



CRÉDOC

CENTRE DE RECHERCHE POUR L'ÉTUDE ET
L'OBSERVATION DES CONDITIONS DE VIE



Les conditions de mobilisation des jeunes guadeloupéens dans les dispositifs d'insertion socio- professionnelle

**Lot n° 2 – Evaluation des projets OUTRE MER
«Essaimage DOM» (APDOM5) de la Guadeloupe**

Rapport final

Février 2019

Auteurs :
Rodolphe EJNES - Geste
Liane DESSEIGNE - Geste
Jorg MULLER - CREDOC
Lucie BRICE - CREDOC

Sommaire

Préambule	4
Introduction	5
L'appel à projet « essaimage DOM » : une approche novatrice pour l'Outre-mer .	5
Une problématique d'étude définie par et pour les acteurs de terrains au service des jeunes guadeloupéens	6
Une méthodologie adaptée aux hypothèses et aux contraintes de terrain	9
Une phase d'étude exploratoire utile à la définition d'un objet d'étude	9
Des investigations auprès des jeunes bénéficiaires ou cibles de trois projets APDOM5...	10
Une phase de mise en discussion des résultats à l'échelle des territoires.....	13
Partie I – La problématique du non recours des jeunes guadeloupéens aux dispositifs qui leur sont destinés	15
1.1 Le non-recours, un phénomène régulièrement identifié chez les jeunes	15
1.2 Le non-recours, un objet protéiforme qui interroge les conditions de mobilisation des jeunes	17
Le non-recours par contrainte.....	18
Le non-recours par choix	19
Un non-recours qui peut se lire comme une forme de participation hors cadre	20
1.3 La question de la mobilisation des jeunes comme objet central de l'étude ...	21
Partie II – Une analyse des facteurs de mobilisation des jeunes guadeloupéens dans les dispositifs dont ils sont la cible	23
2.1 Entrer en contact avec le public, un enjeu fondamental pour les projets d'insertion sociale et professionnelle	23
Un ciblage du public jugé complexe	23
Communiquer autrement pour augmenter la visibilité des projets	27
Des difficultés à mobiliser les partenaires et à construire des parcours.....	31
2.2 Une adhésion aux dispositifs facilitée par une approche dédiée et individualisée	33
Une nécessaire compréhension entre les jeunes et les professionnels	33
Bienveillance et souplesse au cœur d'une posture facilitante de l'adhésion des jeunes ..	36
Un rejet de certaines offres de services lié à leur qualité, plutôt qu'un rejet institutionnel systématique.....	37
Des écarts observés entre les besoins des jeunes et l'offre de services proposée.....	39
La nécessité de considérer les jeunes dans leur individualité.....	41
Des freins à la mobilité qui limitent l'accès au public.....	43
2.3 Une fidélisation qui passe par une adaptation des postures et offres de services aux jeunes	48

La situation des jeunes, facteur explicatif de la fidélisation	48
Une inadéquation entre modalités de fonctionnement et contraintes personnelles	51
Des jeunes ciblés en attente de participation (possibilité de choix) plus que de co-construction des réponses	53
Partie III – Synthèse des résultats et perspectives des APDOM	56
3.1 Tableau synthétique : réponses aux hypothèses	56
3.2 Synthèse des bonnes pratiques observées	58
La captation	58
L'adhésion	59
La fidélisation	59
Quelques préconisations opérationnelles et pistes de réflexion au niveau des projets de l'APDOM5	60
3.3 Perspectives des APDOM en Guadeloupe - préconisations	66
Annexes	68
Annexe 1 - Quatre projets lauréats d'APDOM 5, support de l'évaluation	68
Projet n°3 - Mon île ou ailleurs #je m'engage.	70
Projet n°6 – Le rallye de la création d'activités et de l'emploi	71
Projet n°8 - Magnétothèque BAYLAWA	73
Projet n°13 - Jenn mété zot doubout pou on divini méyé	75

PREAMBULE

Cette étude a été réalisée par les bureaux d'étude Geste et Crédoc à la demande du Fonds d'Expérimentations pour la Jeunesse.

L'équipe GESTE/CREDOC, conduite par Rodolphe Ejnès et composée de Liane Desseigne, Jorg Muller et Lucie Brice, a travaillé en lien étroit avec l'équipe du FEJ et de la DJSCS Guadeloupe, que nous remercions.

Les remerciements de l'équipe vont également aux porteurs de projet APDOM5 qui ont accueillis les évaluateurs et organisés les temps d'investigation, ainsi que leurs partenaires. Nous tenons également à remercier l'ensemble des jeunes interrogés dans le cadre de cette étude, qu'il s'agisse de ceux ayant participé aux projets de l'expérimentation ou ceux rencontrés en dehors de ce cadre.

Ce rapport et les analyses, conclusions et perspectives qui y sont présentées n'engagent que les auteurs du présent document.

INTRODUCTION

L'appel à projet « essaimage DOM » : une approche novatrice pour l'Outre-mer

Afin de déployer les programmes de soutien aux jeunes ultramarins, le gouvernement français a lancé, le 3 septembre 2015, le Plan Jeunesse Outre-mer, doté de 300 millions d'euro¹. Ce plan est concomitant avec la loi « Egalité réelle Outre-mer » comportant 141 articles et adoptée en février 2017. Outre le large éventail de dispositions et l'ambition de ses mesures, cette loi, tout comme le Plan Jeunesse, mérite l'attention pour **son approche novatrice** :

- d'abord, ces politiques accordent une attention particulière aux diversités -voire aux disparités – territoriales, et **font du respect de cette diversité la condition sine qua non de leur application** ;
- ensuite, ces politiques sont conçues selon le principe novateur de **la co-construction comme moteur de l'innovation sociale**. Ainsi, les acteurs locaux sont associés aux différentes phases de l'élaboration à l'exécution ;

Dans cette optique, la démarche de l'appel à projets OUTRE MER « essaimage DOM » revêt **un caractère déconcentré et se veut adaptée au territoire ainsi qu'aux visages protéiformes des jeunesses ultramarines**.

En outre l'enjeu des expérimentations présentées est multiple puisqu'elles doivent :

- **capitaliser les enseignements et résultats de projets précédents** mis en œuvre au cours d'une des vagues d'expérimentation antérieures tout en permettant un déploiement local tenant compte des besoins spécifiques du territoire et de la population cible concernée,
- **conserver un caractère « innovant » fidèle aux principes de l'innovation sociale**,
- **alimenter la réflexion et la confection des politiques publiques** et permettre, à leur tour, d'être transposées sur d'autres terrains et territoires d'expérimentation.

La conduite de l'appel à projet en Guadeloupe a permis de répondre au souhait de la DJSCS d'être impliquée dans son montage et s'inscrit de fait dans les objectifs de l'appel à projet OUTRE MER « essaimage DOM ». Les axes thématiques d'APDOM5 en Guadeloupe ont été définis suite à une consultation auprès des services de l'état pilotée par la sous-préfète (de l'époque) en charge de la cohésion sociale : aide sociale à l'enfance, insertion professionnelle et engagement des jeunes. La sélection a été réalisée par un jury composé de la DJSCS, du Conseil Départemental, de l'Education Nationale, de la direction de la protection judiciaire de la jeunesse, de l'URIOPSS et du CRIJ. Sur les 10 candidatures, le jury s'est attaché à questionner les critères suivants : projets ciblés sur les thématiques souhaitées, cohérence entre les objectifs des projets et leurs mises en œuvre, jeunes en difficultés comme public cible. L'objectif pour les partenaires du territoire était en effet de conforter une nouvelle offre de service pour répondre aux problématiques de la jeunesse guadeloupéenne et favoriser la connaissance des institutions auprès des jeunes du territoire. En ce sens, les projets sélectionnés donnent à voir des points de similitude :

¹ Plan Jeunesse Outre-mer, <http://www.jeunes.gouv.fr/actualites/actualites-interministerielles/article/plan-jeunesse-outre-mer-un-defi>

- Ciblent les jeunes en difficultés, qu'il faut mettre en projet, car jusqu'au lycée ils n'ont pas eu à engager de démarche individuelle (hormis évidemment les jeunes ayant quitté le système scolaire prématurément) ;
- Travaillent à une insertion au sens large ;
- Favorisent une maîtrise de l'environnement (des actions/acteurs présents sur le territoire).

Une problématique d'étude définie par et pour les acteurs de terrains au service des jeunes guadeloupéens

La présente étude s'inscrit dans le cadre de la mission d'évaluation des projets APDOM5 dont les objectifs ont été redéfinis au lancement de la démarche (voir encadre ci-après) :

- **Identifier les problématiques des jeunes sur le territoire guadeloupéen.** Dans cette optique, l'évaluation n'a pas pour vocation de dresser un inventaire exhaustif des problèmes et des difficultés auxquels se heurtent les jeunes en Guadeloupe aujourd'hui, ni d'apporter des solutions concrètes à ces problèmes à l'échelle locale, mais de dresser le constat des barrières « **d'une jeunesse** » **locale** que l'on pourrait qualifier pour l'instant d'**empêchée**. Après la phase de cadrage, plusieurs thématiques ont été retenues comme par exemple : insertion professionnelle et chômage des jeunes, délinquance et criminalité juvénile, engagement des jeunes vu à travers le prisme de la crise de la représentativité et le désamour institutionnel.
- Ainsi, l'identification de ces problématiques constituerait **un point de départ pour tester en quoi les programmes des projets de l'APDOM5 apportent ou non des solutions pérennes** à ces situations de vie.
- Parallèlement, **ce travail de circonscription des problématiques des jeunes devrait permettre de mieux connaître les populations cible.** En effet, les partenaires institutionnels ainsi que les porteurs ont fait part de leurs difficultés à intégrer les jeunes dans leurs programmes d'expérimentation. Les projets visaient pour la plupart des publics peu connus des structures institutionnelles et la mobilisation a parfois été nettement plus difficile que prévu. En effet, ce problème semble connu aussi bien dans les DOM que du milieu associatif ou encore des travailleurs sociaux en métropole. Or, sans analyse des raisons pour ce manque de mobilisation des jeunes, toutes les interprétations hâtives sont possibles. Par conséquent, cette étude devrait être **l'occasion de « donner la parole » aux jeunes** afin qu'ils puissent se positionner par rapport aux problématiques locales et aux projets et dispositifs de l'APDOM5.

