



Ministère de la Ville, de la Jeunesse et des Sports

Direction de la Jeunesse, de l'Éducation Populaire et de la Vie Associative
Institut National de la Jeunesse et de l'Éducation Populaire
Mission d'animation du Fonds d'Expérimentation pour la Jeunesse

95, avenue de France – 75650 Paris CEDEX 13
www.experimentation.jeunes.gouv.fr





INTRODUCTION

Ce projet a été financé par le Fonds d'Expérimentation pour la Jeunesse dans le cadre de l'appel à projets n°APOJ lancé en Mars 2014 par le Ministère chargé de la jeunesse.

Le Fonds d'Expérimentation pour la Jeunesse est destiné à favoriser la réussite scolaire des élèves et améliorer l'insertion sociale et professionnelle des jeunes de moins de vingt-cinq ans. Il a pour ambition de tester de nouvelles politiques de jeunesse grâce à la méthodologie de l'expérimentation sociale. A cette fin, il impulse et soutient des initiatives innovantes, sur différents territoires et selon des modalités variables et rigoureusement évaluées. Les conclusions des évaluations externes guideront les réflexions nationales et locales sur de possibles généralisations ou extensions de dispositifs à d'autres territoires.

Le contenu de cette note n'engage que ses auteurs, et ne saurait en aucun cas engager le Ministère.

Ministère de la Ville, de la Jeunesse et des Sports
Direction de la Jeunesse, de l'Education populaire et de la Vie associative
Institut National de la Jeunesse et de l'Éducation Populaire
Mission d'animation du Fonds d'Expérimentation pour la Jeunesse
95, avenue de France – 75650 Paris CEDEX 13

Pour plus d'informations sur l'évaluation du projet, vous pouvez consulter le rapport d'évaluation remis au Fonds d'Expérimentation pour la Jeunesse par l'évaluateur du projet sur le site www.experimentation.jeunes.gouv.fr



FICHE SYNTHÉTIQUE DU PROJET

Cette fiche doit tenir en **une seule page** et être remplie en utilisant le cadre suivant.

THÉMATIQUE : ENGAGEMENT DES JEUNES Numéro du projet : APOJ_52
LE DISPOSITIF EXPERIMENTÉ
Titre : Ticket for Change
Objectifs initiaux : Mettre en action et fédérer la future génération d'acteurs du changement : <ul style="list-style-type: none">- Sensibiliser le plus grand nombre en montrant des exemples inspirants d'acteurs de changement- Aider des jeunes à s'engager dans des carrières à impact (entrepreneurs, intrapreneurs, acteurs de changement) et passer à l'action
Public(s) cible(s) : <i>Jeunes de 18 à 30 ans, représentant la diversité de la France, provenant de tous horizons sociaux, géographiques, culturels et académiques.</i> <i>55 527 personnes ont été touchées durant toute la durée du dispositif.</i>
Descriptif synthétique du dispositif expérimenté : <i>Un Tour de France de 10 jours devenu un véritable Parcours Entrepreneur de 6 mois, l'animation en réel d'un cours en ligne par des communautés locales partout en France – et dans le monde – et le développement d'un programme de Connecteurs, bénévoles locaux formés pour diffuser nos outils et nos pédagogies et ainsi démultiplier notre impact.</i>
Territoire(s) d'expérimentation : <i>France et en particulier Paris, Lille, Lyon, Marseille, Toulouse, Bordeaux, Strasbourg.</i>
Valeur ajoutée du dispositif expérimenté : <i>Le dispositif repose sur une pédagogie en 3 étapes : inspiration (comprendre que « oui, c'est possible ! »), introspection (identifier ses forces, ses valeurs, ses talents, et l'enjeu du monde qui nous touche le plus) et passage à l'action (réaliser ses premiers pas et se lancer concrètement). Le dispositif a apporté savoir-faire, savoir-être et communauté de pairs et d'experts aux jeunes bénéficiaires de nos programmes. La valeur ajoutée du dispositif est de « planter des graines » chez des personnes qui ne pensaient pas être capables de se lancer et de monter un projet et devenir acteurs du changement.</i>
Partenaires techniques opérationnels : (1) Partenaires initialement visés dans la convention : FEJ, Entreprendre&+, Renault, Schneider Electric (2) Partenaires effectifs de l'expérimentation : <i>Rendez-vous sur la page Partenaires de Ticket for Change : www.ticketforchange.org</i>
Partenaires financiers (avec montants) : <i>Rendez-vous sur la page Partenaires de Ticket for Change : www.ticketforchange.org</i>
Durée de l'expérimentation : (1) Durée initiale : 36 mois. (2) Durée effective : 36 mois.
LE PORTEUR DU PROJET
Nom de la structure : Ticket for Change Type de structure : Association
L'ÉVALUATEUR DU PROJET/ DU PROGRAMME
Nom de la structure : Agence PHARE Type de structure : Structure privée



PLAN DE LA NOTE DE RESTITUTION

Proposition de plan à titre indicatif sachant que la structure générale et l'ensemble des items devront être traités.

Sommaire (ajouter les numéros de pages correspondantes)

Introduction

I. Rappel des objectifs et du public visé par l'expérimentation

- A. Objectifs de l'expérimentation
- B. Public visé et bénéficiaires de l'expérimentation (analyse quantitative et qualitative)
 - 1. *Public visé*
 - 2. *Bénéficiaires directs*
 - 2.1. Statistiques descriptives
 - 2.2. Analyse qualitative
 - 3. *Bénéficiaires indirects*

II. Déroulement de l'expérimentation

- A. Actions mises en œuvre
- B. Partenariats
 - 1. *Partenaires opérationnels*
 - 2. *Partenaires financiers*
- C. Pilotage de l'expérimentation
- D. Difficultés rencontrées

III. Enseignements généraux de l'expérimentation

- A. Modélisation du dispositif expérimenté
- B. Enseignements et conditions de transférabilité du dispositif
 - 1. *Public visé*
 - 2. *Actions menées dans le cadre du dispositif*
 - 3. *Partenariats, coordination d'acteurs et gouvernance*

Annexes

Introduction

Notre constat de départ a été formulé ainsi dans notre dossier de candidature : “nous avons besoin de plus d’entrepreneurs *pour* la France”. Ci-dessous, un extrait du problème détaillé auquel Ticket for Change entendait répondre : *“France, 2013. Le chômage et la précarité augmentent. L’Etat ne peut plus tout : ses caisses sont vides et les solutions d’hier sont de moins en moins efficaces. Il faut trouver de nouvelles idées, inventer de nouveaux modèles. L’entrepreneuriat social, en cherchant à mettre en place des solutions innovantes et pérennes à des problèmes sociaux et environnementaux pressants, est une vraie réponse. Dans le même temps, de plus en plus de jeunes désirent mettre leurs talents au service de la société et cherchent la voie qui leur permettra d’avoir le plus d’impact. Ils participent à des conférences, lisent des articles et des livres, regardent des vidéos d’entrepreneurs sociaux... Autant de démarches qui sensibilisent mais ne mettent pas en mouvement. Il est grand temps de permettre à ces jeunes talents de se révéler car ils n’attendent qu’une étincelle pour s’exprimer. Aucune initiative en France ne permet à des jeunes passionnés de tous horizons de réaliser une immersion dans le monde des pionniers de la France généreuse de demain, à partir d’une approche terrain et d’une démarche de « recherche-action » sur une période longue, qui dépasse le temps d’une conférence ou d’une activité de quelques heures. Aucune initiative ne leur permet d’explorer leur quête de sens et de les aider à trouver leur voie d’acteurs de changement. Il y a pourtant un réel besoin. Il devient plus que jamais nécessaire de reconsidérer les jeunes comme les bâtisseurs de la société de demain et de créer un environnement favorable qui permette de susciter des vocations d’acteurs de changement.”*

Ainsi, tel que nous le décrivions dans le dossier de candidature, *“Ticket for Change est un programme de leadership et de transformation dont l’objet est de **susciter des vocations d’entrepreneurs sociaux chez des jeunes qui ont le potentiel de créer la France de demain.** En août prochain, 50 jeunes sillonneront l’Hexagone à la rencontre de pionniers inspirants pour découvrir leur voie d’acteur de changement et développer des solutions innovantes à nos défis sociaux et sociétaux.”*

C’est dans ce contexte qu’est né Ticket for Change, avec un fort positionnement sur la jeunesse. A l’époque seuls des acteurs privés (entreprises ou mécènes particuliers) soutenaient l’association. Le soutien du FEJ est arrivé notamment suite à la rencontre de Matthieu Dardaillon, initiateur et co-fondateur de Ticket for Change, avec Monsieur le Président François Hollande, Madame Najat Vallaud-Belkacem, alors ministre en charge de la Jeunesse, et Monsieur François Rebsamen, alors ministre en charge de l’Emploi et du Travail, lors d’une table-ronde sur la jeunesse à Villiers-le-Bel le 6 mai 2014.

L’expérimentation a duré 3 ans et s’est étendue à l’ensemble du territoire français métropolitain.

Les principales caractéristiques de l’expérimentation (elles seront longuement détaillées dans la suite du dossier) se sont d’abord concentrées sur la conception et l’organisation du **“Ticket Tour”** - un Tour de France de 10 jours pour inspirer et concrétiser les projets d’entrepreneurs du changement -, puis se sont étendues aux nouveaux programmes de Ticket for Change : le cours en ligne **“Devenir entrepreneur du changement”**, co-créé avec

HEC Paris, et surtout le Programme Connecteur né suite à la dynamique locale née du cours en ligne et le Parcours Entrepreneur (programme d'accompagnement de six mois de jeunes porteurs de projets - intégrant notamment 12 jours de Ticket Tour) qui n'est autre que l'évolution du Ticket Tour.

Ces expérimentations ont touché de nombreux bénéficiaires de manière directe et indirecte dont on détaillera plus tard dans le dossier l'ensemble des détails.

