluridisciplinaire (conseiller en insertion, animateur jeunesse, conseiller en économie sociale et familiale...) et, à l'issue, un parcours d'insertion professionnelle individualisé.

### Bonne pratique

Les principaux acteurs du territoire ont été largement mobilisés à l'occasion d'une concertation collégiale et d'une campagne de communication : associations caritatives dans le cadre de l'aide alimentaire (secours populaire, secours catholique, Restos du Cœur), animateurs jeunesse, associations sportives ou encore centres communaux d'action sociale. Ces acteurs ont agi de concert pour relayer l'information et signaler les jeunes. Une campagne d'information sur le projet a par ailleurs été conduite en commission emploi/insertion de l'intercommunalité, suivie de réunions avec les maires et techniciens des communes et de rencontres des binômes de référents avec plusieurs équipes municipales. Des fiches de repérage ont été établies et largement diffusées aux centres communaux d'action sociale, aux associations caritatives et aux centres sociaux. Elles permettent aux professionnels de terrain de saisir directement les référents de parcours, pour qu'une prise de contact puisse être faite avec la personne identifiée.

<p style="text-align: center;"><b>Investir les commerçants d'une mission d'aide au repérage</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>LA CARAVANE DES POSSIBLES</b> Centre social Maison Bonhomme  Appel à projets Repérage des invisibles</p>	
---	--	---

### Porteur

Le centre social « Maison Bonhomme », installé à Apt depuis 1985, travaille autour des questions familiales. Il porte le projet en consortium avec 5 autres structures : l'association pour la promotion de l'éducation permanente (ANPEP), le Vélo Théâtre, le festival des cinémas d'Afrique du pays d'Apt, la maison des jeunes et de la culture d'Apt, le Centre social et culturel intercommunal Lou Pasquié.

### Présentation

Le projet « La Caravane des Possibles » mis en œuvre par le consortium entend prolonger les pratiques de repérages des publics déjà en œuvre en y ajoutant une dimension de (re)mobilisation, jusqu'alors peu présente. Des maraudes sont ainsi organisées pour repérer des jeunes et apporter une solution immédiate à leurs problématiques les plus urgentes, nourriture et logement par exemple. Par la suite, des actions de (re)mobilisation individuelle intégrant des activités comme le sport ou le théâtre sont proposées aux jeunes.

### Bonne pratique

Le projet se déploie sur des communes rurales. Un partenariat a été créé avec la mairie et surtout, avec les commerçants qui sont amenés à voir des jeunes régulièrement. Les commerçants qui repèrent à plusieurs reprises des jeunes isolés dans l'espace public sont alors invités à entrer en contact avec le référent du projet. À la suite de ce premier repérage, le référent va directement à la rencontre des jeunes identifiés par les commerçants. Cela permet de couvrir un territoire plus vaste et d'avoir des « vigies » à toute heure dans les communes couvertes par le projet. Un premier échange peut alors se dérouler dans un lieu public, là où le jeune a été repéré, par exemple dans un café.

**Mobiliser positivement  
les commerçants  
et agents gênés par  
des squats de jeunes**

**REPÉRER ET MOBILISER  
LE PUBLIC INVISIBLE**  
Association calvadosienne  
pour la sauvegarde de l'enfant  
à l'adulte  
Appel à projets  
Repérage des invisibles



### Porteur

Le service d'aide aux jeunes en difficultés (SAJD) de l'association calvadoise pour la sauvegarde de l'enfant et de l'adulte (ACSÉA) propose un accompagnement éducatif à de jeunes adultes sans enfant, dans le cadre de ses missions de prévention de l'exclusion et d'insertion sociale et professionnelle. Il accueille les personnes selon un principe de libre adhésion.

### Présentation

Le projet déployé par le SAJD a pour objet d'aller vers les jeunes sur l'espace public afin de repérer, accrocher, apprivoiser, diagnostiquer, partager, proposer, réorienter et accompagner. La gare, le port et le centre commercial du centre-ville de Caen attirent de nombreux jeunes en errance, qui squattent et insécurisent parfois les lieux. L'équipe projet propose à ces jeunes un accès rapide et facilité à l'hébergement, à la santé, à des stages de découverte de métier, à de l'activité rémunérée ou à une reprise de scolarité ou de formation... La spécificité du projet est de proposer à la fois un repérage mobile, grâce à des maraudes, et un ancrage physique, à travers un local à proximité de la zone concernée. Le projet est animé par trois travailleurs sociaux, dont les propositions s'adaptent au fonctionnement des jeunes : sorties en bord de mer pour promener les chiens qui accompagnent leur errance, petits travaux à la journée pour gagner un peu d'argent, accompagnement physique pour régler des démarches administratives, mise en situation professionnelle au sein de structures d'insertion (rénovation d'appartements, recyclerie, nettoyage des espaces publics...), place d'hébergement temporaire, petits travaux, discussions, autant d'intérêt permettant une reprise de confiance.