Les enjeux institutionnels et les objectifs initiaux de la mission d'évaluation

Le souhait de renouveler l'approche en matière de modes d'action publique dans le cadre d'APDOM5 s'articulait autour de plusieurs enjeux et posait les jalons des objectifs suivants :

- **Questionner la notion même de « l'innovation »**
Comme exposé précédemment, parmi les critères retenus pour sélectionner les actions soutenues dans le cadre de l'appel à projet OUTRE MER « Essaimage DOM », on peut citer le fait que ces dernières doivent être « innovantes » mais aussi présenter « une forte valeur ajoutée au regard des actions existantes sur le territoire ». Au travers de ces critères et des objectifs visés par l'appel à projet, c'est bien le concept d'innovation

sociale qu'il s'agit de questionner. Malgré les approches protéiformes de la littérature savante, plusieurs consensus sont établis sur le concept d'innovation sociale. L'un de ces consensus affirme que l'innovation sociale permet « *d'élaborer des réponses nouvelles à des besoins sociaux peu ou mal satisfaits dans les conditions actuelles du marché et des politiques sociales* »².

Au regard des objectifs visés par l'appel projet OUTRE MER « Essaimage DOM », ce dernier s'inscrit pleinement dans une logique de déploiement de projets innovant socialement dans la mesure où il a vocation à les soutenir et à en favoriser la transposition sur des territoires à forte disparités, en misant sur une conception décentralisée et une implication *ex-ante* des acteurs « locaux ».

- **Questionner la pertinence d'essaimer des actions dans les territoires ultra-marins**

Le principal enjeu pour les pratiques d'innovations sociales est de se développer et d'accroître leur impact dans l'objectif de passer du statut de « laboratoire » à celui de « production en série »³. Au regard de différentes définitions recouvrant des concepts divers « d'essaimage » (changement d'échelle etc.), l'enjeu était d'analyser les transpositions et les adaptations des programmes aux besoins spécifiques des jeunes Guadeloupéens.

- **Questionner les modes de coopération favorables pour transposer et déployer des actions devant apporter une réponse à des besoins non ou mal-couverts**

La mise en œuvre de l'appel à projet OUTRE MER « Essaimage DOM », au travers son caractère déconcentré et horizontal, s'inscrit ainsi dans une volonté d'accroître les coopérations entre les différents acteurs du territoire et notamment entre les acteurs institutionnels et d'améliorer ainsi leurs capacités respectives d'entrer en contact et d'impacter les publics ciblés.

- **Déterminer les conditions dans lesquels les projets soutenus ont les impacts les plus favorables sur les bénéficiaires finaux**

En observant les projets, l'évaluation vise à faire ressortir des bonnes pratiques, et des cas typiques de réussite du déploiement d'actions utiles socialement. Cette analyse passe nécessairement par une mesure des effets des projets sur les jeunes bénéficiaires, afin de déterminer la pertinence et l'efficacité de ces actions.

- **Utiliser l'évaluation comme un outil de modernisation de l'action publique**

Le FEJ s'attache à inscrire son action dans une démarche constante d'évaluation, afin de réajuster son action à partir d'éléments objectifs. Les projets soutenus ont vocation à s'appuyer sur des expérimentations déjà évaluées, là aussi l'évaluation doit être un moyen de capitaliser des enseignements utiles au développement de projets à l'avenir et à l'adaptation des futurs appels à projet du FEJ. La présente évaluation confirme cette volonté d'agir et de façonner la commande publique à venir.

Au regard de ces objectifs assignés à la mission, GESTE/CREDOC avaient initialement proposé le concept d'une **évaluation *in itinere***, c'est-à-dire chemin faisant. Les projets étant mis en place au 1^{er} janvier 2017, le processus évaluatif devait accompagner le déploiement des actions, et s'adapter aux réalisations grâce à la mise en place de deux vagues d'enquête (cf. principes méthodologiques). Cette démarche devait permettre à la mission d'évaluation de répondre à **4 objectifs opérationnels** :

- Dresser un portrait des modalités de déploiement des projets sur les territoires

² L'innovation sociale, Mode d'emploi, Avise, 2015.

³ « Enjeux et pistes d'actions pour le changement d'échelle des innovations sociales », Notes d'analyse, Avise, janvier 2014

d'outre-mer dans le cadre d'une construction déconcentrée de l'action publique sur les territoires ;

- Etudier les outils, moyens et pratiques professionnelles déployés pour mettre en œuvre les actions en faveur de l'autonomie des jeunes ;
- Caractériser les profils des publics ciblés par les expérimentations et analyser les effets de l'expérimentation sur leurs trajectoires individuelles ;
- Analyser des effets des projets sur le maillage partenarial local.

Ces objectifs visaient un double objet, à savoir les projets d'une part, et l'appel à projet APDOM5 d'autre part. Ainsi, la mission d'évaluation visait à :

- Identifier les conditions de mise en œuvre des projets ;
- Mesurer les effets sur les parcours des jeunes, leurs conditions de vie et leur accès à l'autonomie ;
- Apprécier la pertinence de l'appel à projet déconcentré ;
- Valoriser et capitaliser les enseignements en vue d'un changement d'échelle ;
- Tirer des enseignements en termes de politique publique.

Lors de la réunion de lancement, le 30 août 2017, Aude Kerivel, en sa fonction d'interlocutrice au FEJ pour la mission APDOM5, a fait part du souhait du FEJ de redéfinir les contours du projet et de réorienter sa problématique. En effet, **il ne s'avère qu'aucun des projets sélectionnés n'a essaimé son action**. De ce fait, il n'était ni possible ni pertinent de réaliser une évaluation de l'essaimage des projets APDOM5. Plus qu'une évaluation des modalités de la mise en œuvre et d'une synthèse des bonnes pratiques d'essaimage, le travail d'évaluation devrait dorénavant davantage permettre d'identifier les problématiques spécifiques aux jeunes Guadeloupéens et permettre de mieux connaître ces « jeunes » qui, pour le FEJ et ses partenaires, restent bien souvent un public peu accessible et mal-connu.

Vers une réorientation des objectifs :

Face à ce qui apparaissait être un questionnement commun sur les moyens de définir et mettre en œuvre des dispositifs pertinents et mobilisables de manière effective par les jeunes, **les acteurs du territoire ont souhaité interroger**, dans le cadre de cette étude, **les facteurs d'adhésion et de fidélisation des jeunes aux dispositifs qui leur sont destinés**.

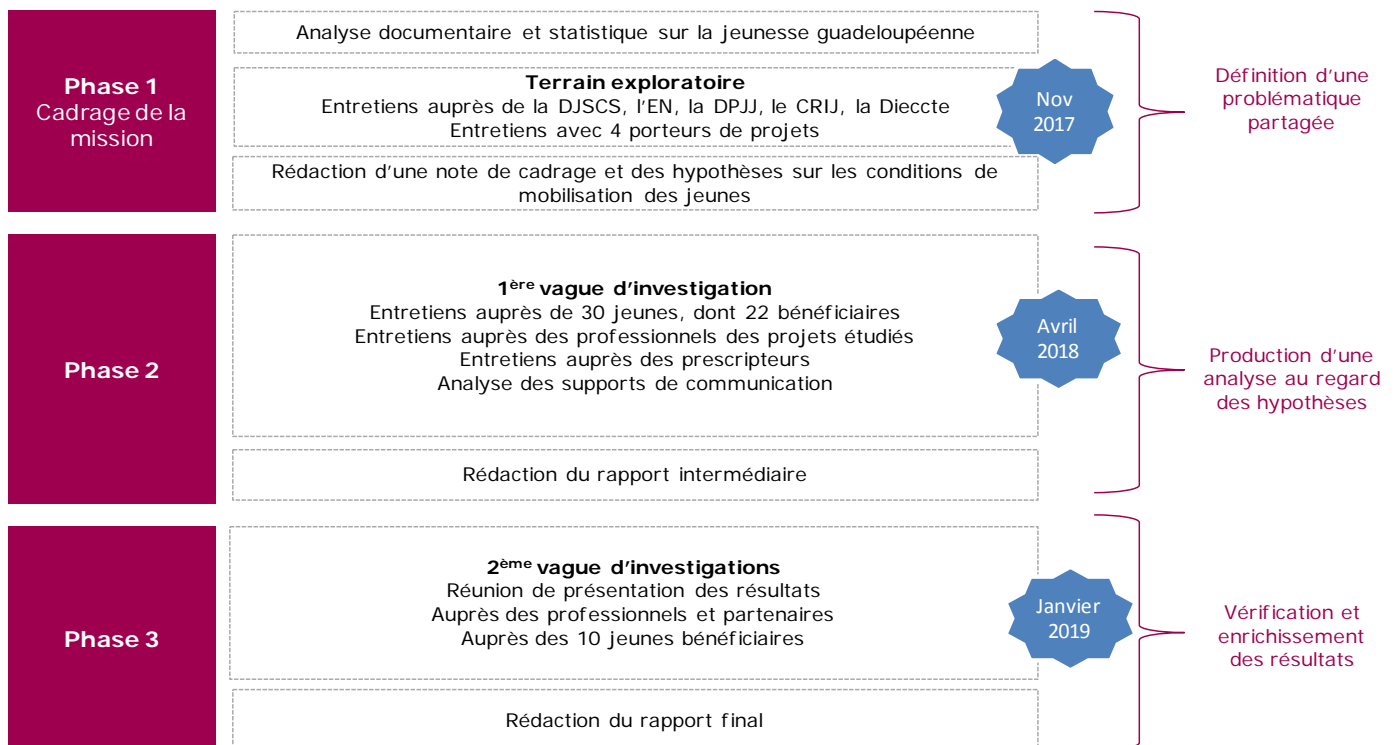
L'APDOM5 peut permettre d'interroger cette problématique :