I. Rappel des objectifs et du public visé par l'expérimentation

A. Objectifs de l'expérimentation

Voici un rappel des objectifs généraux tels qu'ils ont été formulés dans le dossier de candidature :

Objectif 1	Aider des jeunes à s'engager dans des carrières à impact (entrepreneuriat social, intrapreneuriat social, développement durable, RSE, humanitaire etc.). Mettre en action et fédérer la future génération d'entrepreneurs du changement.
Objectif 2	Mobiliser au-delà des 50 jeunes tous les jeunes qui ont envie de changer les choses en France.
Objectif 3	Valoriser médiatiquement les innovations sociales et les acteurs qui changent la France aujourd'hui pour insuffler une vague d'optimisme et d'engagement solidaire en France.

Ainsi que leur déclinaison opérationnelle (sachant qu'une action pouvait correspondre à différents objectifs) :

Action 1	Un "Ticket Tour" ou voyage-déclic pour 50 jeunes. Un programme co-conçu avec 3 experts reconnus et 7 étapes de transformation pour inspirer les jeunes, leur faire identifier les problèmes et enjeux de notre société et les aider dans la concrétisation de leurs possibles solutions entrepreneuriales.
Action 2	- Un plan Digital et un relais par des grands médias partenaires pour toucher 1 million de personnes en France - Un cours en ligne, ou contenu pédagogique en libre accès pour tous ceux qui n'auront pas pu participer au "Ticket Tour"
Action 3	Accompagnement des 50 jeunes dans la création de leur projet à la sortie de ce Tour de France pour que le projet ne soit pas qu'une parenthèse de dix jours mais une réelle mise en action.
Action 4	Mobilisation de l'écosystème du changement national et régional en capacité d'accompagner les projets d'entrepreneurs du changement

Ces actions, très légèrement reformulées par rapport au dossier de candidature initiale, correspondent bien aux différents programmes qui ont été développés dans le cadre de l'expérimentation.

Les principales évolutions notables qui ont eu lieu sont les suivantes (on en détaillera les apprentissages plus tard dans le dossier) :

- Le "Ticket Tour" de 10 jours a été intégré à un programme plus long de 6 mois, désormais appelé "Parcours Entrepreneur".
- Le cours en ligne a dépassé nos attentes en termes de mobilisation et de bénéficiaires touchés en ligne et en réel.
- Un "Parcours Connecteur" est né de cette large mobilisation en réel autour du cours en ligne et est désormais un pilier de notre stratégie de développement territorial et de changement d'échelle.

Les objectifs généraux n'ont quant à eux pas été modifiés.

Notre valeur ajoutée reste la suivante : celle d'aider au *passage à l'action*. Notre constat est toujours le même : *"Il existe beaucoup d'évènements de sensibilisation à l'entrepreneuriat social, beaucoup de dispositifs d'accompagnement d'entreprises sociales, mais aucune initiative ne permet aux jeunes d'explorer leur quête de sens et de les aider à trouver leur voie d'acteurs de changement. Il n'existe **aucun programme dédié au dé clic et la mise en action** de jeunes souhaitant être entrepreneurs sociaux, entrepreneurs du changement, intrapreneurs sociaux etc."*

B. Public visé et bénéficiaires de l'expérimentation (analyse quantitative et qualitative)

1. Public visé

Avant de répondre à la question, il convient d'évoquer les remarques suivantes :

- Le positionnement de Ticket for Change reste le même : une organisation par et pour des jeunes, de la plus grande diversité académique, sociale, culturelle, géographique possible.
- Des activités et programmes de Ticket for Change se sont néanmoins ouverts à d'autres publics, notamment plus âgés, suite aux demandes et besoins exprimés par nos bénéficiaires et constatés sur le terrain.
- Cela avait déjà été exprimé dans de précédents comptes rendus mais il reste toujours aussi difficile de "rentrer dans les cases" proposées lors de l'évaluation (notamment dans l'annexe des publics visés et touchés) car nous ne disposons en général pas de ces informations aussi précises.
- Il se peut donc que des imprécisions ou des doublons subsistent dans nos calculs et estimations. Nous sommes à l'écoute de vos remarques pour nous améliorer. La mesure d'impact et la compréhension précise de celui-ci auprès de nos bénéficiaires constitue en interne un chantier prioritaire de l'année 2017.

Le public initialement visé ne diffère pas du public cible habituel puisque l'expérimentation a permis de donner naissance au projet Ticket for Change. L'organisation n'existait pas auparavant.

Le public initialement visé était un public jeune, de 18 à 30 ans, représentant la diversité de la France, en termes de formations, d'origines, de parcours. La diversité du public visé est depuis l'origine au cœur du projet et de l'impact visé et cela n'a pas évolué depuis le début de Ticket for Change.

A l'époque, nous évoquions les estimations suivantes dans le dossier de candidature :

- 50 jeunes dans le train
- Une cinquantaine de contributeurs dans chaque ville étape
- 10 000 personnes à travers le MOOC
- 1 million de personnes grâce au relai des médias

Même s'il n'y avait pas de profils-types pour chaque programme, de grandes tendances se dessinent. Au début de l'expérimentation, une seule offre existait, celle du Ticket Tour, dont les profils des participants ont été évoqués ci-dessus. Au fur et à mesure de l'expérimentation, de nouveaux programmes se sont développés, notamment pour le cours en ligne "Devenir entrepreneur du changement" et pour le Programme Connecteur, mais il n'est pas possible de séparer distinctement un programme de l'autre en fonction des profils.

Voilà cependant les changements ou évolutions qui ont été observés :

- Ouverture et impact auprès d'un public francophone partout dans le monde (et plus seulement sur le territoire français), notamment à travers le MOOC qui a permis de toucher des bénéficiaires dans près de 160 pays ;
- Ouverture et impact auprès d'un public plus âgé qui reste et se revendique "jeune d'état d'esprit", notamment suite au MOOC où près de 40% des bénéficiaires avaient plus de 25 ans (!) et aux très nombreuses demandes pendant les appels à candidatures du Parcours Entrepreneur.

Il est plus facile et pertinent pour nos activités de séparer les offres par niveau de "maturité vocationnelle" des participants :

- Pour les personnes les moins engagées et matures ("je découvre que c'est possible d'avoir un impact positif sur la société par son travail") : activités de sensibilisation (médias, événements grand public...);
- Pour les personnes plus engagées ou matures ("j'ai envie d'avoir un impact positif mais je n'ai pas encore d'idée") : cours en ligne et Programme Connecteur ;
- Pour les personnes très engagées ou matures ("j'ai envie et j'ai un début d'idée mais je ne sais pas encore comment me lancer") : Parcours Entrepreneur.

La diversité des profils bénéficiaires reste au cœur de nos activités et de notre impact.

Pour rappel, la conception et l'amélioration de notre processus de sélection est clé dans la réussite de notre activité. Je vous joins ici un extrait du dossier de candidature concernant ce chantier :

Nous sommes à la recherche des 50 jeunes qui dessineront la France de demain

Avec l'aide de partenaires, nous identifions les 50 jeunes qui ont le plus d'atouts pour inventer et créer la France de demain

Nos critères de sélection



Exemples de participants



Ninon
AgroParisTech



Quentin
ICAM



Bolewa
Cités en mouvement



Hortense
ESCP Europe

Processus de sélection

18 mars

Diffusion de l'appel à candidature

30 avril

Clotûre des candidatures

début mai

Pré-sélection par l'équipe Ticket for Change

fin mai

Sélection par un jury d'experts

1er juin

Annnonce des participants

Depuis, celui-ci a évolué au gré des retours des experts travaillant avec nous et des mesures d'impact qui ont été réalisées par le Leadership Center d'HEC Paris qui nous accompagnait sur ce sujet. Les principaux approfondissements ont été les suivants :

- Ajout d'une étape de rencontre physique lors d'un "Tour de France des sélections" ;
- Maintien des critères non académiques sur la motivation et l'ancrage du candidat ;
- Maintien d'une notation par plusieurs personnes pour diminuer autant que possible les biais de notations ;
- Ajout d'un critère de disponibilité plus fort (présence obligatoire sur l'ensemble du Parcours de 6 mois vs. présence obligatoire sur le "Ticket Tour" de 10 jours) ;
- Nécessité d'avoir un début d'idée et/ou de connaître l'enjeu sur lequel le candidat souhaite s'attaquer (cf. détail plus bas sur les raisons et apprentissages d'une telle évolution) ;
- Possibilité de candidater quel que soit son âge et en équipe.

2. Bénéficiaires directs

2.1. Statistiques descriptives

En introduction à la réponse à cette question, il convient de rappeler tel que cela a déjà été décrit dans le document plus haut et dans le document annexe, qu'il est difficile d'être totalement précis et de faire parfaitement rentrer les bénéficiaires dans les cases décrites et demandées car nous manquons parfois de données sur chacun d'entre eux. Nous avons donc calculé l'impact de la façon la plus précise possible mais il est probable qu'il demeure quelques imprécisions et doublons.

Comme cela a été détaillé dans le document annexe, nous avons donc pris en compte comme bénéficiaires directs les bénéficiaires suivants :

- Les candidats sélectionnés et participants aux éditions 2014, 2015, 2016 au Parcours Entrepreneur (qui contient le "Ticket Tour")

- Les inscrits au MOOC Devenir entrepreneur du changement
- Les personnes présentes à nos événements grands publics réalisés partout en France
- Les bénévoles Connecteurs formés et actifs au sein de Parcours Connecteur

N'ont pas été comptabilisé les bénéficiaires sur lesquels nous estimons n'avoir qu'un impact indirect :

- Les candidats non sélectionnés au Parcours Entrepreneur, bien que le processus de sélection ait un impact sur eux (par les questions posées et les rencontres faites notamment)
- Les associées et/ou co-fondateurs des participants du Parcours Entrepreneur, bien qu'ils puissent parfois bénéficier du programme
- Les personnes présentes aux événements en réel organisés autour du MOOC, alors qu'un impact est bien réel sur eux notamment à travers les discussions et rencontres qu'ils ont effectuées dans le cadre du MOOC
- Les personnes qui ont découvert Ticket for Change et/ou nos entrepreneurs et l'entrepreneuriat social à travers les média (il est trop difficile de comptabiliser précisément l'impact et le nombre de personnes réellement touchées)
- Les personnes qui se sont portées candidates au Parcours Connecteur mais qui n'ont pas été sélectionnées
- L'ensemble des autres parties prenantes, bien que le projet Ticket for Change ait eu un impact sur eux (transformation, inspiration, se poser les bonnes questions...), telles que l'équipe, les partenaires, les intervenants...