### Bonne pratique

Le projet mis en place a su conjuguer les différents intérêts des protagonistes du consortium : les vitrines de Caen (association de 270 commerçants), l'atelier-chantier d'insertion La Chiffo, l'association-chantier d'insertion Cap Revivre, les services Trait d'union et Action préventive de l'ACSEA, la SNCF. Les commerçants, regroupés en association et les gares SNCF et routières (Kéolis) sont inquiets et gênés par la présence des jeunes qui freinent leur activité commerciale. À proximité, le SAJD et ses partenaires ont toutes les compétences, les réseaux et les solutions pour proposer à ces jeunes une solution temporaire tant en termes d'hébergement, éducatifs ou de ressources, etc. Les commerçants et la SNCF peuvent à tout moment signaler un jeune à l'équipe dédiée. Elle se déplace alors pour rencontrer directement le jeune dans une attitude bienveillante et positive. La réussite du projet tient dans cette association d'intérêts bien compris, visant à la fois le repérage des jeunes, leur remobilisation sur un projet constructif et la quiétude des espaces publics. Ce partenariat offre aussi la possibilité aux jeunes de réaliser des stages de découverte au sein des commerces, selon leurs parcours et l'accompagnement mis en place.

# Repérage lors d'évènements culturels, sportifs ou festifs



## Synthèse

Les structures porteuses des projets peuvent profiter de l'organisation d'évènements festifs, sportifs, culturels ou organiser leurs propres évènements, pour initier une dynamique de repérage des jeunes qui se rendraient à ces évènements. S'ils n'ont pas pour objectif principal le repérage et la (re)mobilisation de public, ils permettent de sensibiliser une large part de participants, et pas seulement les jeunes. L'information à une échelle large et le bouche à oreille sont alors de mise. La communication autour des projets portés par les

structures s'établit dans des cadres moins institutionnels durant ces moments, ce qui peut alors baisser la méfiance des jeunes envers elles. Des partenariats avec des acteurs qui n'appartiennent pas au monde de l'accompagnement et du travail social peuvent se tisser dans le cadre de la tenue de ces évènements. A moyen terme, ce nouveau maillage peut aboutir à des orientations de la part des partenaires de leurs publics ou usagers vers les structures porteuses de projet.

## Objectifs

- Profiter de regroupements déjà existants pour capter des publics.
- Attirer les publics par des activités qui se détournent de l'objectif immédiat d'insertion professionnelle.
- ☛ **Pratique particulièrement adaptée, en fonction de l'évènement choisi et de son lieu de réalisation.**

## Facteurs de réussite

- Mettre en place des partenariats avec des acteurs ou des associations qui organisent des évènements susceptibles d'accueillir des jeunes pour multiplier les lieux de présence de l'équipe de repérage.
- Organiser ou participer à des évènements qui correspondent aux pratiques (culturelles, sportives) supposées des jeunes du territoire.
- Savoir présenter son offre de service à un large public lors des évènements pour favoriser le bouche à oreille.
- Cibler les évènements et les lieux en fonction des publics ciblés.
- Lors de l'évènement, s'équiper d'outils et d'offres pouvant intéresser les publics visés
- Prendre contact préalablement avec l'organisateur pour le succès de l'opération.
- Se rendre visible sur les lieux de l'évènement (oriflamme, flyers, logo, roll-up, etc.).

Combiner des interventions quotidiennes et de l'événementiel pour augmenter son impact

**ALLER EN SAVOIE**  
Mission locale de Chambéry  
Appel à projets  
Repérage des invisibles



### Porteur

La mission locale du bassin chambérien, en partenariat avec les trois autres missions locales du département de la Savoie (les missions locales d'Aix les Bains, de la Tarentaises, du Pays de Maurienne) et l'association de sauvegarde de l'enfance et de l'adolescence de Savoie.


### Présentation

Le projet « Aller en Savoie » vise à repérer puis (re)mobiliser des jeunes en déficit d'autonomie, enclavés géographiquement et dont le lien social s'est détérioré. Les équipes du projet n'attendent pas qu'ils viennent jusqu'à leurs bureaux et vont directement les chercher. Le repérage des jeunes « invisible » s'effectue lors de déplacements en milieu urbain et rural, via des maraudes dans les quartiers résidentiels ou en participant à des événements publics. Une phase de remobilisation permet ensuite de lever les freins périphériques des jeunes.

### Bonne pratique

Les référents de proximité ont su faire preuve d'inventivité par la diversité de leurs actions de repérage. En période estivale, certains ont expérimenté des interventions sur les lieux fréquentés par la jeunesse, tels que les plages des lacs de Savoie ou les city stades, avec présence d'oriflammes pour se signaler et distribuer des flyers aux jeunes. Les déambulations se sont également déroulées sur les places de village et au pied des immeubles dans les quartiers d'été. Ils ont par ailleurs déposé des affiches dans les commerces (boulangeries, pharmacies, auto-écoles) et distribué des flyers dans les lieux de passage des jeunes ou de leurs parents (médecins, mairies, points de restauration rapide ou chez les buralistes). Enfin, les référents se sont greffés à des événements publics comme des tournois de jeux vidéos, de street art ou encore des courses de chiens de traîneaux.