- ➞ **à l'échelle des projets soutenus par le Fonds d'Expérimentations de la Jeunesse** : quelles ont été les modalités d'identification et mobilisation des jeunes ? Ont-elles permis de toucher le public ciblé et d'emporter leur adhésion ? Qu'est-ce qui les différencie des approches du droit commun et peut en faire des bonnes pratiques pour les dispositifs de demain à destination des jeunes guadeloupéens⁴ ?
- ➞ **auprès des jeunes ciblés et bénéficiaires de ces dispositifs** : quelles sont les raisons qui les ont conduits à s'impliquer dans le projet, à quel moment dans leur parcours de vie ? Quels sont les freins et les leviers à leur mobilisation ?

⁴ Il s'agit là d'une préoccupation transversale. La DJSCS y voit la possibilité d'identifier des leviers qui pourraient faire l'objet de critères de sélection dans de prochains appels à projet du FEJ, notamment en Guadeloupe. L'association Arrimage Good'iles envisage quant à elle de réaliser un Guide de bonnes pratiques en matière d'accompagnement à destination des professionnels et des acteurs de jeunesse qui pourra faire l'objet d'une large diffusion au niveau régional au regard des enjeux socio-économiques liés à l'engagement volontaire des jeunes guadeloupéens de 18-30 ans - en particulier ceux les plus éloignés de l'emploi.

Avec cette problématique, la jeunesse guadeloupéenne devient l'objet central d'étude, les projets et l'APDOM5 étant quant à eux des supports d'analyse des enjeux de captation. Ils sont utilisés comme source pour toucher les jeunes et faciliter les prises de contacts avec les différents acteurs.

Une méthodologie adaptée aux hypothèses et aux contraintes de terrain



Une phase d'étude exploratoire utile à la définition d'un objet d'étude

Face à la diversité des projets soutenus dans le cadre d'APDOM5, il est apparu nécessaire de déterminer un objet d'étude commun pour assurer à la fois la cohérence et la pertinence (pour les acteurs locaux notamment) des analyses produites.

Afin de stabiliser le champ de l'étude à conduire, **il a été convenu de réaliser une phase exploratoire.**

De septembre à décembre 2017, l'équipe Geste-Crédoc a réalisé :

- Un entretien auprès de la DJSCS Guadeloupe en présence de l'équipe du FEJ
- Des entretiens téléphoniques/Skype auprès des 4 porteurs de projets lauréats
- Une revue de littérature sur les problématiques de la jeunesse en Guadeloupe
- Une revue de la documentation concernant les projets lauréats
- Un déplacement en Guadeloupe du 20 au 24 novembre. A cette occasion, une consultante a participé à une réunion organisée par la DJSCS de présentation de l'avancée des projets aux partenaires et a interrogé les interlocuteurs suivants :

Éducation Nationale	Mme LACEMON, conseillère technique établissements et vie scolaire
DPJJ	Mme DIAKOK-EDINVAL, référente laïcité-citoyenneté
CRIJ	M. BENONY, directeur
DIECCTE	Mme CHARPENTIER, chef du département emploi
Arrimage DOM - Mon île ou ailleurs #je m'engage	Mme SABAN DIALLO, responsable de projet Mme RUSCIGNI, coordinatrice
BGE - Le rallye de la création d'activités et de l'emploi	Mme CERIVAL, directrice adjointe Mme NAOUAH et CITADELLE, CIP
MAG'ASP - Jenn mété zot doubout pou on divini méyé	Mme DECOSTER, directrice Mme ROULETTE, coordinatrice pédagogique

Non disponibles sur la période, ont été interrogés par téléphone Mme Vespasien du Conseil Départemental et M. Anyla de l'URIOPSS. L'absence d'interlocuteur identifié n'a pas rendu possible l'organisation d'échange avec la Mission Locale (départ du directeur) et le Conseil Régional.

Ces entretiens ont permis de confirmer le souhait des acteurs du territoire de définir une problématique et un périmètre d'étude qui leur permettent de mieux connaître les jeunes du territoire et de disposer d'informations utiles dans leur intervention future auprès des jeunes guadeloupéens. Ces éléments sont repris dans la partie II du présent document.

Des investigations auprès des jeunes bénéficiaires ou cibles de trois projets APDOM5

L'objet d'étude ayant évolué au cours de la phase de terrain exploratoire, la méthodologie envisagée au lancement de l'évaluation a dû être adaptée à ce changement. Initialement, il était clairement prévu de réaliser une évaluation de chaque projet et de l'appel à projet au regard des objectifs de ce dernier. De plus l'ensemble des acteurs de terrains s'accorde sur un point : *« beaucoup d'études sont réalisés sur le territoire, mais les résultats sont souvent peu opérationnels et non utilisables en termes de politique publique pour les acteurs locaux. Nous souhaitons donc une démarche qui sert réellement le territoire et ses acteurs »* (DJSCS). Il fallait donc construire au-delà de la problématique, une méthodologie qui alimente réellement les acteurs de terrain.

Afin de répondre à cette nouvelle problématique définie à l'issue de la phase de cadrage, les investigations ont été centrées sur les personnes concernées directement par les enjeux de captation, adhésion et fidélisation des jeunes à savoir :

- Les jeunes directement ;
- Les professionnels qui interviennent sur les projets auprès des jeunes ;
- Les prescripteurs de dispositifs d'insertion sociale et professionnelle.

Aussi, au cours de la phase exploratoire, plusieurs contraintes locales nous ont été mises en avant, dont il a fallu tenir compte pour construire la méthodologie :

- Il est impossible de s'appuyer sur des temps des projets regroupant plusieurs jeunes pour organiser des rencontres. Alors que cette méthode paraissait pertinente pour échanger avec plusieurs jeunes lors d'un même évènement, tous les porteurs s'accordent sur le manque de fiabilité de cette méthode. Le nombre de participants est très variable, et régulièrement ces temps sont annulés au dernier moment, faute

de participants ou pour des raisons logistiques. Il apparaît donc plus pertinent d'avoir une approche individualisée auprès des jeunes, avec l'appui des porteurs de projets.

- Par rapport à la problématique posée, il n'est plus pertinent de mettre en place un suivi de cohorte de jeunes concernés par les projets lauréats (ce qui avait été envisagé au lancement de l'évaluation). Dans le cadre d'une évaluation, ce type de méthode est adapté pour mesurer les situations avant-après participation à un dispositif, et produire une analyse de contribution à l'évolution des situations grâce à un programme. Ici, on s'intéresse à la perception des jeunes, et non à l'évolution de leur situation. **Le suivi de cohorte n'est donc pas pertinent.** De plus, de nombreux acteurs signalent la grande volatilité de la jeunesse guadeloupéenne, et donc la difficulté à mettre en place de type de méthodologie dans le temps.

De ces deux contraintes résulte un constat : il semblait impératif de construire une méthodologie d'investigation *ad hoc* tenant compte des différentes réalités de terrain, en s'appuyant sur les porteurs et les spécificités de chacun des projets. Malgré cette approche méthodologique déclinant le questionnement méthodologique au cas par cas, un socle méthodologique commun minimaliste a été conservé. Concrètement, il s'agissait pour un consultant de passer plusieurs jours auprès de chaque projet (dans leurs locaux et/ou avec les porteurs), pour trouver les questionnements les plus opportuns et interroger le maximum de personnes, en particulier les jeunes, afin d'asseoir l'analyse sur un large éventail d'observations et de verbatims récoltés.

Au final, il a fallu faire preuve d'une adaptation permanente. La nouvelle méthodologie envisagée par projet n'a ainsi pas pu systématiquement être mise en œuvre. Cela en raison du particularisme des projets (projet virtuel ou projet physique avec une logique de cohorte ou de suivi continu), mais surtout pour tenir compte des réalisations et de l'état d'avancement des projets. Nous avons construit cette méthodologie sur les informations que nous avons sur chacun des projets après la première phase de terrain. Certains projets pouvaient donc apparaître plus avancés qu'ils ne l'étaient en réalité. C'est pour cette raison que le périmètre de l'étude également a évolué : le projet lauréat « Magnétothèque BAYLAWA » porté par l'association Patrimoine vivant de Marie-Galante n'a pas été pris en compte dans l'étude. En effet, il n'a pas été possible de mobiliser les porteurs du projet au cours de la phase exploratoire, et plusieurs acteurs ont évoqué les difficultés rencontrées pour construire ce projet.