Ces réflexions ont suscité en interne la question de fond de la mesure d'impact. Nous sommes convaincus - car nous le voyons tous les jours ! - que l'impact sur ces bénéficiaires indirects est beaucoup plus important que ce que l'on est capable de mesurer aujourd'hui.

Ainsi, un chantier "Mesure d'Impact" a été lancé avec un cabinet professionnel pour approfondir la connaissance de nos impacts en 2017. Après trois années d'existence, nous ambitionnons d'adopter des outils de suivi de notre impact et de développer un mode de communication basé sur la preuve, pour convaincre largement, atteindre nos objectifs de financement et soutenir notre développement. Nous avons donc décidé de réaliser, en collaboration avec le cabinet Improve, une étude exhaustive de notre impact social. Cette étude poursuit 3 objectifs majeurs : mieux connaître nos bénéficiaires, leurs profils et attentes ; avoir une vision plus claire de la plus-value apportée par chacun des programmes que nous développons ; et enfin identifier leurs principaux axes d'amélioration. Démarrée en début d'année 2017, les résultats de cette étude d'impact seront connus et communiqués d'ici la fin du 3ème trimestre 2017.

2.2. Analyse qualitative

Les objectifs chiffrés de départ étaient les suivants (extraits du dossier de candidature) :

- 50 jeunes dans le train
- Une cinquantaine de contributeurs dans chaque ville étape
- 10 000 personnes à travers le MOOC
- 1 million de personnes grâce au relai des media

Les objectifs quantitatifs ont largement été dépassé ! L'impact a été bien au-delà de nos attentes et de nos prévisions.

Pour rappel, nous avons fait le choix de ne pas comptabiliser les retombées média car cela biaiserait les résultats en termes d'impact mais vous pouvez retrouver l'ensemble de nos retombées presse ici : <http://www.scoop.it/t/revue-de-presse-tfc>.

Malgré tout, ce qui est le plus important pour nous en cette fin d'expérimentation n'est pas tant la quantité (même si cela reste important) mais la qualité de l'impact que l'on peut avoir sur l'ensemble de nos parties prenantes et bénéficiaires. Comme déjà évoqué plus haut, nous avons lancé depuis ce début 2017, un chantier interne sur la mesure d'impact avec une agence spécialisée. Le cadre de l'expérimentation ainsi que la présence de l'évaluateur nous ont permis de prendre conscience de l'importance de cet enjeu. Un immense merci pour l'aide apportée aussi sur ce point-là.

Même si nous ne pouvons mesurer de façon quantitative une partie de notre impact (cf. ci-dessus dans la partie "non comptabilisée"), nous avons des éléments qualitatifs à apporter, notamment à travers des verbatim que nous avons récupérés via divers supports (messages privés, mails de remerciements, commentaires dans des questionnaires de retours...) et qui donnent une autre perspective sur l'impact que les actions de Ticket for Change peuvent avoir :

Verbatim de nos bénéficiaires directs

« Je n'avais pas d'idée avant Ticket for Change. 6 mois après le Tour j'ai lancé ma plateforme de réparation de vélo. » - Philippe, participant du Ticket Tour 2015

« J'ai fait 7 ans et demi d'études comme si les diplômes allaient me donner la réponse à ce que je voulais faire... et je ne trouvais pas, j'étais en quête de sens. J'ai 4 diplômes en tout. Le moment où ça a changé c'est à Ticket, c'est cette capacité à prendre une histoire - avoir fait 7 ans d'études mais ne pas encore être activé - et en sortir quelque chose de fort. (...) Vous mettez tout en œuvre pour que la chance arrive quand tu en as besoin. Ticket c'est une grande famille qui va te pousser comme un propulseur. (...) Ticket c'est 'tout le monde en est capable, maintenant on y va !'. Ça je ne le retrouverai jamais. Et vous en serai reconnaissant pour très longtemps. C'est pour ça que je te dis merci dès que je te vois. C'est pour ça. C'est mon why du merci. » - Anthony, participant du Ticket Tour 2015

“Je tenais à remercier chacun de vous pour votre implication, la qualité de vos cours, tant dans le contenu que dans la forme, votre enthousiasme et votre bienveillance tout au long de ces semaines. Vous n'avez surement pas conscience à quel point ces éléments sont porteurs et essentiels pour nous dans cette phase de préparation ou de lancement et de questionnement voire de doute. J'ai suivi ces cours dans l'idée de trouver une aide, un soutien. J'y ai trouvé un accompagnement, une méthode, des outils et des conseils précieux. Cela m'a permis de mieux structurer mon projet et plus personnellement de gagner confiance en moi. J'y ai trouvé tout ce que je cherchais et ai pris un réel plaisir à suivre chacune des étapes. Alors, je ne peux que vous redire un immense MERCI pour cette belle initiative.” - Bénédicte, participante du MOOC

"Merci de nous offrir cette possibilité. Vous rendez accessible, "l'inaccessible" avec des intervenants de très grande qualité. Merci pour cet exercice d'ouverture, d'enrichissement personnel. L'énergie transmise est remarquable et très inspirante pour transformer." - Mehdi, participant du MOOC

"Au-delà de ce que l'on peut y apprendre (et on y apprend beaucoup), ce MOOC donne confiance en l'avenir, rebooste, et permet de se dire "oui ! demain sera encore meilleur à aujourd'hui, c'est possible !" - Sébastien, participant au MOOC

"Ce n'est pas uniquement basé sur "j'ai un projet" mais aussi sur être acteurs de changement et il n'y a pas beaucoup d'espace comme ça donc c'est hyper appréciable !" - Pierre, connecteur Ticket for Change

Dès le départ et dans l'ADN du projet, la diversité des profils (académiques, géographiques, culturelles et sociales) était au cœur du programme et cela n'a pas évolué ou changé depuis le début.

Les caractéristiques qui ont pu évoluer par rapport à ce que l'on avait initialement envisagé sont détaillées ci-dessous :

- Nous ne nous adressons plus exclusivement aux jeunes, en tout cas pas avec une limite d'âge,
- Nous n'entendons plus "diversité" uniquement par diversité sociale mais bien aussi par diversité géographique, académique ou culturelle,

Il est important ici pour nous de souligner que cette diversité des profils reste une priorité et un enjeu quotidien dans nos activités. Il est très difficile de toucher des publics plus éloignés de ces sujets (entrepreneuriat, innovation sociale...). Nous travaillons étroitement avec des partenaires pour la communication, la conception et l'animation de ces programmes en faveur de public plus éloignés.

La diversité géographique fait également partie de notre ADN : depuis le début du projet, nous nous adressons à des jeunes venant de partout en France.

Cela s'est traduit par la mobilisation et le recrutement de coordinateurs en régions, par des partenariats avec des structures régionales pour diffuser nos appels à candidatures et *sourcer* des candidats régions, la construction et le suivi de partenaires en régions, l'organisation du "Ticket Tour" dans plusieurs villes de France, l'organisation et l'animation d'événements grand public et/ou d'événements Connecteurs en régions, et enfin l'expérimentation du Programme Connecteurs dans plusieurs villes pilotes partout en France.

Il n'y a pas de différences caractéristiques entre les villes qui ont été détectées. Ou du moins, nous n'arrivons pas à en mesurer les différences pour le moment.

Ce chantier "sourcing des candidats" nous demande de l'attention la moitié de l'année et mobilise près de la moitié de l'équipe !

Plusieurs dispositifs, outils et actions sont mis en place :

- Opérations de communication Ticket for Change en ligne à destination du grand public via réseaux sociaux, site web et newsletters
- Opérations de communication Ticket for Change en réel à destination du grand public via des événements
- Opérations de relais de communication en ligne ou en réel via nos réseaux partenaires (500+ prescripteurs nationaux et régionaux)
- Relais plus personnalisés via les réseaux de partenaires et parties prenantes
- Relais via notre réseau d'anciens participants et de Connecteurs (200+ personnes)

Dans tous les cas, que ce soit via Ticket for Change ou via nos parties prenantes, nous mettons tout en œuvre pour sourcer des candidats via les outils de communications digitaux, les rencontres en réel ou les mises en contact personnalisées.

Si vous le souhaitez, il est possible de vous fournir la liste de l'ensemble de nos partenaires relais.

Les modes de repérage et dispositifs de communication n'ont pas été impactés par le caractère expérimental, si ce n'est qu'il nous a été possible d'améliorer d'année en année notre fonctionnement pour maximiser notre impact.

Les principaux apprentissages sur les publics ciblés sont les suivants :

- Les personnes en quête d'inspiration ont besoin d'un temps plus long de maturation de leur idée de projet et d'identification de l'enjeu auquel ils veulent s'attaquer, c'est une démarche de long terme.
- Les personnes en quête de passage à l'action ont besoin d'accompagnement personnalisé dans la durée, c'est également une démarche de long terme qui demande une ultra-spécialisation pour répondre à des problèmes complexes qui les bloquent.
- Les personnes qui viennent chercher de l'inspiration et de l'introspection chez Ticket for Change ont besoin de rencontrer des gens en réel. Ils ont besoin de vivre une expérience en réel.
- Les publics ciblés ont besoin de voir et d'entendre des pionniers qui leur ressemblent pour pouvoir s'identifier, se projeter, prendre confiance en eux.
- Les personnes éloignées ont besoin de renforcer leurs compétences sur la mise en réseau, la construction de modèle économique et l'expression de leur motivation et de leurs compétences.