Ces actions ont montré leur efficacité en termes de visibilité de l'action, et elles ont permis de bien identifier la personne référente sur le territoire.

<p style="text-align: center;"><b>Diffuser un clip d'animation dans une salle de cinéma</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>VECTEUR VERS LA RÉUSSITE</b> Missions locales de l'agglomération de Saint-Nazaire</p> <p style="text-align: center;">Appel à projets Repérage des invisibles</p>	
---	--	---

### Porteur

Les deux missions locales de l'agglomération de Saint-Nazaire (mission locale de l'agglomération Nazairienne et mission locale du Sillon), la direction territoriale de la protection judiciaire de la jeunesse et le groupement interprofessionnel régional de promotion de l'emploi et du handicap se sont associés pour proposer une démarche originale.

### Présentation

Le projet « Vecteur Vers la Réussite » (VVR) mis en œuvre dans l'agglomération de Saint-Nazaire consiste à créer du lien, lever les appréhensions, développer l'accès aux droits pour, dans un second temps, proposer un accompagnement individualisé et adapté en fonction des attentes et des besoins des jeunes « invisibles ». Les jeunes concernés par ce dispositif ne sont pas accompagnés par les structures existantes (missions locales, plateformes de décrochage...). Sans activité, ils occupent les espaces publics de leurs quartiers et des centres-villes. L'équipe projet, composée de 5 personnes, va à leur rencontre et leur diffuse de l'information digitalisée, répondant mieux aux pratiques des jeunes.

### Bonne pratique

Un clip d'animation de vingt secondes a été créé avec des informations simples : « *Tu as entre 16 et 29 ans, des projets de mobilité ou d'emploi, de logement, des questions sur la formation, l'orientation, tes droits ? Passe à l'action ! Contacte l'équipe Vecteur Vers la Réussite. Ils pourront répondre à tes questions et même, venir à ta rencontre* ». Le clip se termine par la diffusion d'un numéro unique, permettant aux jeunes de contacter l'équipe. Le film court est diffusé dans un cinéma de l'agglomération. Pour renforcer le message du clip et le concrétiser, l'équipe projet s'est installée à l'accueil du cinéma, avec flyer et oriflammes, pour signaler leur présence et répondre aux questions de jeunes après la séance de projection.

→ **Ce projet est également présenté page 43**

# Sources et méthode

## Un cadre pour expérimenter et apprendre

Engagement du Président de la République en 2017, le Plan d'investissement dans les compétences (PIC) est mis en œuvre de 2018 à 2022 et poursuit trois objectifs majeurs :

- **faire plus**, en formant 2 millions de personnes éloignées de l'emploi supplémentaires sur la durée du quinquennat ;
- **faire mieux**, en proposant des parcours mieux ciblés sur les besoins, à la fois des entreprises et des personnes les plus éloignées de l'emploi ;
- **toucher ceux qui n'attendent plus rien de nos institutions**, les « invisibles », à travers des actions d'« aller vers » et de remobilisation vers l'emploi.

**Amener à la formation et/ou ramener à l'emploi les publics qui en sont les plus éloignés et qui cumulent les difficultés** (santé, mobilité, isolement, précarité financière, précarité dans le logement, illettrisme ou illettrisme, charge précoce de famille, etc.) **constitue cependant une gageure**. Peine à se projeter, moindre appétence à se former, voire défiance installée vis-à-vis de dispositifs synonymes d'échecs pour eux-mêmes ou leurs proches, accroissent encore la distance de ces « grands décrocheurs » par rapport au marché du travail et aux actions de formation ou d'accompagnement classiques.

**Quatre appels à projets nationaux lancés dans le cadre du PIC ont cherché à attaquer de front cette gageure, en soutenant l'expérimentation de nouveaux schémas d'intervention sur tout ou partie de la chaîne allant du repérage à l'emploi, que cette nouveauté tienne aux consortiums d'acteurs mobilisés, aux gestes professionnels et aux outils développés, à la place faite aux « bénéficiaires » dans la conception et l'amélioration des parcours, etc.** Il s'agit des appels à projets :

- Repérer et (re)mobiliser les publics « invisibles », et en priorité les plus jeunes d'entre eux ;
- 100 % inclusion, la fabrique de la remobilisation ;
- Intégration professionnelle des réfugiés ;
- Prépa apprentissage.

La Banque des Territoires (CDC) est opérateur, pour le compte de l'Etat, des trois derniers appels à projets.