Pour les trois projets ciblés lors des investigations de la phase 2, des écarts sont donc apparus entre la méthodologie envisagée suite à la phase exploratoire, et celle effectivement mise en œuvre. Les freins portent autant sur la mise en œuvre de l'évaluation en tant que telle que sur des limites rencontrées par les projets qui ont pu impacter la démarche d'étude.

Le tableau suivant pointe les différences entre ces deux approches :

Projet	Arrimage Good Iles	MAG'ASP	BGE
Méthodologie envisagée	<ul style="list-style-type: none"> - Réalisation d'une enquête en ligne auprès des jeunes utilisateurs de la plateforme - Entretiens avec les jeunes ayant été associés à la construction de la plateforme - Interrogation des professionnels intervenant sur le projet 	<ul style="list-style-type: none"> - Observer le déroulement d'un Kafé'Jeunes - Interroger les jeunes ayant bénéficié d'un accompagnement individuel - Interroger les 	<ul style="list-style-type: none"> Interrogation des intervenants de la BGE auprès des jeunes, des prescripteurs qui ont orientés les 10 jeunes de la première session (dont seulement 5 ont effectivement participé au

		prescripteurs des différentes actions	projet), et des 10 jeunes, si possible sur place en face-à-face
<p>Freins rencontrés (Phase 2)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Absence de contacts des jeunes utilisant la plateforme - Grandes distorsions entre les réalisations présentées dans les dossiers et la réalité du terrain - Faible utilisation de la plateforme par les jeunes précaires (public cible initial), l'outil étant finalement plus utilisé par les professionnels (constatation lors de la phase 2) - Une grande difficulté à toucher des utilisateurs appartenant au public cible des jeunes précaires - Lors de la 2^{ème} phase de terrain la rencontre entre Arrimage et des jeunes a été annulée à deux reprises faute de salle disponible 	<p>Impossibilité de s'appuyer sur un évènement pour organiser les investigations</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pas de prescripteurs réellement identifiés, fonctionnement essentiellement sur le bouche-à-oreille 	<ul style="list-style-type: none"> - 10 jeunes de la première vague ont arrêté leur formation avant la fin contractuelle ou ont quitté la formation parce qu'ils ont trouvé un emploi et n'ont plus donné de nouvelles depuis. Des tentatives d'établir le contact sont restées infructueuses. Ces jeunes n'ont donc pas pu être mobilisés pour l'évaluation - Les prescripteurs n'étaient que trois permanents de la BGE affectés à l'exécution du projet. Pas d'entretien avec des professionnels possibles car aucun recrutement n'a eu lieu pour la première vague puisqu'au stade où ils devaient intervenir il n'y avait plus de jeunes à former
<p>Méthodologie réelle (Phase 2)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Rencontre avec les prescripteurs en charge du développement et de l'animation de la plateforme - Rencontre avec une jeune ayant utilisé la plateforme - Entretien téléphonique avec 3 jeunes ayant déposé un projet pour participer au concours d'Arrimage sur l'engagement - Interrogation de groupes de jeunes précaires dans le quartier Carénage de Pointe-à-Pitre sélectionnés de manière aléatoire ; le entretiens portaient sur leur perception du site internet d'Arrimage - Exploitation des portraits vidéo de jeunes réalisés par Arrimage 	<p>Interrogation de 10 jeunes suivis par l'association, en particulier le PIJ</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entretiens avec tous les membres de l'équipe de MAG'ASP - Observation d'entretiens 	<ul style="list-style-type: none"> - Entretien avec 8 jeunes ayant assisté aux deux sessions de présentation de la 2ème vague - Entretien avec tous les professionnels (permanents et psychologue à temps partiel) étant intervenus sur le projet (personnel de la BGE)

Ces évolutions ont conduit globalement à la réalisation d'un nombre moins élevé d'entretiens avec des jeunes que ce qui avait été envisagé au premier abord. En complément de l'entrée par projet, ont été ajoutés des entretiens avec des jeunes rencontrés dans des quartiers Politiques de la Ville de Pointe-à-Pitre. Une dizaine de jeunes ont été ainsi interrogés, de manière individuelle ou collective selon les configurations. Au total, plus de 30 jeunes ont donc été interviewés dans le cadre des investigations.

Une phase de mise en discussion des résultats à l'échelle des territoires

Dans le cadre de la méthodologie définie au départ, il était envisagé de réaliser des investigations en deux vagues distinctes. Etant donnée l'évolution de la problématique et les informations recueillies lors de la première vague d'investigation, cette approche ne nous est pas parue pertinente à conserver comme telle. L'absence d'intérêt de réaliser un suivi de cohorte et le niveau de saturation de l'information au fil des entretiens menés nous ont amené à modifier notre approche.

La deuxième vague d'investigation et dernière phase de terrain a été ainsi envisagée comme une étape de discussion des résultats auprès des acteurs jeunesse du territoire et des porteurs de projets.

Une réunion a été organisée auprès des acteurs jeunesse du territoire (dont certains déjà réunis au cours de la phase exploratoire de la mission) afin de leur présenter les résultats de l'étude et recueillir leurs réactions. Ce temps d'échange, organisé le 16 janvier 2019 a reçu un accueil positif des participants venus nombreux et a permis de hiérarchiser les pistes de travail identifiées. Les acteurs suivants ont ainsi pu participer au débat :

DJSCS	M.CHEVALIER, directeur Mme GRANDISSON
Préfecture	M.PERCHERON, sous-préfet à la cohésion sociale M. AURORE, délégué du Préfet
Conseil régional	Mme CLODION Mme JEAN DENIS, référente ESS
Conseil départemental	Mme VIRAPIN MONFRET
Rectorat	Mme CORDINIER
DPJJ	M.HERTHE, responsable d'unité éducative Mme DIAKOK-EDINVAL, référente laïcité-citoyenneté
CRIJ	M. ZORA
Arrimage DOM - Mon île ou ailleurs #je m'engage	Mme SABAN DIALLO, responsable de projet
BGE - Le rallye de la création d'activités et de l'emploi	Mme CERIVAL, directrice adjointe Mme GYAN, CIP
MAG'ASP - Jenn mété zot doubout pou on divini méyé	Mme ROULETTE, coordinatrice pédagogique
Patrimoine Vivant de Marie Galante	Mme VADREZEAU

Ce temps d'investigation a également permis de se rendre **auprès de chaque porteur de projet du périmètre et d'organiser des échanges** :

- **Auprès des porteurs de projet et partenaires** pour questionner en quoi les pratiques identifiées sont mobilisables lorsque ce n'est pas déjà le cas ;
- **Auprès des jeunes bénéficiaires** pour échanger sur la pertinence des pratiques identifiées comme à valoriser. 10 jeunes ont pu être interrogés à cette occasion.

Projet	Arrimage Good Iles	MAG'ASP	BGE
Porteur de projet	- Mme SAVAN DIALLO, responsable du projet	- Directrice, Estelle Decoster - Coordinatrice pédagogique, Gaëlle Roulette - Ancienne informatrice jeunesse	- Mme CERIVAL, Directrice adjointe - Mme GYAN, Conseillère en insertion - M ASSOR-PARNASSE, Conseiller en insertion
Partenaires		- Institutrice classe de toute petite section, maternelle, Saint Louis - Responsable de secteur de l'AGSAF (service d'aide à domicile) - Professeur principale des classes SPVL Lycée de Grand Bourg - Administratrice, bénévole psychomotricienne	- Enseignante de Français – spécialisation « enfants en difficultés scolaires » - Psychologue accompagnant les jeunes lors des réunions de présentation et pendant le stage d'intégration
Jeunes		2 collégiennes, 3 lycéens, 1 jeune mère inactive	4 jeunes issus de la 2ème promotion et actuellement en service civique à la BGE

Cette dernière phase de la mission s'est tenue au cours du mois de janvier 2019, soit après la saison cyclonique en Guadeloupe, qui limitait largement les possibilités de réunions entre plusieurs acteurs. Le présent rapport final est ainsi une analyse de l'ensemble des matériaux recueillis au cours de la mission, soit à travers des revues de littérature et trois temps d'investigations sur le terrain.

PARTIE I – LA PROBLEMATIQUE DU NON RECOURS DES JEUNES GUADELOUPEENS AUX DISPOSITIFS QUI LEUR SONT DESTINES

1.1 Le non-recours, un phénomène régulièrement identifié chez les jeunes

Dans une perspective plus large de sociologie de l'action publique, la question de la difficulté de toucher et, surtout, de mobiliser des publics jeunes « distants » semble centrale. Comment intéresser ces jeunes distants et parfois réticents aux initiatives associatives et institutionnelles, comment leur adresser un discours audible, comment les capter et faire en sorte qu'ils s'approprient l'action publique qui leur est destinée ? Reprenant les travaux de Didier Fassin⁵ on peut qualifier les jeunes « distants » comme des publics souffrant de leur exclusion sociale, de leurs conditions de vie ou encore de leur position dans la société. Leur statut de public à la fois « marginal » et « fragile » les place dans une situation de double handicap quant à leur intégration.