Pour rappel et remise en perspective, voici un récapitulatif des évolutions depuis 2014 en lien avec ces apprentissages :

- 2014 : organisation du Ticket Tour de 10 jours par et pour des jeunes avec des objectifs d'inspiration et de passage à l'action (on a mélangé ces deux objectifs au sein du même Tour avec des personnes ciblées venant pour ces deux raisons)
- 2015 : organisation du Ticket Tour de 10 jours par et pour des jeunes avec des objectifs de passage à l'action renforcés uniquement (ne plus mélanger ces deux objectifs pour ne pas créer de frustrations) et construction du MOOC pour renforcer et approfondir l'impact et la dimension inspiration (mise en ligne de contenus inspirants et développement d'une démarche d'animation de communauté en réel)

- 2016 : évolution du Ticket Tour sur un programme de 6 mois “Parcours Entrepreneur” (avec maintien du Tour de 10 jours à l’intérieur) (car les publics ont besoin d’un accompagnement dans la durée), ouverture à des profils plus âgés (suite aux besoins exprimés lors du MOOC), concentration du Parcours Entrepreneur sur l’objectif du passage à l’action (pour ne pas générer de frustrations... même si la pédagogie repose toujours sur de l’inspiration), lancement du programme Connecteurs sur l’objectif d’inspiration (pour développer notre ancrage et notre impact territorial)

L’expérimentation nous a donné du temps pour faire évoluer énormément le projet et se sentir libres d’expérimenter.

La priorité en 2017 est, comme évoqué plus haut, à la mesure d’impact approfondie, la mesure d’impact du FEJ par l’Agence Phare ayant énormément aidé à nous faire avancer sur le sujet.

Voici les principaux apprentissages que nous en avons tirés pour le moment :

- L’objectif de sensibilisation a un très fort impact sur l’ensemble de nos programmes, en priorité sur le MOOC, notamment grâce à l’animation en réel.
- L’objectif d’inspiration et de mise en action ne peuvent être dans un seul et même programme sur un court temps (comme c’était le cas du Ticket Tour en 2014 - nous avons depuis en quelque sorte “séparé” ces deux objectifs).
- L’objectif de mise en action demande plus de temps et a fait l’objet notamment d’une évolution du programme de 6 mois.
- Nous devons continuer de travailler sur les critères de sélection, notamment celui de la “motivation à entreprendre” car nous avons observé que la discrimination peut être très forte aussi sur ce critère.
- Nous avons une difficulté sur laquelle nous allons devoir continuer de travailler : étant principalement basés à Paris, nous touchons “naturellement” plus de personnes à Paris et Ile de France. Nous devons redoubler d’efforts pour nous assurer de toucher une diversité géographique de candidats et de bénéficiaires. Le Parcours Connecteur va être un fort levier d’impact sur le sujet.

Nos principales actions déjà réalisées pour capitaliser sur ces apprentissages sont les suivantes :

- Lancement du Programme Connecteurs
- Ouverture de nos programmes à des profils plus âgés
- Elargissement du Ticket Tour à un programme plus long de 6 mois
- Renforcement des briques d’apprentissage sur l’importance des codes sur le réseau et la construction de la pérennité économique des projets

Les chantiers et questions de fond restantes aujourd’hui et faisant l’objet de chantiers en interne :

- Précision nécessaire de ce que l’on entend par “projets”
- Précision nécessaire du rôle que peuvent jouer les “contributeurs” dans le changement de société (alors qu’avant nous n’étions focalisé que sur les parcours plus entrepreneurs ou intrapreneurs)
- Précision et approfondissement de notre mesure d’impact

- Adaptation de nos outils et de nos pédagogies à des publics plus éloignés

3. Bénéficiaires indirects

C'est un énorme enjeu que de prendre en compte l'impact que l'on a sur des bénéficiaires indirects. C'est ce que nous avons évoqué plus haut en faisant de la mesure d'impact une priorité de 2017.

L'ensemble de nos bénéficiaires indirects sont les suivants :

- Ticket Tour : les candidats sur qui le process a un impact mais qui ne sont pas sélectionnés (approx. 300 personnes chaque année) + les associés des bénéficiaires qui ont participé aux Tours (approx. 20 personnes chaque année) + les partenaires qui s'impliquent dans l'organisation du projet (approx. 100 personnes chaque année)
- MOOC : les personnes qui sont venues aux événements organisés en réel (approx. 1000 personnes chaque année)
- Médias : les personnes qui ont eu un déclic en lisant un article de / sur Ticket for Change dans les médias (impossible de mesurer : +300 retombées presse obtenues dans des médias nationaux et régionaux, 1 JT Tf1...)
- Connecteurs : les candidats au programme Connecteurs qui n'ont malheureusement pas été retenus (approx. 100 personnes)
- Autres parties prenantes : les membres et anciens membres de l'équipe (approx. 30 personnes), nos partenaires (approx. 50 personnes), les pionniers et experts mobilisés (approx. 100 personnes) ...

Verbatim de nos bénéficiaires indirects

"La fréquentation et l'éclectisme de l'audience donnent un caractère très important à l'entrepreneuriat social dans la région Lyonnaise et sont extrêmement encourageants pour les personnes extérieures et aussi intérieures au domaine." - Laure, venue à un événement grand public à Lyon

"Des exemples concrets de réalisations possibles ; de l'étonnement et de l'admiration devant des personnes pleines d'énergie, de bon sens et de curiosité ; et même des contacts dans ma recherche de travail !" - Jean-Michel, venu à un événement grand public à Lille

"Moi aussi j'ai suivi le MOOC en 2015, j'étais présente un peu par hasard à la session d'ouverture à l'Archipel et j'ai ensuite suivi toutes les sessions en ligne. Le MOOC a été un vrai déclic, (...) l'envie de participer "au changement" via des projets qui me tenaient vraiment à cœur et qui pouvaient faire la différence. Même si aujourd'hui je ne suis pas (encore) investie sur mon projet initial, je voudrais vous remercier, toute l'équipe du MOOC. (...) A mon échelle, j'essaie de changer la manière dont les gens se rencontrent et font du business. Je suis certaine que vous avez changé la vision de nombreuses personnes sur leur place dans le monde professionnel et sur leurs motivations à s'investir dans un projet." - Camille, participante du MOOC en réel

“Le fait de ne pas être d’accord sur le MOOC, ça nous faisait discuter et ça nous rapprochait. Mais le principal apport ça a été de pouvoir se dire “ah, mais en fait, c’est possible !” - Camille, participant au MOOC en réel

“Ça leur fait lever la tête, ça leur fait penser qu’ils vont pouvoir s’autoriser, prendre ce chemin... ça leur montre que c’est possible de revenir dans l’ESS parce que j’ai fait tomber des préjugés, parce que je vais pouvoir reprendre cette idée que j’ai en tête depuis longtemps... ” - Emmanuel, partenaire de Ticket for Change, qui réutilise le MOOC lors des cours qu’il donne à Centrale

“Ça a été ma meilleure aventure humaine, je me suis autorisé à me poser les bonnes questions et ça m’a donné les clés pour trouver les réponses moi-même” - Romain, ancien membre de l’équipe

"J'ai passé 1h avec Lech Walesa il y a 1 semaine en Pologne. Lech Walesa a fait tomber le communisme, moi je pense que Ticket for Change peut faire tomber le capitalisme débridé... en tout cas j'ai retrouvé de vraies similitudes." - Éric, mécène du projet et mentor du programme

II. Déroulement de l'expérimentation

A. Actions mises en œuvre

L'expérimentation a consisté en :

- La conception et l'organisation de Tours de France à la rencontre d'entrepreneurs et d'acteurs du changement inspirants, dans plusieurs villes de France, pour 50 personnes, en 2014 et 2015,
- L'animation hors ligne d'un cours en ligne "Devenir entrepreneur du changement" co-créé avec HEC Paris d'une communauté de près de 20 000 personnes,
- L'amélioration continue du Tour de France et la conception d'un Parcours Entrepreneur plus complet de 6 mois pour 50 entrepreneurs en 2016,
- La conception, l'expérimentation et le développement d'un programme pour 50 Connecteurs dans 4 villes pilotes en France,
- L'organisation de 3 à 5 événements grand public par an dans plusieurs villes en France.

L'expérimentation a coïncidé avec le lancement du projet Ticket for Change donc aucun changement n'a été observé par rapport au fonctionnement habituel. Le fonctionnement de l'expérimentation a façonné le projet tel qu'il est actuellement.

B. Partenariats

Nos partenaires peuvent être jouer différents rôles :

- Partenaire fondateur
- Partenaire financier (cf. détail plus bas)
- Partenaire pédagogique
- Partenaire pro-bono (transport, hébergement, lieux...)
- Partenaire écosystème

Nous tenons depuis le début à construire une relation forte avec nos partenaires. Nous sommes très à l'écoute de leurs besoins et de leurs recommandations.

Ci-dessous l'ensemble des partenaires avec qui nous travaillons :



Les difficultés rencontrées ont été les suivantes :

- Difficulté d’impliquer les partenaires sans les envahir
- Difficulté de leur donner ni trop ni pas assez d’informations
- Difficulté de reconduire les partenariats sur plusieurs années
- Difficulté d’impliquer les partenaires publics - hors FEJ (pas de contact direct)
- Difficulté de développer les financements en régions

Pour cela, nous avons mis en place différentes modalités de travail partenarial :

- Rencontres et suivis réguliers depuis 2014
- Outil de suivi des contacts depuis 2014
- Organisation d’une journée annuelle d’intelligence collective autour de la vision du projet depuis 2015
- Appel collectif et newsletter mensuelle à destination de nos partenaires depuis 2016
- Constitution d’un comité stratégique depuis fin 2016
- Recrutement d’une responsable des partenariats à temps plein depuis 2017

- Mise en place en cours d'un outil de CRM en 2017

1. Partenaires opérationnels

Nom de la structure partenaire	Type de structure partenaire	Rôle dans l'expérimentation
NoveTerra	Partenaire pédagogique	Co-conception de la pédagogie du Parcours Entrepreneur et co-animation des temps forts du Parcours, dont le Tour de France
Enactus	Partenaire pédagogique	Co-conception de la pédagogie du Parcours Entrepreneur et co-animation des temps forts du Parcours, dont le Tour de France
O'in Motion	Partenaire pédagogique	Co-conception de la pédagogie du Parcours Entrepreneur et co-animation des temps forts du Parcours, dont le Tour de France
HEC Paris	Partenaire pédagogique	Co-conception du MOOC Devenir Entrepreneur du Changement
1001pact	Partenaire écosystème	Interventions ponctuelles pendant les séminaires d'accélération du Parcours Entrepreneur et formation des entrepreneurs à la recherche de financement
SenseCube	Partenaire écosystème	Nous aider à identifier des aspirants entrepreneurs du changement en diffusant notre appel à candidatures et accompagnement de certains de nos entrepreneurs
Ronalpia	Partenaire écosystème	Nous aider à identifier des aspirants entrepreneurs du changement en diffusant notre appel à candidatures et accompagnement de certains de nos entrepreneurs
France Active	Partenaire écosystème	Nous aider à identifier des aspirants entrepreneurs du changement en diffusant notre appel à candidatures et financement de certains de nos entrepreneurs
Cabinet Sygna Partners	Partenaire ProBono	Interventions ponctuelles lors des séminaires d'accélération du Parcours Entrepreneur et conseil de nos entrepreneurs sur les questions juridiques
Improve	Partenaire écosystème	Formation et conseil de nos entrepreneurs sur la démarche et méthodes d'évaluation de leur impact social
KissKissBankBank	Partenaire écosystème	Formation et conseil de nos entrepreneurs sur le financement participatif
Fondation Accenture	Partenaire ProBono	Mise à disposition de plus de 80 consultants junior ou senior de chez Accenture pour le conseil des entrepreneurs, alumni de nos programmes

L'expérimentation a permis de donner naissance à la première édition du "Ticket Tour" et d'être à la hauteur de nos ambitions et de celles de nos partenaires. Le soutien du FEJ dans le cadre de l'expérimentation a donc été décisive.