L'investissement de l'État en matière de formation professionnelle et d'accompagnement des actifs les plus fragiles s'est également traduit par la signature de Pactes régionaux d'investissement dans les compétences, dans le cadre desquels l'État intervient en soutien (ou « additionnalité ») de l'effort des Régions. **Les enjeux de transformation des parcours de formation et de l'accompagnement constituent un des trois axes structurants des Pactes et ont, au niveau régional, également donné lieu à l'expérimentation de nouvelles pratiques.**

Pactes régionaux et appels à projets ont ainsi permis de financer un très grand nombre d'actions et de projets innovants, souvent à très petite échelle, sur lesquels l'État souhaite capitaliser afin de mieux éclairer la suite des politiques publiques en direction des plus vulnérables : jeunes décrocheurs, bénéficiaires du Revenu de solidarité active, réfugiés, etc. Qu'est-ce que ces projets et leur déploiement effectif, sur des territoires à enjeux (quartiers prioritaires de la politique de la ville, zones de revitalisation rurale, territoires ultra-marins), nous apprennent à travers leurs réussites comme leurs échecs ? Quelles pratiques sont les plus inspirantes ? Quels en sont les facteurs de réussite ? Quels difficultés, verrous ou freins apparaissent comme les plus récurrents ? **C'est en consolidant, pas à pas, les apprentissages et en les faisant circuler que l'on se donnera les moyens d'améliorer, en continu, le service rendu aux personnes et de traiter les grains de sable ou cailloux, nombreux encore, qui enrayent le système.**



## Capitaliser sur les pratiques mises en œuvre dans le cadre des appels à projets : une première étape

La collection de guides de capitalisation est une des traductions de l'exigence d'expérimentation et d'apprentissages portée par l'État dans le cadre du Plan d'investissement dans les compétences.

Cette collection propose **une première photographie de « bonnes pratiques » mises en œuvre par les acteurs, sur sept thèmes :**

1. Repérer les publics dits « invisibles » ;
2. Remobiliser les décrocheurs de l'emploi et de la formation ;
3. Construire des parcours sans rupture : le défi d'un accompagnement global ;
4. Faire une nouvelle place aux « bénéficiaires » ;
5. Reconnaître les compétences par des voies adaptées aux personnes très éloignées de l'emploi ;
6. Construire de nouvelles relations aux entreprises dans le cadre de parcours d'inclusion ;
7. Inclure par le sport.

Ces pratiques ont été identifiées par les cabinets d'études mandatés par l'État à cet effet, en analysant non l'exhaustivité des projets financés, mais **un vivier d'une centaine de projets :**

- 27 projets lauréats de l'appel à projets « Repérer et (re)mobiliser les publics invisibles »,
- 49 projets lauréats de l'appel à projets « 100% inclusion, la fabrique de la remobilisation »,
- 15 projets lauréats de l'appel à projets « Intégration professionnelle des réfugiés »,
- 10 projets lauréats de l'appel à projets « Prépa apprentissage ».

Les projets dont les déploiements étaient trop récents à la date des travaux ont été écartés. Les projets financés dans le cadre des appels à projets

« 100 % inclusion » et « Intégration professionnelle des réfugiés » étant plus diversifiés que sur les deux autres appels à projets, une proportion plus importante de projets a été retenue, pour analyse, sur ces programmes.

**20 actions remarquables déployées dans le cadre des Pactes régionaux.** Sélectionnées par l'État ou les Régions, ces actions ne constituent qu'une toute petite partie de celles financées dans le cadre des Pactes, mais elles permettent d'enrichir le panorama sur des thématiques d'expérimentation en grande partie communes.

Pilotés par le Haut-commissariat aux compétences, les travaux d'enquête et d'analyse ont été réalisés par des cabinets d'études mandatés par l'État à cet effet. La conception des guides s'est inscrite dans un processus de travail itératif, tirant profit des témoignages et de l'expertise des différentes parties impliquées.

*A minima*, une analyse de la documentation existante et un (ou plusieurs) entretien(s) ont été réalisés par les cabinets pour chacun de ces projets ou actions.

Des résultats d'analyse intermédiaires ont été présentés et enrichis dans le cadre d'un atelier d'intelligence collective organisé en novembre 2021, réunissant une centaine de participants : lauréats des appels à projets, parties prenantes du territoire et services de l'État, franciliens essentiellement (cf. cahier photos).

L'analyse s'est également nourrie des présentations et échanges du séminaire « 100% inclusion », dédié aux travaux de recherche ou d'évaluation financés dans le cadre de ce programme, animé par le Haut-commissariat aux compétences, entre janvier et mai 2022.