Le constat initial fait sur le territoire de la Guadeloupe pour les publics jeunes ciblés par les projets d'APDOM5 fait état d'une inadéquation entre action publique proposée et acceptation de cette politique auprès des jeunes. Une inadéquation qui peut se traduire par une faible capacité à mobiliser et à *fortiori* une faible adhésion aux programmes et initiatives.

Ainsi si la Guadeloupe est riche de dispositifs institutionnels et de projets associatifs à destination des jeunes⁶, il apparaît qu'ils sont peu mobilisés par le public ciblé, notamment quand il s'agit des jeunes actifs de 16 à 25 ans. Sans données d'objectivation, les cas cités donnent à voir un constat hétérogène avec d'une part des dispositifs mobilisés :

- les emplois d'avenir ont été extrêmement sollicités selon la Direction des Entreprises, de la Concurrence, de la Consommation du Travail et de l'Emploi (DIECCTE), données à recueillir en phase 3 ;
- l'école de la 2^{ème} chance apparaît dynamique et travaille notamment les parcours vers l'Insertion par l'Activité Economique (IAE) en assurant un suivi en emploi (données sur le nombre de jeunes concernés à recueillir en phase 3) ;
- le Service Militaire Adapté (SMA), dispositif militaire d'insertion socioprofessionnelle à destination des jeunes ultramarins, de 18 à 25 ans, éloignés du marché de l'emploi relevant du Ministère des Outremer est connu et attractif (en 2017⁷, cette opération a permis de former 1027 jeunes dans 30 métiers en Guadeloupe) ;
- La proportion des moins de 26 ans a augmenté de 10 points sur les dernières années dans les structures d'insertion par l'activité économique (20 atelier-chantiers d'insertion et 10 associations intermédiaire, avec 44,9% de moins de 26 ans en 2017), bien que les supports d'activité restent peu diversifiés selon les informations transmises par la DIECCTE ;

A contrario, l'enveloppe dédiée à la Garantie Jeunes n'a pas été consommée, le dispositif « *n'a pas rencontré son public* » selon la DIECCTE, d'autant plus que les jeunes sous mains de justice ne sont pas éligibles. Par rapport à la France hexagonale les bénéficiaires du RSA jeunes sont huit fois moins nombreux. La Guadeloupe compte en 2016, 42 054 bénéficiaires du RSA – ce qui correspond à un taux de couverture de 22% de la population – et seulement

⁵ Cf. Didier Fassin, *Des maux indicibles. Sociologie des lieux d'écoute*. Paris, 2004.

⁶ Schéma régional des politiques de jeunesse en Guadeloupe, 2015 : [http://www.guadeloupe.gouv.fr/content/download/7372/55279/file/SPJG%20\(version%20d%C3%A9finitive\).pdf](http://www.guadeloupe.gouv.fr/content/download/7372/55279/file/SPJG%20(version%20d%C3%A9finitive).pdf)

⁷ Rapport d'activité 2017, SMA, Site internet du RSMA, <https://www.rsma.gp/>

5 jeunes ayant bénéficié du RSA jeunes. A titre de comparaison, la France métropolitaine compte 1 661 074 bénéficiaires du RSA (5,2% de la population active) et 1 270 jeunes. Il va de même pour les aides du FAJ (Fond d'Aide aux Jeunes). En 2015, 1 661 aides individuelles se répartissent entre seulement 616 jeunes pour un montant moyen de 207,50 euros par aide individuelle attribuée⁸.

A l'échelle des projets de l'APDOM5, 3 des 4 projets (tous porté par des associations) ont rencontré des difficultés à capter leur bénéficiaire, bien qu'ils prévoient pour certains de développer des approches adaptés de mobilisation.

	Le rallye de la création d'activités et de l'emploi	« Mon île ou ailleurs #je m'engage »	« jenn mété doubout pou on divini méyé »	Magnétothèque BAYLAWA
Porteur	BGE Guadeloupe Iles du Nord	Arrimage Good iles	MAG'ASP	Patrimoine vivant de Marie Galante
Objet	Projet de remobilisation sociale par la création d'activités	Projet éducatif qui vise à favoriser l'engagement solidaire et l'accompagnement de jeunes ayant moins d'opportunités	Accompagnement des jeunes dans la mise en œuvre de leurs projets de vie (professionnel et personnel)	Création d'une maison du patrimoine: formation et accompagnement de jeunes pour préserver et valoriser le patrimoine culturel
Public cible	<ul style="list-style-type: none"> Jeunes ASE (Aide sociale à l'Enfance) Jeunes sous-main de justice NEET (Not in Education Employment or Training) 	<ul style="list-style-type: none"> 16-30 ans Jeunes résidant dans des zones urbaines prioritaires de la politique de la ville et en milieu rural 	<ul style="list-style-type: none"> Lycées, étudiants, demandeurs d'emploi, mères isolées Jeunes déjà en dynamique, pour lesquels la famille n'est parfois pas en capacité d'accompagner dans leurs projets 	<ul style="list-style-type: none"> 16-30 ans ayant moins d'opportunités en raison de leur situation géographique, de leur faible niveau de formation ou de leur éloignement de l'emploi
Public bénéficiaire	Absence de jeunes PJJ (Protection judiciaire de la jeunesse) et peu de jeunes ASE. En revanche, quelques profils NEET ont pu être rencontré lors de la 3 ^{ème} phase de terrain	Public cible plus qualifié qu'attendu du fait que le projet s'adresse par essence à des publics déjà insérés socialement et des jeunes ayant disposant de projets personnels et d'une connaissance – bien que vague – du fonctionnement monde associatif et administratif	Cible atteinte en dehors des très jeunes mères de moins de 18 ans	Pas d'information collectée sur ce volet

⁸ DJSCS, *Les chiffres clés de la jeunesse Guadeloupe 2018, novembre 2018.*

<p>Modalité de captation du public cible</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Prescription par les partenaires (Service public de l'emploi (SPE) et ASE) 	<ul style="list-style-type: none"> • Plateforme numérique • Réseaux sociaux : Facebook, Whats'app • Réunion d'information ad hoc ou adossée à des événements 	<ul style="list-style-type: none"> • Jeunes qui sollicitent la structure (via les Points d'Information Jeunesse (PIJ), les lieux d'accueil enfants-parents (LAEP)) • Partenariats pour être présents dans les lieux fréquentés (acteurs scolaires) 	
<p>Implication attendue du bénéficiaire</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Signature d'un contrat d'engagement 	<ul style="list-style-type: none"> • Rôle de l'adulte comme « passeur » ou « médiateur » • Approche par les pairs 	<ul style="list-style-type: none"> • Possibilité de bénéficier des actions sur le principe de l'anonymat 	
<p>Difficultés de mobilisation des jeunes</p>	<p>Sur les 10 jeunes ayant adhéré lors de la première session (dont 2 relevant de l'ASE), 5 seulement ont effectivement participé au projet. Un défaut d'adhésion (absence de rémunération) conjugué à une vraie difficulté à s'inscrire dans la durée (durée de formation, contrainte de mobilité) selon les porteurs du projet.</p>	<p>/</p>	<p>Le projet de coopérative associative avait moins bien démarré auprès des jeunes que des adultes. Une moindre mobilisation qui pourrait s'expliquer de par la méconnaissance des jeunes sur leur possibilité de monter des projets, et plus largement un désengagement citoyen.</p>	<p>Difficultés à conduire le projet au regard du difficile accès à Internet (coupures répétées depuis le passage de l'ouragan de 2017), alors que le projet devait pouvoir s'appuyer dessus (communication et montage de la plateforme).</p>

1.2 Le non-recours, un objet protéiforme qui interroge les conditions de mobilisation des jeunes

Le questionnement des freins à l'appropriation des dispositifs appelle à une littérature protéiforme et invoque inéluctablement la question du « non recours »⁹, c'est à dire le différentiel entre la population potentiellement ciblée par une politique sociale d'aide ou d'assistance et la population réellement bénéficiaire. Pourquoi les publics jeunes « distants » sont-ils davantage dans une telle situation ? **Schématiquement**, l'étude de la littérature permet d'identifier différents types de freins générant des situations de « non-recours » :

- **la non-connaissance** : une personne éligible à un dispositif est en non-recours parce qu'elle ne connaît pas le dispositif d'aide en question, ou ne sait pas comment y accéder, ou ne pense pas être éligible.

⁹ Marie-Pierre Hamel et Philippe Warin, « Non-recours (Non-take up) », in Laurie Boussaguet et al., *Dictionnaire des politiques publiques Presses de Sciences Po « Références »*, p. 383-390, 2010.

- **la non-demande** : une personne éligible et informée est en non-recours car elle n'a pas sollicité l'aide :
 - par contrainte : découragement devant la complexité de l'accès, difficultés d'accessibilité (distance, mobilité), difficulté à exprimer des besoins, etc.
 - ou par choix, en raison d'une possible non-adhésion aux principes de l'offre, par manque d'intérêt pour l'offre (analyse des coûts/avantages), pour préserver son estime de soi, etc.
- **la non-réception** : une personne éligible demande une aide, mais ne reçoit rien ou uniquement une partie de cette aide, car elle abandonne la demande, est inattentive aux procédures, en raison d'un dysfonctionnement du porteur de projet,¹⁰ etc.
- **la non-proposition** : « une personne est éligible mais les intermédiaires sociaux ne lui proposent pas ses droits en raison de leur manque d'information, d'une anticipation des effets de l'offre sur le bénéficiaire ou de représentations sur le bénéficiaire »¹¹.