Nous avons noté que le soutien d'un acteur public national est un gage certain de crédibilité et légitimité auprès d'autres partenaires, notamment évidemment dans le cadre d'une association d'intérêt général.

Cependant, nous devons souligner ici les difficultés que nous avons eu à mobiliser d'autres acteurs publics, tant au niveau national que local, malgré des discussions avec certains d'entre eux.

Le seul partenaire impliqué le plus en amont du projet dans le montage du projet est Entreprendre&+. Entreprendre&+ est le partenaire fondateur de Ticket for Change. La rencontre entre les deux structures s'est faite en 2013. Depuis, Entreprendre&+ a apporté un soutien pendant 3 ans sur le plan financier, stratégique, de mise à disposition de compétences et de contacts.

Le seul exemple qui n'a pas pu aboutir est le cas du soutien avec la SNCF. Dans le dossier de candidature, nous abordions un voyage en train. Après plusieurs mois de négociations et de relances, nous avons dû pivoter et organiser le Ticket Tour en bus pour ne pas mettre en danger la réalisation du projet, les délais devenant très serrés. C'est sans doute la meilleure chose qui nous soit arrivée car cela nous a permis d'être beaucoup plus mobile et flexible dans l'organisation pour un coût nettement moins élevé. Depuis, nous organisons chaque Ticket Tour en bus. Nous sommes en contact avec la Fondation SNCF depuis pour collaborer sur d'autres sujets.

La dynamique créée et mise en place avec nos partenaires est un élément clé de notre fonctionnement. Elle continuera évidemment suite à l'expérimentation, qui nous a permis d'énormément apprendre et nous améliorer sur ce chantier depuis 3 ans. Nous continuerons à les impliquer dans la définition de la vision, à les mobiliser lors d'événements, à co-créer des programmes avec eux pour renforcer l'impact social et économique des projets et à les nourrir d'informations sur Ticket for Change.

Nous souhaiterions conserver et approfondir les liens avec le Ministère de la Jeunesse mais ne savons pas aujourd'hui quels sont vos enjeux et comment vous souhaiteriez contribuer. Nous serions évidemment ravis de pouvoir en discuter avec vous !

2. Partenaires financiers

Voici la liste de nos partenaires financiers :

2014

Entreprendre &+ : 100 000 €

FEJ : 45 000 €

Fondation Schneider Electric : 40 000 €

SCOR : 20 000 €

Région Ile de France : 15 000 €

Donateur privé : 12 000 €

Fondation Coca-Cola : 10 000 €

Renault : 10 000 €

danone.communities : 10 000 €

Fondation SAP : 10 000 €
Fondation Le Maillon : 10 000 €
Région PACA : 8 000 €
Fondation Auchan pour la Jeunesse : 6 000 €
Fondation Lemarchand : 5 000 €
Danone for Entrepreneurs : 4 000 €
HEC Paris : 4 000 €
Donateur Privé : 3 000 €
La Fonderie : 1 500 €

2015

Entreprendre &+ : 50 000 €
Fondation Schneider Electric : 50 000 €
Fondation Cegid : 40 000 €
FEJ : 35 000 €
Renault : 30 000 €
SCOR : 20 000 €
Adeo : 20 000 €
Fondation Coca-Cola : 15 000 €
danone.communities : 15 000 €
Fondation Immochan : 15 000 €
Evian : 15 000 €
Veolia : 15 000 €
Donateur Privé : 12 000 €
Fondation Le Maillon : 10 000 €
Danone for Entrepreneurs : 10 000 €
Région PACA : 8 000 €
Fondation Lemarchand : 5 000 €
Donateur Privé : 3 000 €

2016

Google : 110 000 € (fond réservé exclusivement au développement d'une plateforme digitale)
Harmonie Mutuelle : 100 000 €
Fondation Coca-Cola : 88 0000 €
Fondation Schneider Electric : 70 000 €
Fondation Carrefour : 50 000 €
Renault : 30 000 €
Fondation Cegid : 30 000 €
FEJ : 30 000 €
SCOR : 20 000 €
Veolia : 20 000 €
Fondation Entreprendre : 20 000 €
GroupM : 15 000 €
Banque Postale : 15 000 €
Donateur Privé : 12 000 €
Groupe Rocher : 11 300 €

Fondation Le Maillon : 10 000 €
 Donateur Privé : 10 000 €
 France Active : 10 000 €
 Entreprendre &+ : 5 000 €
 danone.communities : 5 000 €
 Donateur Privé : 5 000 €
 AccorHotels : 5 000 €
 Ashoka : 3 000 €

L'expérimentation n'a pas eu vraiment d'impact sur nos partenaires ainsi il est très difficile pour nous de répondre à cette question. A priori, oui ils souhaitent continuer à financer le projet pour la grande majorité d'entre eux. Nous avons mis en place avec certains partenaires des démarches pluriannuelles et pouvons ainsi aller un cran plus loin dans la collaboration.

Comme évoqué ci-dessus, le financement du FEJ ne semble pas avoir eu d'impact - positif ou négatif - sur d'autres partenaires financiers. Ce "label" nous a en revanche donné une certaine légitimité auprès des acteurs - notamment associatifs - de l'innovation sociale et nous a aidés à mobiliser des partenaires écosystèmes.

Financements	Part de ces financements dans le budget total de l'expérimentation (hors évaluation) en %
Fonds d'Expérimentation pour la Jeunesse	6%
Cofinancements extérieurs à la structure	64%
Autofinancement	30%

C. Pilotage de l'expérimentation

Les modalités de pilotage ont été relativement simple au démarrage du projet mais, comme toute structure qui évolue, se complexifie et se professionnalise au fur et à mesure de son développement.

Au départ, seuls un comité de pilotage national et des comités régionaux (dans chaque ville dans lesquelles passait le Tour) ont été mis en place - en plus du Bureau de l'association, qui se réunit quant à lui 2 à 4 fois par an.

- Le Bureau est composé d'Arnaud de Ménibus (président), de Jérémie Le Sant et Eric Coisne (trésoriers) et de Anne-Maryse van der Slikke (secrétaire générale) ;
- Le comité de pilotage national est composé d'Entreprendre&+, partenaire-fondateur, de nos coachs co-concepteurs et de nos partenaires écosystème clés : il joue un rôle sur la stratégie, la pédagogie et la sélection des participants et se réunit 1 à 2 fois par an ;
- Les comités de pilotage en régions sont composés de nos partenaires clés en régions : ils jouent un rôle sur l'organisation et la conception des étapes du Ticket Tour, le sourcing des candidats en régions, la communication autour des événements et l'accompagnement des participants, et se réunit 3 fois par an.

Avec le développement du MOOC, un comité de pilotage Ticket for Change - HEC Paris a par ailleurs été mis en place. Avec le développement du Parcours Connecteur un comité de pilotage interne à l'équipe a également été mis en place.

Notre partenaire-fondateur et nos coachs co-concepteurs jouent un rôle prépondérant lors de ces comités du fait de leur connaissance historique du projet et de l'équipe et sont complètement alignés avec nos ambitions. Ils sont parties prenantes de l'équipe.

De plus en plus, nous structurons notre fonctionnement et avons mis en place, en 2016, un comité stratégique. Nous réfléchissons, dans le cadre du changement d'échelle du projet, à la mise en place de comités plus spécifiques (comité pédagogique en particulier par exemple).

Dans ce cadre, conserver la simplicité et l'agilité de notre fonctionnement est un vrai challenge.

Nous n'avons pas développé d'outils spécifiques dans le cadre de ces comités et préférons fonctionner au plus simple lors de ces rendez-vous : prise de note pendant et suivi par mail ensuite.

D. Difficultés rencontrées

Par définition, la création et le développement d'un projet entrepreneurial, y compris - voire surtout - associatif, est un chemin d'obstacles et de difficultés à dépasser ! Ticket for Change n'y a pas échappé... et heureusement car ces difficultés sont sources de précieux apprentissages.

Ces difficultés évoluent à mesure que le projet évolue :

- 2014 : enjeu et difficulté de réunir les premiers financeurs (merci encore pour votre soutien !) (la pérennisation du modèle économique, et donc la recherche de financement, reste un challenge aujourd'hui) → pivot du train au bus
- 2015 : enjeu de structurer et solidifier l'équipe (alors que les projets se multiplient) → recrutement et fidélisation des partenaires et des membres de l'équipe
- 2016 : enjeu d'approfondir notre travail sur les programmes et de prioriser nos actions → concentration sur la pédagogie
- 2017 : enjeu de mesurer notre impact et de nous professionnaliser (enjeu de structuration, consolidation du modèle économique et « seniorisation » de l'équipe)

→ mise en place d'une démarche OKR (Objective Key Results) pour mieux prioriser et définir nos objectifs en équipe à horizon 3 mois, 6 mois, 9 mois, 1 an...