Les premiers guides de la collection visent à *documenter* des pratiques effectivement mises en place par les acteurs et quelques-unes de leurs

conditions de réussite, afin que ces pratiques puissent inspirer d'autres acteurs de terrain et qu'elles puissent éclairer les décideurs et agents en charge de les accompagner et de faciliter leurs actions. Ils ne constituent pas une fin en soi, mais une étape vers davantage d'intelligence partagée sur ce qui germe et se déploie un peu partout sur les territoires en matière de (nouvelles) pratiques d'inclusion de publics en grand décrochage. D'autres ateliers d'intelligence collective seront à organiser en 2022 et 2023, pour mettre en débat et enrichir les éléments collectés et consolidés à ce stade.

**Chacun peut contribuer à enrichir et faire circuler ces apprentissages.** Ils seront à actualiser, consolider et/ou amender au fur et à mesure :

- de l'entrée de nouveaux lauréats dans les programmes (en 2021 et 2022),
- de l'enregistrement de données de réalisations plus significatives sur les projets (déployés depuis une à trois années au moment de l'enquête).

Et ils seront par ailleurs à compléter d'une revue systématique des difficultés, freins ou verrous les plus récurrents remontés du terrain. On apprend en effet tout autant par l'analyse de ce qui bloque et freine les dynamiques d'acteurs que par l'analyse de ce qui marche, dans les expérimentations financées.

Les éclairages apportés dans le cadre de ce chantier de capitalisation, porté à différents niveaux de l'État (Haut-commissariat aux compétences, Délégation générale à l'emploi et à la formation professionnelle, Dreet), ne remplacent bien évidemment pas **les travaux réalisés par ailleurs, ceux du Comité scientifique en charge de l'évaluation du Plan d'investissement dans les compétences tout particulièrement.** Documenter un certain nombre de pratiques mises en œuvre est une chose. Évaluer les résultats qu'elles produisent en est une autre et suppose un recul suffisant par rapport aux déploiements des projets, ainsi que des méthodologies adaptées. C'est là tout l'enjeu des travaux de ce comité.

## Zoom sur les appels à projets du PIC

### **AAP « Repérer et (re)mobiliser les publics « invisibles », et en priorité les plus jeunes d'entre eux »**

#### Objectif :

Renouveler les approches et innover pour repérer, aller vers, renouer le contact et (re)mobiliser des jeunes et demandeurs d'emploi qui restent en marge du service public de l'emploi et plus généralement des dispositifs de droit commun et assurer, à l'issue de cette phase, le relais vers un dispositif existant adapté aux besoins de chaque personne.

#### Publics cibles :

L'appel à projets vise les publics dits « invisibles », prioritairement les jeunes de moins de 30 ans, ni en emploi, ni en formation, ni en études, qui ne sont pas accompagnés par le service public de l'emploi (Pôle emploi, missions

locales, Cap emploi) et évoluent « hors des radars institutionnels » en cumulant parfois un grand nombre de difficultés (illettrisme, isolement social, handicap reconnu ou non, sans domicile fixe, personnes avec des pratiques addictives, économie informelle, rejet des institutions...).

Une attention particulière est portée aux habitants des quartiers prioritaires de la politique de la ville (QPV) et des territoires ruraux, ainsi qu'aux personnes en situation de handicap.

#### En quelques chiffres :

- Plus de 300 projets lauréats sélectionnés depuis 2019 au niveau régional.
- Plus de 100 M€ de financements alloués dans le cadre du Plan d'investissement dans les compétences.
- Un objectif de 100 000 personnes repérées, sur la période 2019-2022.

## Appel à projets « 100% Inclusion, la fabrique de la remobilisation » :

### Objectif :

Expérimenter des parcours intégrés, allant du repérage et de la remobilisation à l'emploi ou à l'activité durable, en tirant profit d'une diversité de situations d'apprentissage et de modalités pédagogiques, pour assurer la reconnaissance et la montée en compétences des bénéficiaires, par des voies qui leur soient adaptées.

### Publics cibles :

Prioritairement les personnes peu qualifiées (infra Bac) et les habitants des quartiers prioritaires de la politique de la ville (QPV) ou des zones de revitalisation rurale (ZRR).

Afin de favoriser la mixité des profils, les parcours « 100 % inclusion » peuvent également s'adresser aux demandeurs d'emploi de très longue durée, aux bénéficiaires du RSA, aux bénéficiaires d'une protection internationale et, plus généralement, à toute personne en grande difficulté d'insertion professionnelle, quel que soit le lieu de résidence ou le niveau de formation.

### Trois attentes spécifiques dans le cadre de cet appel à projets d'expérimentation :

#### **1. Un développement agile, ou par itérations successives**

Il s'agit d'expérimenter en cycles courts (plusieurs itérations de quelques semaines à

plusieurs mois, plutôt qu'une seule expérimentation dont on attend les résultats des années).

#### **2. Une conception « orientée utilisateurs »**

Il s'agit de remettre les bénéficiaires (leurs situation, comportements et attentes réels) au cœur de la conception des parcours. Cette exigence a eu son pendant, côté Etat, avec l'organisation de « Comités de bénéficiaires », en amont des Comités de sélection (cf. cahier photos).