Au vu des éléments recueillis au cours de l'analyse documentaire et des entretiens de cadrage, il nous paraît pertinent de nous intéresser spécifiquement à certains types de non-recours afin de questionner les conditions de mobilisation des jeunes guadeloupéens dans les dispositifs qui leurs sont destinés.

Le non-recours par contrainte

Dans sa forme la plus basique le manque d'adhésion peut résulter d'un manque de visibilité du projet et par ricochet d'un défaut d'information des jeunes qui, par rapport aux dispositifs du projet, sont dans une **situation de méconnaissance** totale. Il apparaît qu'en Guadeloupe, une partie des jeunes échappe à tous les « radars institutionnels » lorsqu'ils ne sont plus scolarisés. Le décrochage scolaire persiste voire s'accroît même si les inégalités en terme de qualité de l'enseignement ou encore la qualité des diplômes délivrés se résorbent (à noter que la lutte contre le décrochage scolaire a tout de même progressé ces dernières années : en 2014-2015, 809 élèves guadeloupéens ont ainsi été suivis par la Mission de Lutte contre le Décrochage Scolaire (MLDS) de l'académie en prévention de leur décrochage scolaire, dont 63% au collège, 31% au lycée professionnel et une minorité en lycée général¹². 572 autres élèves en situation de décrochage ont également reçu un appui par ce biais¹³). En particulier les jeunes déscolarisés en 6ème semblent rapidement quitter les circuits de la captation institutionnelle et associative. Selon les acteurs interrogés dans le cadre de la présente étude cette méconnaissance par des vecteurs d'information) qui ne permettent pas de toucher les jeunes et/ou de remporter leur adhésion. Alors que l'information ne manque pas¹⁴, les acteurs du territoire (DJSCS, porteurs de projet, CRIJ...) s'interrogent sur l'accès et l'appropriation de l'information par les jeunes ciblés, qui pourrait expliquer une moindre connaissance des dispositifs auxquels ils peuvent prétendre. Plusieurs projets portent dans leur objet même le souhait de répondre à cet enjeu : MAG'ASP a vocation à rendre plus visible les actions en faveur de la jeunesse et de mettre en valeur les dispositifs encore méconnus par les jeunes, à Marie-Galante ; Arrimage Good Ile souhaite se saisir d'Internet pour palier la difficulté des jeunes à accéder à l'information souhaitée.

¹⁰ Rapport d'information n° 388 (2013-2014) de M. Yannick VAUGRENARD, fait au nom de la Délégation sénatoriale à la prospective, déposé le 19 février 2014 « Comment enrayer le cycle de pauvreté ? Osons la fraternité ! ». <http://www.senat.fr/rap/r13-388/r13-38818.html>. A partir de l'audition par le Sénat de Philippe Warin. Voir aussi la classification européenne de Daly, 2002.

¹¹ MAZET, Pierre, (2016) « Entretien de Pierre Mazet, chercheur à l'Odenore (chapitre 9, 98-102) », in Journal RESOLIS #15 « La pauvreté en France. Des solutions locales pour une action globale ».

¹² ONISEP, *Persévérance et remédiation scolaire en Guadeloupe*, avril 2016

¹³ ACADEMIE DE GUADELOUPE, La persévérance scolaire », *La Lettre de l'Académie*, n°4, Mars 2017

¹⁴ Selon les personnes interrogées au cours des entretiens de cadrage.

La **méconnaissance peut aussi être partielle** : les jeunes connaissent l'existence du projet mais en ignorent les conditions d'éligibilité. Patricia Loncle et Alice Royer ont montré que cette méconnaissance peut contribuer à stimuler le sentiment d'appartenir à un groupe de « non-éligibles » et nourrit l'idée auprès des jeunes publics « distants » que « de toutes les façons le projet n'est pas pour eux »¹⁵. Par exemple, MAGASP dispose d'une offre de service large, touchant autant la petite enfance, la jeunesse ou la famille. Certains jeunes ne vont ainsi connaître qu'un volet des possibilités. Par ailleurs, l'IGAS souligne qu'un tel sentiment renforce la conviction auprès des jeunes qu'ils « ne rentrent pas dans les cases » ou qu'ils n'ont pas les capacités pour participer au projet¹⁶ et nourrit l'impression d'invisibilité sociale.

Une autre forme de non-recours se manifeste lorsque le jeune n'adhère pas au dispositif ou au projet tout en affichant une attitude de rejet pour **préserver son estime de soi**. Ce serait donc **une norme sociale** qui imposerait au jeune de ne pas adhérer au dispositif d'aide pour ne pas porter le stigmate de personne « assistée » par exemple. Les systèmes d'attitude et de valeurs des personnes éligibles expliquent ainsi à la non-demande ou à la non adhésion et renvoient à la question des parcours de vie et des histoires personnelles ou familiales qu'il s'agit d'élucider pour mieux comprendre l'attitude distante d'une partie des publics ciblés.

Le non-recours par choix

Une cause majeure du non-recours par choix est le désintérêt des jeunes¹⁷ pour les dispositifs qui leur sont proposés. Ce désintérêt peut recouvrir plusieurs facettes.

- ➔ Soit le jeune choisit le non-recours parce qu'il se croit **convaincu de ne pas avoir besoin** du dispositif pour améliorer son sort. Il serait *ipso facto* dans une situation de méconnaissance par rapport à sa propre situation sociale.
- ➔ Soit il se dit **en désaccord avec les finalités du dispositif ou avec ses procédures ou ses structures de fonctionnement** qu'il estime trop contraignants ou inappropriés¹⁸. Il est en effet possible que le dispositif ne corresponde pas aux attentes des jeunes parce que le contenu proposé est jugé inadéquat et donc trop loin de leurs préoccupations. Plusieurs acteurs de l'insertion et de la prévention rencontrés dans le cadre de la présente étude, s'interrogeaient en ce sens sur la capacité des porteurs de projet à disposer du bon diagnostic. La BGE par exemple se questionne fortement sur le projet, notamment sur un volet organisationnel : « *on se rend compte du décalage entre ce que nous pensions être un bon projet et la réalité. Cela réinterroge notre pratique.* » La DPJJ regrette le foisonnement d'actions qui ne répondent pas forcément aux besoins des jeunes, « *on ne sait pas à qui on s'adresse* ».

La ligne de conduite des politiques d'aide aux jeunes consiste généralement à inciter les jeunes à s'approprier les dispositifs que le projet leur propose. Or, la manière dont cette appropriation doit se dérouler est peut-être perçue comme étant trop souvent prescriptive et pas assez participative. Les dispositifs sont ainsi identifiés comme émanant d'un cadre trop contraignant et sont, par voie de conséquence, rejetés. Ne pas participer peut signifier dans ce contexte que les dispositifs ou l'accompagnement

¹⁵ Cf. Patricia Loncle, Alice Rouyer, « La participation des usagers : un enjeu de l'action publique locale » in *Revue Française des Affaires Sociales*, n°4, 2004, p.133-154.

¹⁶ IGAS – mission « Quelle intervention sociale pour ceux qui ne demandent rien ? », Rapport écrit par Mickaël Hautchamp, Pierre Naves, Dominique Tricard, n°026, 2005.

¹⁷ Cf. Philip Warin, « Le non-recours par désintérêt : la possibilité d'un vivre « hors droits » », In *Vie sociale*, n°1, 2008

¹⁸ Cf. Howard Becker, *Outsiders - Etude de sociologie de la déviance*, Métailié, Paris, 1985 (1963).

proposé sont inadaptés, et que les jeunes attendent une rectification ou une adaptation de l'offre.

- **Le désaveu de la politique et l'attrait pour la participation protestataire**¹⁹ : La question de la non-participation aux dispositifs peut également être liée à la relation difficile de public jeunes marginalisés ou fragiles aux institutions en général. La non-participation aux dispositifs et le manque d'acceptation des projets est dans ce contexte le signe d'un rejet politique de l'offre institutionnelle. En effet, Bernard Roudet, constate l'augmentation de comportements contestataires face à l'institution qui rendent particulièrement difficile la mise en place de politiques de la jeunesse ayant pour but principal d'offrir une aide aux jeunes les plus fragiles qui pourtant se trouvent parmi les plus réfractaires face à l'Etat. Cette situation interroge le modèle de « participation » lui-même.

En Guadeloupe (comme sur d'autres territoires), selon les acteurs interrogés (voir la note de cadrage de la présente étude), l'offre politique et associative ne semble pas refléter les attentes des jeunes. Montrant une appétence pour des formes d'engagement distant tels que la participation sur internet, l'usage des nouvelles technologies pour communiquer ou pour exprimer son opinion, et, en parallèle, une « suspicion » face aux institutions et autorités publiques ou encore une désaffection des formes de participation associative classiques, les jeunes font preuve d'un rapport que l'on peut qualifier de distancié vis-à-vis des institutions en générale et du monde associatif en particulier.

Un non-recours qui peut se lire comme une forme de participation hors cadre

L'institution s'attèle à définir la participation via des critères d'investissement, d'assiduité, de présence, de progression etc. Or, certains jeunes envisagent la participation plutôt comme une adhésion ponctuelle, éphémère, circonstancielle et pragmatique.²⁰ Ces mobilisations courtes et non-engageantes sont envisagées comme « moments forts » et ne doivent pas, aux yeux des jeunes, engendrer le sentiment d'obligation ou de redevabilité envers le porteur du projet et de l'institution.