III. Enseignements généraux de l'expérimentation

A. Modélisation du dispositif expérimenté

Le dispositif testé et qui aurait vocation à être répliqué (et qui sera détaillé dans toute la partie qui vient) est celui-ci :

- Création et animation d'un voyage-déclat d'inspiration, d'introspection, de passage à l'action pour une cinquantaine d'individus, représentant la diversité d'un territoire, et qui ont un début d'idée de projet à impact positif, notamment projet d'entreprise à impact social et/ou environnemental
- Création d'un cours, de contenus en ligne à partir de ce voyage-déclat
- Création d'un programme de formation de Connecteurs ou ambassadeurs à partir du cours en ligne

Le but de ce dispositif serait de faire vivre des expériences en ligne et hors ligne à des individus représentant la diversité d'un territoire (local, régional, national ou international), animés par les mêmes valeurs, et qui veulent passer à l'action et agir concrètement pour changer la société et résoudre des problématiques sociales et/ou environnementales urgentes.

Ces 3 "briques" à l'intérieur du dispositif pourrait être "optionnelles" et s'adapter aux besoins du public ciblé. Pour le moment, Ticket for Change a choisi de se concentrer sur le développement et le déploiement du programme Connecteurs pour modéliser et répliquer l'expérimentation à grande échelle.

Ce dispositif pourrait être répliqué et adapté :

- à l'échelle d'un territoire local, national ou international
- à de nouvelles thématiques
- à des profils spécifiques d'individus

Les conditions de transférabilité observées sont les suivantes :

- au niveau de l'équipe porteuse du dispositif
 - connaissance nécessaire de l'écosystème dans lequel le projet s'inscrit (exemple : un belge si le dispositif est répliqué en Belgique, un breton s'il est répliqué en Bretagne)
- au niveau des partenaires soutenant le dispositif
 - présence de partenaires pro-bono nécessaires sur les chantiers clés à l'organisation notamment sur la pédagogie et l'événementiel (lieu, alimentation, transport...)
 - présence de partenaires financiers qui souhaitent sourcer et/ou accompagner des projets et mobiliser leurs collaborateurs autour de projets à impacts
- au niveau du modèle économique du dispositif
 - présence de partenaires financiers qui souhaitent sourcer et/ou accompagner des projets et mobiliser leurs collaborateurs
 - importance de développer en interne des expertises d'accompagnement de porteurs de projets qui pourront à terme permettre de développer une offre de formation à destination d'autres acteurs (incubateurs, entreprises...)

Nous pouvons résumer le parcours du jeune en 3 principales étapes : envie - idée - action.

Etape 1 : susciter l'envie

- objectif : faire comprendre que "oui, c'est possible !" "oui, tout le monde a un rôle à jouer et peut devenir acteur du changement" "oui tout le monde peut utiliser ses talents, ses passions dans son travail pour répondre à un besoin du monde"
- acteurs : médias, organisateurs d'événements, pionniers
- ressources : lieux, communication

Etape 2 : passage de l'envie à l'idée

- objectif : aider le jeune à trouver l'enjeu qui lui tient le plus à coeur, à identifier quelle est la voie qui lui correspond pour avoir un impact sur le monde et à identifier quels sont ses valeurs, ses passions, ses talents
- acteurs : coachs, facilitateurs, écoles, réseaux
- ressources : pédagogie, plateforme MOOC, réseau

Etape 3 : passage de l'idée à l'action

- objectif : se lancer, faire ses premiers pas, concrétiser son envie et son idée en un projet
- acteurs : pré-incubateurs, incubateurs, entrepreneurs, experts, structures d'accompagnement, fonds d'amorçage
- ressources : réseau, temps homme, organisation logistique



B. Enseignements et conditions de transférabilité du dispositif

La différence avec la question du dessus n'était pas très claire pour moi. N'hésitez pas à me dire si vous avez besoin de plus d'informations suite à la lecture de ce qui suit.

Les aspects liés au caractère expérimental sont les suivants :

- Le FEJ comme partenaire financier → il y a un enjeu / challenge pour nous à développer notre modèle économique et trouver de nouvelles sources de financement
- L'agence PHARE comme évaluateur → à nous désormais de travailler sur la mesure d'impact avec un nouvel acteur expert du sujet pour approfondir les apprentissages et mesures d'impact réalisés par l'agence PHARE

Les aspects liés au contexte local sont les suivants :

- L'expérimentation a été faite en France à échelle nationale → il s'est avéré très important de connaître extrêmement bien le contexte / l'écosystème dans lequel le dispositif s'inscrit s'il est reproduit à une autre échelle (s'assurer de ce point dans l'équipe qui porte le projet et les partenaires mobilisés).
- L'expérimentation a été faite dans un écosystème où l'entrepreneuriat social est développé (même s'il reste une marge de progression) et les structures d'accompagnement à l'entrepreneuriat social sont nombreuses (même si les financements d'amorçage restent rares) → il est important de s'assurer que l'écosystème et le contexte soient les bons pour développer un projet dont la mission est de susciter des vocations et donner aux gens les moyens de passer d'une envie à une idée puis une action concrète.

Enfin, les aspects liés à la nature même du dispositif :

- Le fait qu'il s'agisse d'un voyage de près d'une centaine de personnes (participants + staff) implique une organisation logistique lourde et donc un coût en temps et en argent important → il est important de s'assurer que les partenaires embarqués comprennent et perçoivent ce qu'apporte cette dimension du voyage dans le programme (elle est essentielle pour nous !) et que l'équipe-projet maîtrise un certain nombre de compétences événementielles.
- Le développement d'un cours en ligne ne remplira son objectif de démultiplication d'impact que s'il est sur une plateforme amenant un fort trafic de visiteurs → il est important de veiller à ce que le partenaire impliqué dans la construction du cours en ligne dispose d'un accès à une telle plateforme (cas de HEC Paris hébergé sur Coursera, 1ère plateforme mondiale de MOOC)

1. Public visé

Les principales actions nécessaires selon nous, même si elles n'en restent pas moins difficiles à mettre en oeuvre parfois :

- Importance d'être présents sur les outils de communication qu'utilisent les jeunes (réseaux sociaux notamment)
- Importance d'avoir une équipe constituée de profils qui font partie de notre public cible pour mieux incarner notre message et comprendre les besoins de nos bénéficiaires

- Importance de faire appel à des partenaires relais (ambassadeurs, prescripteurs, réseaux, communautés...) touchant au coeur des publics visés

2. Actions menées dans le cadre du dispositif

Les améliorations qui pourraient être apportées au dispositif sont les suivantes :

- Préciser du mieux possible et dans un vocabulaire le plus clair possible les objectifs pédagogiques de chaque programme (= ce que les bénéficiaires vont apprendre au cours du programme) ainsi que la cible prioritaire de chacun de ces programmes (= à qui s'adresse le programme en question)
- Identifier un partenaire renommé et complémentaire pour la co-construction et la diffusion du cours en ligne pour valoriser les expertises et compétences de chacun des deux acteurs et s'assurer que le canal de diffusion permettra de toucher un grand nombre de personne
- Prioriser la qualité à la quantité lors de l'expérimentation d'un parcours Connecteur en régions afin de constituer le plus tôt possible un noyau dur nécessaire au développement et au changement d'échelle de la communauté et du projet plus tard

3. Partenariats, coordination d'acteurs et gouvernance

Les partenaires opérationnels incontournables sont selon nous dans le cadre de la réplification du dispositif :

- les partenaires écosystème (pour prendre le relais sur l'accompagnement des projets à la fin du parcours)
- les partenaires logistiques (pour faciliter l'organisation de l'ensemble des événements et formations)
- les partenaires financiers (pour permettre l'organisation de ce dispositif et la constitution d'une équipe porteuse du projet)

Annexes obligatoires à joindre au fichier :

- **Tableau 1 sur les publics** (à insérer à la fin du rapport)
- **Tableau 2 sur les actions** (à insérer à la fin du rapport)
- **Tableau 3 sur les outils** (à insérer à la fin du rapport)
- **Tableau 4 sur l'exécution financière** (à ne pas insérer au rapport)



Fonds d'Expérimentation pour la Jeunesse

Ministère de la Ville, de la Jeunesse et des Sports

Direction de la Jeunesse, de l'Éducation Populaire et de la Vie Associative
Institut National de la Jeunesse et de l'Éducation Populaire
Mission d'animation du Fonds d'Expérimentation pour la Jeunesse

95, avenue de France – 75650 Paris cedex 13

Téléphone : 01 40 45 93 22

www.experimentation.jeunes.gouv.fr

Restitution du porteur de projet
Annexe 1 - Public visé par l'expérimentation
Nombre et caractéristiques des bénéficiaires et territoire d'intervention

Numéro du projet	APOJ 52	Nom de la structure porteuse de projet	Ticket for Change
------------------	---------	--	-------------------

	Bénéficiaires entrés l'année 1	Bénéficiaires entrés l'année 2	Bénéficiaires entrés l'année 3	Bénéficiaires entrés pendant toute la durée de l'expérimentation	Bénéficiaires ayant abandonnés ou ayant été exclus en cours de dispositif
Nombre de bénéficiaires directement touchés par l'action					
Jeunes	5000	20889	1693	27582	
Adultes			27945	27945	
Nombre total de bénéficiaires	5000	20889	29638	55527	

Bénéficiaires entrés pendant toute la durée de l'expérimentation

Nombre de bénéficiaires directement touchés par l'action à l'entrée du dispositif, par caractéristiques	
1. Jeunes	
Âge	
Moins de 6 ans	
6-10 ans	
10-16 ans	
16-18 ans	1195
18-25 ans	5377
Autres : (préciser)	18551
Autres : (préciser)	
Situation	
Élèves en pré-élémentaire	
Élèves en élémentaire	
Collégiens	
Lycéens en LEGT	404
Lycéens en lycée professionnel	404
Jeunes apprentis en CFA	413
Étudiants du supérieur	9134
Demandeurs d'emploi	3700
Actifs occupés	9833
Autres : sans diplôme	48
Autres : (préciser)	
Niveau de formation	
Infra V	737
Niveau V	736
Niveau IV	1228
Niveau III	1229
Niveau II	10339
Niveau I	10347
Sexe	
Filles	12171
Garçons	12458
2. Adultes	
Qualité	
Parents	
Enseignants	
Conseillers d'orientation-psychologues	
Conseillers principaux d'éducation	
Conseillers d'insertion professionnelle	
Animateurs	
Educateurs spécialisés	
Autres : (préciser)	
Autres : (préciser)	