#### **3. Une dynamique territoriale « apprenante »**

Il s'agit d'encourager des réponses en consortium d'acteurs (amenant chacun à sortir de sa zone de confort et/ou à se positionner là où il a la plus forte valeur ajoutée), à une échelle territoriale maîtrisée (permettant des adaptations rapides), avant un possible essaimage.

### En quelques chiffres :

- Plus de 100 projets lauréats, sélectionnés en 4 vagues, de 2019 à 2021.
- Plus de 200 M€ de financements alloués dans le cadre du Plan d'investissement dans les compétences, pour un taux moyen d'intervention de l'ordre de 60 %.
- Des projets le plus souvent financés sur 3 ans, pour une phase d'expérimentation, pouvant comprendre un premier passage à l'échelle (dans le cadre du projet initial ou de son extension).
- De l'ordre de 70 000 bénéficiaires attendus entre 2019 et 2023.

---

## Appel à projets « Intégration professionnelle des réfugiés »

### Objectif :

Soutenir des projets contribuant à l'intégration professionnelle des personnes bénéficiaires d'une protection internationale, via le **déploiement de parcours d'accompagnement vers et dans l'emploi ou la création d'activité, la reconnaissance et le développement des compétences, la coordination et la professionnalisation des acteurs, la multiplication des passerelles avec les acteurs économiques d'un territoire.**

Les projets doivent privilégier une **logique d'accompagnement global** (formation, mise en situation professionnelle, logement, mobilité, santé, français à visée pro, levée de freins de type culturel, aide à la garde d'enfants).

L'appel à projets encourage **la création de nouvelles coopérations et le renforcement de coopérations existantes** entre acteurs publics et privés d'un territoire, acteurs historiques et émergents, spécialistes de l'asile et acteurs de l'insertion et de la formation professionnelle, etc.

### Publics cibles :

**Bénéficiaires d'une protection internationale (réfugiés, protection subsidiaire, apatrides) et demandeurs d'asile de plus de 6 mois.**

Les porteurs peuvent proposer des projets visant des publics particuliers, notamment les femmes, les jeunes de moins de 26 ans, les seniors (40 ans et plus) et les personnes analphabètes ou illettrées.

### En quelques chiffres :

- 55 projets lauréats, sélectionnés en 3 vagues, en 2019 et 2020.
  - Près de 50 M€ de financements alloués dans le cadre du Plan d'investissement dans les compétences, pour un taux moyen d'intervention de l'ordre de 50%.
  - Des projets le plus souvent déployés à une maille très locale, touchant des bénéficiaires sur plus de 60 départements (à fin 2021).
  - Plus de 25 000 bénéficiaires attendus entre 2019 et 2023.
-

---

## **Appel à projets « Prépa apprentissage »**

### Objectif :

Les projets doivent permettre aux jeunes, sans emploi, ni formation, qui souhaitent s'orienter vers l'apprentissage, de bénéficier d'un accompagnement personnalisé, dans la perspective de découvrir des métiers, de choisir leur voie et de consolider leurs compétences.

Il s'agit, en innovant notamment en matière de communication, de pédagogie, de partenariats, de :

- rendre l'accès à l'apprentissage possible pour des jeunes qui n'ont pas cette possibilité en vue,
- contribuer à développer l'apprentissage dans les secteurs stratégiques ou en tension,
- accompagner les jeunes et les entreprises dans leur recrutement d'apprentis, afin de réduire le risque de rupture de contrats d'apprentissage ensuite.

### Publics cibles :

Jeunes de 16 à 29 ans (sans limite d'âge pour les personnes disposant d'une reconnaissance qualifiée de travailleur handicapé, RQTH), ayant terminé leur scolarité du collège, et prioritairement : jeunes de niveau de formation inférieur au Bac (Bac non validé).

Les personnes résidant en quartiers prioritaires de la politique de la ville (QPV), en zones de revitalisation rurale (ZRR) et les personnes disposant d'une reconnaissance de la qualité de travailleur handicapé figurent parmi les publics prioritaires de l'appel à projets.

### En quelques chiffres :

- 150 projets sélectionnés en plusieurs vagues, entre 2019 et 2022.
  - 225 M€ de financements alloués dans le cadre du Plan d'investissement dans les compétences, pour un taux d'intervention de l'ordre de 80%.
  - 110 000 bénéficiaires attendus, entre 2019 et 2023.
-