La compréhension des freins à l'accessibilité aux dispositifs d'aide à la participation permet, en miroir, de faire émerger des leviers possibles pour tendre vers une participation plus soutenue de la part des jeunes publics « distants ».

Un modèle de captation basé sur le principe de « **participation à la marge** » dont l'objectif consiste à **faire des jeunes des acteurs de leur territoire sans les contraindre dans un cadre formel** peut également exister. Or, ce principe redéfinit les bornes des initiatives d'accompagnement²¹ qui s'inspirent davantage des méthodes du « counseling » (assister, guider conseiller), du « mentoring » (éduquer et transmettre un savoir) ou encore du « coaching » (l'idée d'entraîner les jeunes pour qu'ils arrivent à atteindre les objectifs qu'ils se sont fixés) empruntés au monde de l'entreprise, voire des principes de l'éducation populaire.

¹⁹ Cf. Valéry Bequet, « L'engagement des jeunes dans l'espace public », In Roudet B. (dir.), *Regard sur les jeunes en France*, INJEP/Presses de l'Université Laval (Québec), 2009, p. 103-122.

²⁰ Bernard Rouet, *Liens à la politique. Des jeunes davantage impliqués et plus protestataires. Jeunesses Etudes et synthèses*, n° 2, 2010.

²¹ Cf. Maela PAUL, *L'accompagnement : une posture professionnelle*, Paris, L'Harmattan, 2004.

En vue du constat d'un manque d'adhésion des jeunes en Guadeloupe aux programmes lauréats de l'APDOM 5, d'une étude documentaire qui laisse conclure à une difficulté « communicationnelle » entre structures porteuses de projet et jeunes en situation de fragilité et de ces quelques éléments de contexte apportés par une première phase de terrain et convergeant également vers les questions de « difficulté communicationnelle », « distance institutionnelle » et « non-recours aux dispositifs » les hypothèses de travail suivantes ont été définies.

1.3 La question de la mobilisation des jeunes comme objet central de l'étude

A partir des éléments présentés ci-dessus, il nous apparaît pertinent d'articuler les hypothèses de recherche autour de trois axes, correspondant à trois moments différents de mobilisation des jeunes (cette approche est spécifique à la présente étude) :

1. **La captation** est un terme emprunté aux sciences économiques. Dans sa définition, la plus large, la captation renseigne sur la rencontre entre les dispositifs techniques (projets) et les dispositions sociales (publics ciblés)²². Dans notre approche méthodologique la captation décrit le moment du premier contact entre prescripteur(s)/professionnel(s) et jeunes ainsi que le temps en amont de ce contact initial. De ce fait, la captation renvoie à la capacité des projets de cibler et être connus de leur public, et donc à le toucher.
2. Dans la littérature scientifique **l'adhésion** est classiquement décrite comme un processus proche de la croyance se caractérisant par une soumission immédiate et inconsciente à un ordre établi²³. Des travaux plus récents actualisent les usages du terme en invitant à comprendre l'adhésion comme un processus intervenant en aval de la captation et, dès lors, graduellement plus avancé que celle-ci. **L'adhésion se définit ainsi comme le moment où la captation initiale se traduit par une mobilisation.** Cela peut être la manifestation d'un intérêt partagé, l'inscription ou la déclaration de participation à un projet, l'appropriation par les jeunes d'éléments du discours de captation etc²⁴. Ainsi défini, le moment de l'adhésion se traduit par une acceptation graduelle mais successive des règles de fonctionnement du projet et du discours qu'il porte.
3. **La fidélisation** constitue la troisième phase dans l'analyse des liens entre jeunes et projets. Elle se crée au travers d'un programme d'actions ayant pour objectif la pérennisation de l'adhésion des jeunes bénéficiaires au projet. La fidélisation peut comprendre à la fois une dimension verticale – entendue comme l'attache individuelle de chaque jeune au projet – et une dimension horizontale – les liens qui se créent entre les jeunes formant ensemble un groupe autour du projet. NB. Cette troisième phase prend sens pour les projets qui s'inscrivent dans la durée.

L'approche méthodologique part de l'idée que ces trois temps de mobilisation structurent et rythment les interactions entre porteur(s)/prescripteur(s)/autre(s) professionnel(s) et jeunes. Ainsi, plusieurs hypothèses peuvent être posées pour expliquer les difficultés à toucher les jeunes pour des projets d'insertion sociale et professionnelle, à chaque temps de mobilisation.

²² Cf. Franck COCHOY, La captation des publics entre dispositifs et dispositions, ou le petit chaperon rouge revisité : La captation des publics : « c'est pour mieux te séduire, mon client », Presses Universitaires du Mirail, 2004, pp. 11-68.

²³ Cf. Pierre BOURDIEU, Le sens pratique, Paris, Ed. de Minuit, 1980.

²⁴ La frontière entre la captation et l'adhésion peut différer d'un projet à l'autre. Par exemple, dans le cas de MAGASP, la captation correspond à l'ensemble du temps en amont d'une première, alors que pour la BGE, la première réunion d'information s'inscrit dans la captation.

Temps de mobilisation	Hypothèses
Captation	La difficulté de captation des jeunes résulte d'un défaut de pertinence dans le ciblage du public bénéficiaire
	La difficulté de captation des jeunes provient d'un manque de visibilité des projets
	Le défaut de captation des jeunes provient d'une difficulté à identifier ou mobiliser les partenaires prescripteurs
Adhésion	Le manque d'adhésion résulte principalement de difficultés communicationnelles (difficulté à trouver un langage commun, barrière linguistique)
	Le défaut d'adhésion provient du fait que les leviers de mobilisation efficaces pour susciter l'engagement des jeunes ne sont pas bien identifiés ou déployés
	La faible adhésion des jeunes est due à une inadéquation entre l'offre destinée aux jeunes et leurs besoins réels
	Le manque d'adhésion s'explique par le déni des jeunes à reconnaître leurs besoins
	Le défaut d'adhésion résulte du rejet institutionnel plus général et particulièrement prégnant au sein de la jeunesse guadeloupéenne
	Le défaut d'adhésion (ou de fidélisation) des jeunes résulte d'un manque de « qualité » de l'offre
Fidélisation	Le manque de fidélisation est en parti dû aux difficultés rencontrées par les jeunes, en lien avec leur profil et situation
	Le défaut d'adhésion pérenne est le résultat d'une inadéquation entre les modes de fonctionnement des dispositifs et les attentes des jeunes en matière de participation (manque de souplesse, cadres trop formels, faible valorisation des expériences participatives...)

A partir des entretiens et analyses documentaires menées, l'objectif de cette étude est d'infirmier ou de confirmer les hypothèses présentées ci-dessus, et ainsi apporter des éléments explicatifs de la difficulté à toucher des jeunes dans le cadre de projets d'insertion sociale et professionnelle²⁵.

²⁵ Un objet qui ne se restreint pas aux seuls projets lauréats d'APDOM5.

PARTIE II – UNE ANALYSE DES FACTEURS DE MOBILISATION DES JEUNES GUADELOUPEENS DANS LES DISPOSITIFS DONT ILS SONT LA CIBLE

La présentation des résultats des investigations de terrain s'articule en trois temps en écho aux trois moments de la mobilisation des jeunes explicités dans les hypothèses de recherche : les résultats apportant des enseignements sur le moment de **captation**, les éléments freinant **l'adhésion** des jeunes à un projet et les facteurs limitant **la fidélisation** des jeunes.

2.1 Entrer en contact avec le public, un enjeu fondamental pour les projets d'insertion sociale et professionnelle

Pour rappel, dans notre approche méthodologique la captation renvoie à la capacité des projets de cibler et être connus de leur public, et donc à le toucher.

Un ciblage du public jugé complexe

La précarité comme cible privilégiée dans les dispositifs d'aide aux jeunes

En France, **les modalités de ciblage des dispositifs d'aide aux jeunes s'attachent en général à la question de la précarité sociale des jeunes publics ciblés** avec comme objectif la facilitation de leur intégration sociale et économique. Le principe d'un ciblage spécifique correspond à l'idée fondamentale animant les politiques sociales en France depuis l'abandon de l'approche plus universaliste au milieu des années 1970, à savoir une concentration des efforts et des moyens en termes d'aides et de soutien²⁶.

La situation économique et sociale en Guadeloupe fait que le public éligible pour sa situation socio-économique est particulièrement large. Plusieurs indicateurs contextuels étayent ce constat.

En 2017 62% des jeunes de 15-19 ans sont au chômage, 59% des 20-24 ans et 44% des 25-29 ans (contre 18% de jeunes métropolitains de 15 à 29 ans)²⁷. **L'échec scolaire, en métropole comme en Guadeloupe, diminue fortement les chances d'obtenir en emploi.** Le faible niveau de qualification accentue ainsi le chômage des jeunes Guadeloupéens et compromet même leur insertion sociale, comme le note un rapport d'information remis au Sénat en 2009²⁸. Or, **la Guadeloupe est un territoire accusant de nombreux retards scolaires.**

La Guadeloupe est l'un des départements comptant l'un des plus **forts taux de signalement des élèves à l'inspection académique pour absentéisme lourd**. Elle figure à la deuxième place des départements aux signalements les plus fréquents, avec 1,6% de ses élèves signalés, juste derrière les Alpes Maritimes (1,8%) et au-delà de la moyenne

²⁶ PEQUIGNOT Henri, La lutte contre la pauvreté, Rapport parlementaire présenté au CES le 28 septembre 1978, Paris, 1979. OHEIX Gabriel, Du soutien social au plus démunis, Rapport parlementaire sur la pauvreté en France, Paris 1981. SCHWARTZ Bertrand, L'insertion professionnelle et sociale des jeunes. Rapport au Premier ministre, Paris, 1982.