Réalisation

Autre information concernant les bénéficiaires directement touchés par l'action à l'entrée du dispositif	
1. Les jeunes bénéficiaires sont-ils inscrits et suivis par la mission locale (ML) ?	
Oui, tous les bénéficiaires directs sont inscrits et suivis par la ML	une partie des bénéficiaires directs est inscrite et suivie
Oui, une partie des bénéficiaires directs est inscrite et suivie par la ML	
Non, aucun bénéficiaire direct n'est inscrit et suivi par la ML	
Échelle et territoire d'intervention de l'action mise en place	
1. L'action que vous menez dans le cadre de cette expérimentation est-elle à l'échelle :	
Communale (une ou plusieurs communes dans un même département)	Nationale
Départementale (un ou plusieurs départements dans une même région)	
Régionale (une seule région)	
Inter-régionale (2 et 3 régions)	
Nationale (plus de 3 régions) ?	
2. Votre territoire d'intervention inclut-il des quartiers politique de la ville ?	
Oui, la totalité de mon territoire d'intervention est en quartiers politique de la ville	une partie de mon territoire
Oui, une partie de mon territoire d'intervention est en quartiers politique de la ville	
Non, mon territoire d'intervention n'inclut pas de quartiers politique de la ville	

Remarques

Nous avons pris la base de calcul suivante : pas de nouveaux bénéficiaires pour le Tour car déjà pris en compte dans le précédent reporting, 1800 nouveaux bénéficiaires touchés par les événements public et en régions notamment grâce aux événements organisés lors du Tour de France, 18038 nouveaux bénéficiaires du MOOC, 230 nouveaux bénéficiaires des activités à destination des entreprises dont 0 jeunes - 25 ans. Nous ne comptons pas l'ensemble des bénéficiaires touchés indirectement par les activités de Ticket for Change notamment les personnes touchées à travers les médias. Un document de travail détaillant l'ensemble de nos calculs pourra vous être fourni sur demande.

Restitution du porteur de projet
Annexe 1 - Aide au remplissage

Ce document a pour but de mieux connaître le public (nombre et composition) et l'échelle d'interventions expérimentales financées par le Fonds d'Expérimentation pour la Jeunesse. Il est à compléter dans la restitution finale **au format excel suivant « APX_XXX_Annexe 1 - Public Réalisé.xls », « APDOM Annexe 1 - Public Réalisé.xls », « HAP_XXX_Annexe 1 - Public Réalisé.xls », selon les codes été attribués.**

Cette aide reprend la structure du document et précise les modalités de remplissage du document.

A noter : les parties du document en italique (identifiant du projet, nom de la structure porteur catégorie Autres) sont modifiables. Une case remarque est à votre disposition en bas du document pour toute remarque concernant le remplissage de ce document.

Identification

Le code qui vous a été attribué, qui constitue l'identifiant FEJ de votre expérimentation, doit être renseigné dans la cellule suivant "Identifiant du projet", en cohérence avec l'archivage du fichier (APSCOX_XX, APDOM Annexe 1 - Public Réalisé.xls, etc.). Il vous est ensuite demandé de renseigner le nom de la structure qui porte le projet.

Nombre de bénéficiaires directement touchés par l'action

Il s'agit de suivre le nombre de bénéficiaires effectifs **entrant dans le dispositif** pour chaque année. Une année du dispositif ("Année 1, Année 2, Année 3") correspond à une **"promotion" de bénéficiaires recrutés**. Pour les expérimentations en milieu scolaire ou universitaire par exemple, les bénéficiaires sont recensés par année scolaire. Si le programme recrute des bénéficiaires en continu, il s'agit de périodes de 12 mois à partir du démarrage du dispositif. Toute précision à ce sujet peut être indiquée dans la case "**Exemple: si un dispositif prévoit l'entrée de 13 000 bénéficiaires l'année 1, 27 000 nouveaux bénéficiaires l'année 2, aucun nouveau bénéficiaire l'année 3; alors B9 = 13 000, C9 = 27 000; D9 = 0 et E9 = 0**".

Il est important de souligner que par **"bénéficiaires" de l'action nous entendons les bénéficiaires directement touchés par l'action, c'est-à-dire les personnes étant en contact direct avec le porteur de son déroulement (bénéficiaire d'une formation, d'un accompagnement, etc.)**. Par exemple, dans une expérimentation dont l'action principale serait une formation du personnel des missions locales bénéficiant directement à ce public adulte et indirectement aux jeunes suivis par les missions locales ; le document renseignera donc uniquement sur ce public adulte.

Cette première section récapitule le nombre total de bénéficiaires, selon qu'ils sont jeunes (moins de 25 ans) ou adultes. Cette distinction est faite par l'âge mais également par la qualité : un éducateur spécialisé bénéficiant du programme **en tant qu'éducateur** (mis en réseau avec d'autres professionnels de jeunesse par exemple) sera comptabilisé comme un bénéficiaire adulte.

Les première, deuxième et troisième colonnes détaillent le nombre de bénéficiaires **par "promotion" de dispositif** (voir plus haut), pour les jeunes bénéficiaires, pour les adultes bénéficiaires et pour les enseignants/bénéficiaires.

La quatrième colonne détaille le nombre de bénéficiaires directs **entrés dans le dispositif (qu'ils aient abandonné ou non en cours de route) pendant toute la durée de l'expérimentation**. Ce détail est fourni pour les jeunes bénéficiaires, les adultes bénéficiaires et le total.

Dans la dernière colonne, il s'agit de renseigner le nombre de bénéficiaires **ayant abandonné ou ayant exclu pendant toute la durée du dispositif**. Par exemple un bénéficiaire ayant déménagé dans un autre dispositif n'existe plus sera comptabilisé dans cette catégorie. Ce décompte est détaillé pour les jeunes bénéficiaires, les adultes bénéficiaires et le total.

Nombre de bénéficiaires directement touchés par l'action à l'entrée du dispositif, par caractéristique

1. Jeunes

Dans cette section, il s'agit de préciser la composition du public **effectivement touché** de jeunes bénéficiaires **leur entrée dans le dispositif** en termes d'âge, de situation, de niveau de formation et de sexe. Pour chaque caractéristique, **le nombre de jeunes de chaque sous-catégorie (tranche d'âge par exemple) doit être précisé**. Ces caractéristiques sont détaillées ici.

L'âge est défini par tranche. Chaque tranche inclut l'âge le plus bas, mais exclut l'âge le plus haut : la tranche "moins de 6 ans" regroupe les enfants jusqu'au jour de leur 6^{ème} anniversaire exclus, la catégorie "6-10 ans" regroupe les plus de 6 ans (à partir du jour de leur 6^{ème} anniversaire inclus) jusqu'au jour de leur 10^{ème} anniversaire exclus, etc. **Pour la catégorie "18-25 ans", le 25^{ème} anniversaire est inclus, tout comme le 18^{ème} anniversaire, jusqu'au 26^{ème} anniversaire exclus.**

La variable "situation" permet de distinguer les élèves scolarisés, des étudiants du supérieur, des demandeurs d'emploi et des actifs occupés.

Pour les élèves scolarisés, il s'agit de préciser le type d'établissement scolaire fréquenté : pré-élémentaire, collège, lycée général et technologique, lycée professionnel et CFA. Les étudiants du supérieur sont regroupés sous une seule catégorie. A noter que les étudiants du supérieur en CFA doivent être comptabilisés dans la catégorie "étudiants du supérieur" et pas dans la catégorie "jeune apprenti en CFA".

La catégorie "demandeurs d'emploi" regroupe toute personne sans emploi, en recherche d'emploi, inscrite au Pole Emploi. Les stagiaires de la formation professionnelle font partie des demandeurs d'emploi. La catégorie "Autres" doit être utilisée pour les situations ne correspondant pas aux catégories précédentes. Elle sera par exemple le cas de jeunes en errance. Dans ce cas, vous pouvez préciser de quelle situation il s'agit.

Le niveau de formation se décline comme suit :

- Niveau infra V : niveau de formation inférieur à celui du brevet d'études professionnelles (BEP) ou du certificat d'aptitude professionnelle (CAP), et par assimilation, du certificat de formation professionnelle des adultes (CFPA) du premier degré ;
- Niveau V : niveau de formation équivalent à celui du BEP ou du CAP, et par assimilation, du CFPA du premier degré ;
- Niveau IV : niveau de formation équivalent à celui du brevet professionnel (BP), du brevet de technicien (BT), du baccalauréat général, professionnel ou technologique ;
- Niveau III : formations du niveau du diplôme des instituts universitaires de technologie (DUT) ou du technicien supérieur (BTS) ou de fin de premier cycle de l'enseignement supérieur ;
- Niveau II : formation d'un niveau comparable à celui de la licence ou du master 1 ;
- Niveau I : formation de niveau supérieur à celui du master 1.

Comme souligné précédemment, si le public cible de l'expérimentation menée ne correspond pas aux catégories présentées pour chaque caractéristique, vous pouvez utiliser la catégorie "Autres" en précisant de quelle situation il s'agit (à la place du "(préciser)"). Deux lignes "Autres" sont présentées dans le document pour chaque caractéristique. Si vous auriez plusieurs catégories de bénéficiaires n'entrant pas dans les catégories définies, vous pouvez utiliser ces lignes "Autres" pour les préciser.

2. Adultes

Dans cette section, le public d'adultes bénéficiaires n'est caractérisé que par sa qualité, c'est-à-dire **l** **qu'il entretient avec le jeune** (parents) ou **la fonction qu'il occupe** (enseignants, conseillers d'orientation, psychologues, etc.). Vous devez préciser le nombre de bénéficiaires directs adultes de chaque sous-catégorie (parents, enseignants, etc.) composant le public de l'expérimentation.