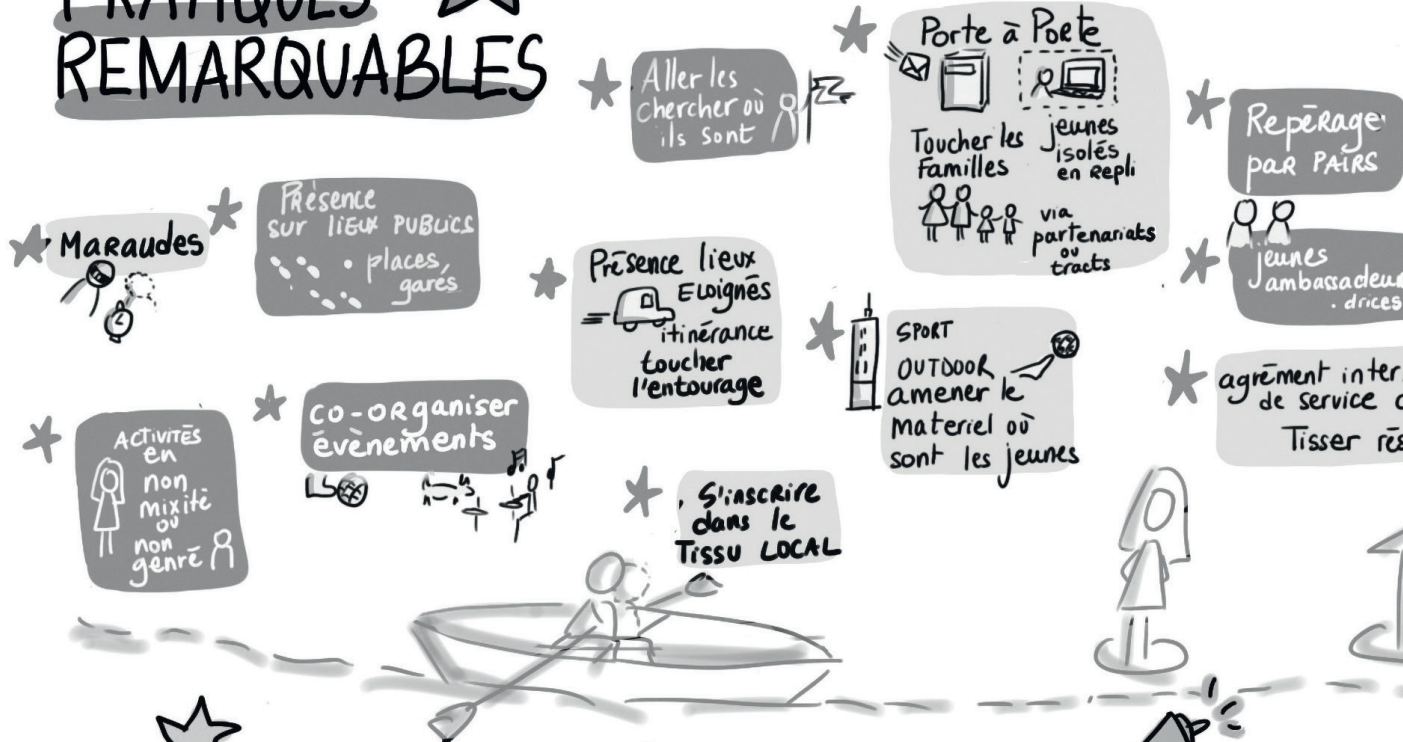






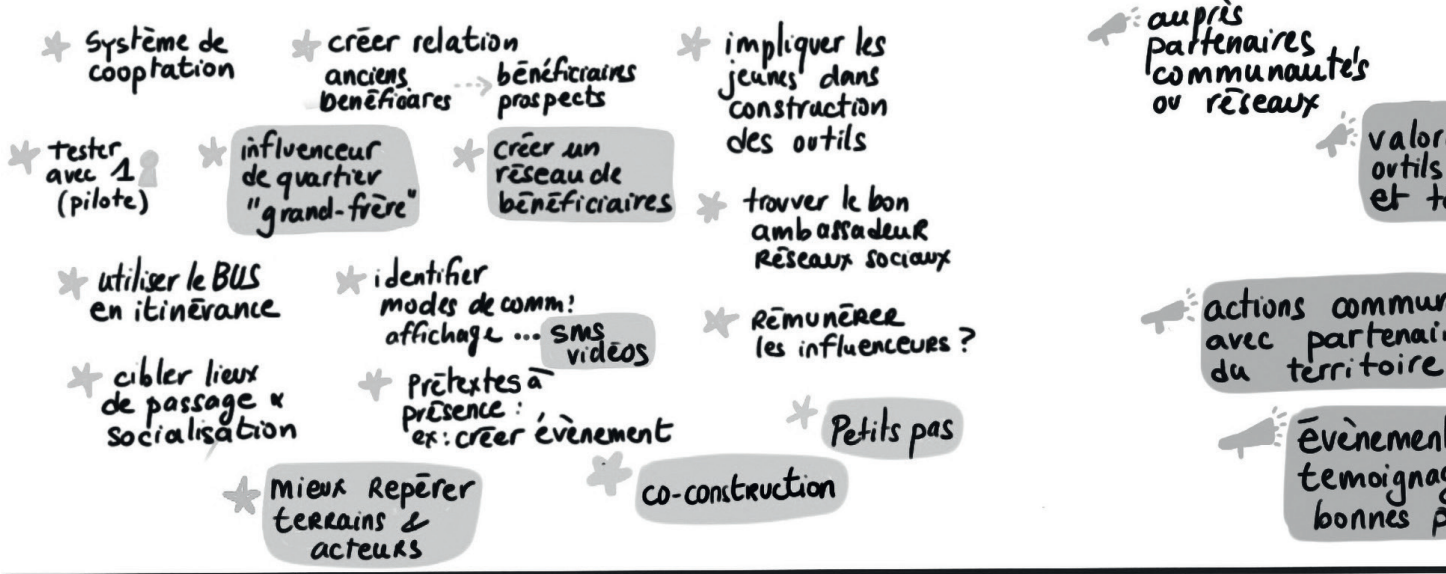
# Repérage des invisibles, nous l'Aller

## PRATIQUES REMARQUABLES



## APPROPRIATION

## DIFFUSION



25 novembre 2021

Capitalisation sur les actions des Appels à Projets

# Nouvelles modalités de vers

## les invisibles



★ Réseaux sociaux  
Facebook, YouTube, Instagram, LinkedIn

★ témoignages vidéos

★ Recrutement jeune (service civique) pour créer du contenu adapté aux jeunes

★ Repérer les publics via les anciens liens  
AAAA  
AAAA

★ Prendre le temps  
Y aller par étapes  
① ② ③ ④ ⑤ ⑥

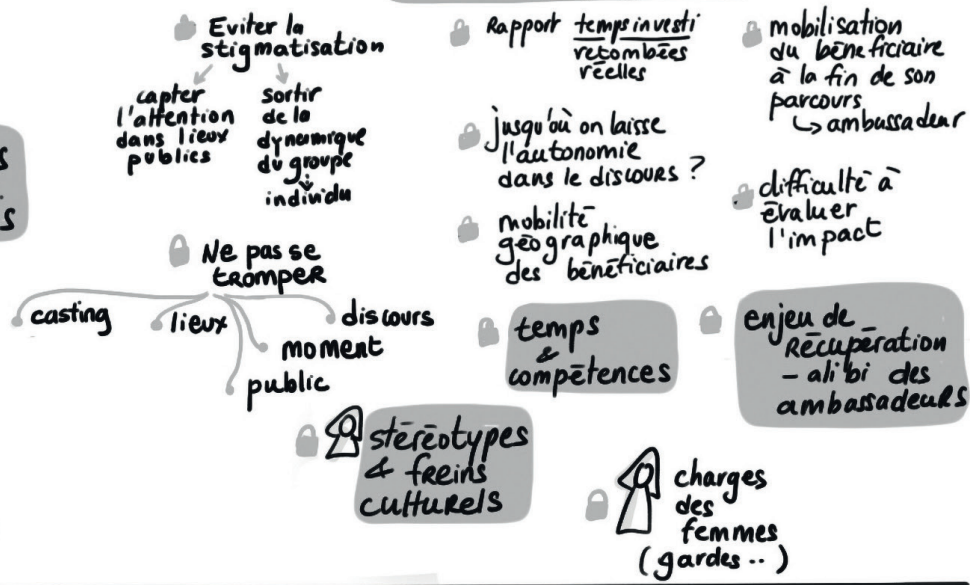
★ Créer les liens avec l'entourage, les parents

★ S'appuyer sur des Boosters à l'échelle micro

SION



# VERROUS



Remarquables du PIC

# La collection de guides de capitalisation



## 7 guides pour capitaliser et apprendre des projets financés dans le cadre du Plan d'investissement dans les compétences :

« Expérimenter ne suffit pas. Il faut savoir apprendre de ce que l'on expérimente via des centaines d'acteurs engagés sur le terrain, et consolider ensemble ces apprentissages. Il faut savoir ensuite transformer l'action à partir de ce que l'on a appris. »

Carine Seiler, Haut-commissaire aux compétences.

La collection des guides de capitalisation est une des traductions de la dynamique d'expérimentations et d'apprentissages portée par le Haut-commissariat aux compétences et, plus généralement, par le ministère du Travail, du Plein emploi et de l'Insertion, dans le cadre des appels à projets du Plan d'investissement dans les compétences et des Pactes régionaux d'investissement dans les compétences.

Chaque guide propose un cadre analytique permettant de distinguer des grands ensembles de pratiques et un premier catalogue de « bonnes pratiques » tirées des projets financés.



Ce premier relevé de pratiques, réalisé à mi-chemin, pour des programmes et projets dont les réalisations sont attendues sur les années 2019 à 2023, demandera à être enrichi, amendé ou consolidé, au terme des déploiements.







# PLAN D'INVESTISSEMENT DANS LES COMPÉTENCES