Si le public cible de votre expérimentation ne correspond pas aux catégories présentées ici, vous pouvez utiliser la catégorie "Autres" en précisant de quelle catégorie il s'agit (à la place du "(préciser)"). Deux lignes sont présentées dans le document au cas où vous auriez plusieurs catégories de bénéficiaires n'entrant pas dans les catégories définies.

Autre information concernant les bénéficiaires directement touchés par l'action à l'entrée du

1. Les jeunes bénéficiaires sont-ils inscrits et suivis par la mission locale (ML) ?

Cette question permet d'identifier si la totalité ou une partie des bénéficiaires directement touchés par l'action est inscrite et suivie par la mission locale. La question doit être renseignée selon la prévision avant le démarrage de l'expérimentation et en fonction de ce qui a été effectivement mis en place. Les cases sont pré-remplies.

Echelle et territoire d'intervention de l'action mise en place

Les cases de cette section sont pré-remplies. Il faut sélectionner la réponse adaptée selon la prévision au démarrage de l'expérimentation dans la première colonne puis à la fin de l'expérimentation, en fonction de ce qui a été finalement mis en place.

1. L'action que vous menez dans le cadre de cette expérimentation est-elle à l'échelle :

Il suffit de sélectionner l'échelle d'intervention de votre expérimentation. Cette échelle d'intervention est classée comme suit :

- Communale : une ou plusieurs communes ou communautés de communes ou d'agglomération dans un département ;
- Départementale : un ou plusieurs départements dans une même région ;
- Régionale : une seule région ;
- Inter-régionale : 2 et 3 régions ;
- Nationale : plus de 3 régions.

Un seul choix est possible : une expérimentation mise en place dans plusieurs départements d'une région sera classée dans la catégorie "départementale" si elle n'est pas mise en place dans tous les départements de la région ; dans le cas contraire, elle sera placée dans la catégorie "régionale". Dans le cas d'une expérimentation mise en place dans des communes de plusieurs régions, l'expérimentation sera classée comme "inter-régionale" s'il s'agit de 2 ou 3 régions, ou "nationale" s'il s'agit de plus de 3 régions.

2. Votre territoire d'intervention inclut-il des quartiers politiques de la ville ?

Il s'agit de caractériser la part d'intervention sur des quartiers politiques de la ville. Par exemple, un établissement mis en place uniquement dans des établissements en zone urbaine sensible (ZUS) pourra répondre "Oui".

Remarques

Toutes remarques liées aux éléments renseignés dans ce fichier peuvent être précisées dans cette section.

tion des
s le cadre de
IX_XXX_
qui vous ont

ise,
ument pour



seigné dans
DOMX_XXX,
t.



.
aires
s seront
des de 12
'Remarques'.
énéficiaries
: 40 000.

3
ogramme
mple, une
eficie
ient nous

25 ans) ou
e 24 ans
nesse par

" du
mble des

ient
pte est

avant été

une région où
jeunes

Caractéristiques

beneficiaires à
sur chaque
peut être

à catégorie
"10 ans"

me

comme

mandeurs

entaire,
supérieur sont
reptabilisés

inscrite ou non

éfinies. Ce
n il s'agit.

du certificat
dultes

du premier

icien (BT), du

l brevet de

ux catégories
uelle
it au cas où

la relation
entation et
-catégorie

uvez utiliser
; "Autres"
rant pas dans

dispositif

le dispositif
e démarrage
implies.

on avant le
ion de ce qui

est définie

ns un même

même région
ments de la
rimentation
er-régionale"

spositif mis
i, la totalité".

cellule.

Restitution finale du porteur de projet

Annexe 2 - Calendrier de déroulement de l'expérimentation - Actions mises en œuvre

Numéro du projet		APOJ_052						
Description synthétique de chaque action	Durée en mois	Ressources humaines mobilisées			Ressources matérielles mobilisées			
		Effectifs	ETP	Type de personnel concerné (qualifications)	Achats	Prestations de services	Autre (préciser)	
1. Préparation du projet	<i>Il n'est pas possible d'indiquer une date car plusieurs action se superposent en même temps.</i>							
Action n°1	Définition de la vision, mission, objectifs et impact du projet	12	1	0,5	Senior ou Fondateur		Temps Homme Equipe	
Action n°2	Recherche du partenaire fondateur et des partenaires financiers	6	2	0,5	Senior ou Fondateur		Temps Homme Equipe	
Action n°3	Constitution de l'équipe projet	6	8	0,5	Senior ou Fondateur		Temps Homme Equipe	
Action n°4	Constitution de l'équipe pédagogique (coachs)	3	1	0,25	Senior ou Fondateur	x		
Action n°5	Conception du processus de sélection	2	2	0,25	Senior ou Fondateur		Temps Homme Equipe	
Action n°6	Conception de la pédagogie du programme	6	8	0,5	Senior ou Fondateur		Temps Homme Equipe	
Action n°7	Contact des intervenants	2	1	0,25	Chef de projet		Temps Homme Equipe	
Action n°8	Communication et médias	12	2	0,5	Senior ou Fondateur	x		
Action n°9	Recherche du partenaire fondateur du cours en ligne	2	1	0,25	Senior ou Fondateur		Temps Homme Equipe	
Action n°10	Adaptation de la pédagogie hors ligne à la pédagogie en ligne	6	1	0,5	Senior ou Fondateur	x	Temps Homme Equipe	
2. Mise en œuvre du projet	<i>Il n'est pas possible d'indiquer une date car plusieurs action se superposent en même temps.</i>							
Action n°1	Organisation et suivi du processus de sélection des bénéficiaires	4	1	0,5	Chef de projet ou Junior		Temps Homme Equipe	
Action n°2	Co-création et briefing avec les intervenants des programmes	1	1	0,25	Chef de projet		Temps Homme Equipe	
Action n°3	Conception et tournage des contenus en ligne	2	2	0,25	Senior ou Fondateur	x	Temps Homme Equipe	
Action n°4	Organisation logistique du programme	6	4	1	Chef de projet ou Junior	x	Temps Homme Equipe	
Action n°5	Animation du programme en réel	1	4	0,25	Senior ou Fondateur		Temps Homme Equipe	
Action n°6	Animation de la communauté des participants bénéficiaires en ligne	12	1	0,25	Chef de projet ou Junior	x	Temps Homme Equipe	
Action n°7	Suivi et animation des partenariats financiers	12	3	0,75	Chef de projet		Temps Homme Equipe	
Action n°8	Suivi et animation des partenariats écosystème	12	2	0,25	Chef de projet		Temps Homme Equipe	
Action n°9	Définition de la vision, mission, ambition du programme Ambassadeur	6	1	0,25	Senior ou Fondateur		Temps Homme Equipe	
Action n°10	Mobilisation des médias	12	2	0,5	Senior ou Fondateur	x	Temps Homme Equipe	
3. Achèvement du projet	<i>Il n'est pas possible d'indiquer une date car plusieurs action se superposent en même temps.</i>							
Action n°1	Remerciement des partenaires	1	3	0,25	Chef de projet		Temps Homme Equipe	
Action n°2	Rangement et finalisation logistique	1	4	0,25	Chef de projet ou Junior	x	Temps Homme Equipe	
Action n°3	Orientation de nos bénéficiaires vers des partenaires pour la suite de leur accompagnement	2	1	0,25	Chef de projet		Temps Homme Equipe	
Action n°4	Animation de la communauté des bénéficiaires	12	1	0,25	Chef de projet ou Junior		Temps Homme Equipe	
Action n°5	Valorisation médiatique des bénéficiaires	12	1	0,25	Chef de projet	x		
Action n°6	Mesure d'impact de nos actions	3	1	0,5	Senior	x		
Action n°7	Retrospectives, bilans et apprentissages des actions passées	1	3	0,25	Chef de projet ou Junior		Temps Homme Equipe	
Action n°8	Finalisation et clôture budgétaire	2	2	0,25	Senior	x		
Action n°9	Définition stratégie pour année suivante	1	1	0,25	Chef de projet ou Junior		Temps Homme Equipe	
Action n°10								

Restitution finale du porteur de projet
Annexe 3 - Liste des outils développés dans le cadre de l'expérimentation

Numéro du projet	APOJ_052
-------------------------	----------

Nom de l'outil	Fonction (préciser si ce sont des outils de pilotage, de suivi, de communication, de formation, de sensibilisation, etc.)	Utilisateurs ou destinataires	Format (papier, électronique, etc.)	Transférable en dehors de l'expérimentation (oui/non)
1 Plateforme de recrutement Tour de France	Outil de pilotage	Equipe Tour de France	Electronique	Oui
2 Retroplanning Plan d'action Tour de France + Plan d'action Stratégie Réseaux Sociaux	Outil de pilotage	Equipes Tour de France et Communication	Electronique	Oui
3 Déroulé détaillé des journées ou événements	Outil de pilotage	Equipe Tour de France	Electronique	Oui
4 Planning Logistique Evenement	Outil de pilotage	Equipe Tour de France	Electronique	Oui
5 Syllabus & Objectif pédagogique du MOOC	Outil de suivi	Equipe MOOC	Electronique	Oui
6 Fichier suivi et montage des vidéos du MOOC	Outil de suivi	Equipe MOOC	Electronique	Oui
7 BDD Contacts	Outil de pilotage	Toutes les équipes	Electronique	Oui
8 Doc suivi recherche de financement	Outil de suivi	Equipe Financement	Electronique	Oui
9 Doc suivi mesure impact et indicateurs	Outil de suivi	Toutes les équipes	Electronique	Oui
10 Kit d'animation d'événements pour les Connecteurs	Outil de formation	Equipe Connecteur	Electronique	Oui
11 Outils pédagogiques (Blason, Ligne de Vie, Action Canvas, Fiches Pédagogiques...)	Outil de sensibilisation	Toutes les équipes	Electronique	Oui
12 Doc OKR (suivi des objectifs et priorités dans l'équipe annuellement et par trimestre)	Outil de pilotage	Toutes les équipes	Electronique	Oui
13 Parcours Intégration des Nouveaux	Outil de formation	Equipe RH	Electronique	Oui
14 Doc suivi mesure impact réseaux sociaux	Outil de suivi	Equipe Communication	Electronique	Oui
15 Plan de communication	Outil de communication	Equipe Communication	Electronique	Oui