²⁷ Direction régionale Pôle Emploi, Guadeloupe et Iles du Nord, Demandeurs d'emploi inscrits à Pôle Emploi en Guadeloupe en août 2017, septembre 2017.

²⁸ RAPPORT D'INFORMATION DE M. ÉRIC DOLIGÉ, FAIT AU NOM DE LA MISSION COMMUNE D'INFORMATION OUTRE-MER, Les Dom, Défi pour la République, chance pour la France, 100 Propositions pour fonder l'avenir (Volume 1, Rapport), N° 519 Tome I (2008-2009) - 7 Juillet 2009, P295

nationale, située à 0,35% d'élèves signalés²⁹. Cet absentéisme ne semble être que la partie immergée d'un phénomène d'**échec scolaire massif**. Un rapport de l'Éducation Nationale, datant de 2003, met en évidence un « retard à tous les niveaux »³⁰. Les écarts de résultats en français et en mathématiques entre la Guadeloupe et la métropole s'expriment dès la primaire et s'accroissent par ailleurs au fil de du temps : de 10 à 16 points en français entre la 6^e et la 2^{nde} et de 13 points à 22 points en mathématiques, les difficultés en langues entretenant celles dans les autres matières, faute de saisir les énoncés proposés. Ce rapport note en outre un important décrochage à l'entrée au lycée. Seule la moitié des élèves de troisième gagneraient les bancs d'un lycée général ou technologique. Une fois au lycée, les difficultés se poursuivent avec de forts taux de redoublement. De nombreux jeunes Guadeloupéens quittent cependant le système scolaire avant même de passer ces diplômes. Le diagnostic de 2003 pointait 2% de sorties en 6^e, 3% en 5^e, 5% en 4^e...sans niveau de formation reconnu. Au total, en 2009, un quart des jeunes ultramarins de 20 à 24 ans avaient quitté le système scolaire avec tout juste le niveau primaire. Malgré une amélioration significative de la scolarisation des jeunes Guadeloupéens depuis 2003/2009, les écarts avec la France entière restent importants. Notamment le différentiel de scolarisation des 15-17 ans et des 18-24 ans est frappant. En 2015, le taux de scolarisation des 18-24 ans en Guadeloupe s'élève à 44,9% contre 95% des 15-17 ans. Le taux d'illettrisme chez les jeunes guadeloupéens de 16-25 ans atteint 34,4% contre 9,9% au niveau national et, en 2017, la part d'élèves entrant en 6^e avec au moins un an de retard s'élève à 13% contre 8,3% au niveau national³¹.

Le chômage concerne davantage les femmes que les hommes³² et, avec le décrochage scolaire, **la maternité précoce en accroît le risque**. La Guadeloupe est un territoire où les naissances interviennent souvent plus tôt dans le cycle de vie des femmes qu'en métropole³³.

Par ailleurs, **un jeune guadeloupéen sur cinq vit sous le seuil de pauvreté** soit 69 000 jeunes guadeloupéens, ce qui est plus qu'en France métropolitaine où un peu plus d'une personne sur dix vit sous ce seuil. Si le niveau de vie moyen des jeunes guadeloupéens s'est accru sur la première décennie des années 2000, il reste toutefois inférieur à celui de l'ensemble des Guadeloupéens (13 420 euros de niveau de vie annuel moyen pour les jeunes contre 14 800 euros de niveau de vie annuel moyen pour l'ensemble de la population guadeloupéenne).³⁴

L'épuisement dans la recherche du public cible

Cependant, des travaux en sociologie des organisations ont souligné le risque inhérent à un ciblage des publics dit « fragiles » ou « précaires ». Le constat est le suivant : **plus un dispositif repose sur un ciblage fin, plus il s'épuise dans la recherche du public « pertinent » sans véritablement réussir à trouver les « bons » individus**³⁵. La complexité et la démultiplication des critères d'éligibilité diminuent la capacité de captation

²⁹ DEEP, en 2015-2016, « L'absentéisme touche en moyenne 4,5 % des élèves du second degré public », *Note d'information*, n°17.06, mars 2017

³⁰ MINISTÈRE DE LA JEUNESSE, DE L'ÉDUCATION NATIONALE ET DE LA RECHERCHE, *Le système éducatif dans l'académie de la Guadeloupe : bilan et perspectives*, Février 2003.

³¹ DJSCS, *Les chiffres clés de la jeunesse Guadeloupe 2018*, novembre 2018.

³² Direction régionale Pôle Emploi, Guadeloupe et Îles du Nord, *Demandeurs d'emploi inscrits à Pôle Emploi en Guadeloupe en août 2017*, septembre 2017.

³³ Enquête Migrations, Famille et Vieillesse conduite par l'INED en 2009-2010

³⁴ Insee Dossier Guadeloupe, *Insertion sociale et professionnelle des jeunes en Guadeloupe*, n°8, octobre 2016.

³⁵ Cf. LONCLE Patricia, *Pourquoi faire participer les jeunes ? Expériences locales en Europe*, INJEP/L'Harmattan, Paris, 2008.

du dispositif. Le rétrécissement du périmètre des publics ciblés entraîne paradoxalement un effet d'exclusion.

L'ensemble des trois projets qui ont servi de support aux investigations de terrain pour la présente étude ciblaient un public fragile, éloigné du marché du travail et des mécanismes d'intégration sociale.

	Le rallye de la création d'activités et de l'emploi	« Mon île ou ailleurs #je m'engage »	« jenn mété doubout pou on divini méyé »
Porteur	BGE Guadeloupe Iles du Nord	Arrimage Good iles	MAG'ASP
Public cible	<ul style="list-style-type: none"> Jeunes ASE (Aide Sociale à l'Enfance) Jeunes sous main de justice NEET (Not in Education, Employment or Training) 	<ul style="list-style-type: none"> 16-30 ans Jeunes résidant dans des zones urbaines prioritaires de la politique de la ville et en milieu rural 	<ul style="list-style-type: none"> Lycées, étudiants, demandeurs d'emploi, mères isolées Jeunes déjà en dynamique, pour lesquels la famille n'est parfois pas en capacité d'accompagner dans leurs projets
Public bénéficiaire	Absence de jeunes PJJ (Protection judiciaire de la jeunesse) et peu de jeunes ASE En revanche, quelques profils NEET ont pu être rencontré lors de la 3 ^{ème} phase de terrain	Public cible plus qualifié qu'attendu du fait que le projet s'adresse par essence à des publics déjà insérés socialement et des jeunes ayant disposant de projets personnels et d'une connaissance – bien que vague – du fonctionnement monde associatif et administratif	Cible atteinte en dehors des très jeunes mères de moins de 18 ans

Les acteurs (prescripteurs, professionnels, porteurs) se sont montrés conscients de la difficulté inhérente à un tel ciblage lorsqu'il s'agit de mobiliser les jeunes. A titre d'exemple, le public cible de jeunes ASE du projet de la BGE est peu nombreux sur le territoire. En 2016, la DREES recense 950 enfants confiés à l'ASE³⁶. La faiblesse des effectifs conjuguée à la « finesse » des critères de ciblage rendent la captation et la mobilisation du « bon public » difficile. Pourtant, la mise en avant du ciblage d'un public « fragile » est apparue comme une condition sine qua non dans le processus de sélection des projets éligibles à l'APDOM5. Dans la pratique, le ciblage du « bon public » constitue une catégorie administrative utilisée pour répondre aux appels à projet ou pour faire des demandes de financement auprès des administrations. Car, sur le terrain la question du ciblage se pose en d'autres termes : « *Nous, le ciblage n'est pas notre souci principal. Le ciblage c'est dans l'idéal, c'est sur le papier. La définition du public cible est purement hypothétique. Nous avons un problème plus basic, plus fondamental. Il faut remplir la salle. Puis, qu'une fois qu'on a trois, quatre participants il faut faire en sorte qu'ils restent et ne partent pas. Peu importe qu'ils correspondent aux cibles définies dans le projet ou non.* » (Porteur de projet)

MAG'ASP a du mal à toucher les très jeunes mères de moins de 18 ans. Les professionnelles se questionnent sur les conditions pour les identifier, certainement en mobilisant les acteurs

³⁶ DREES, *Panorama statistique jeunesse, sport, cohésion sociale, 2017.*

au fait de ces situations : la PMI, l'AGSAF (services d'aide à domicile qui compte des Techniciennes d'Intervention Sociale et Familiale) et les très petites sections de maternelle.

La difficulté des porteurs de projet est double. **D'un côté le calibrage de leur projet doit répondre à des catégories administratives (souhaitant l'identification des jeunes au travers le critère de fragilité sociale), d'autre part il y a la réalité du terrain rendant obsolètes ces mêmes définitions.** Un professionnel d'un projet soutenu note à ce sujet : *« Beaucoup de dispositifs sont trop cadrés, avec des critères d'éligibilités qui éliminent. L'idée de vouloir mettre des jeunes dans des dispositifs seulement en fonction de leur âge est bloquante. Il vaudrait mieux connaître les situations. C'est souvent dommage. C'est pareil avec les CJM (Contrat Jeunes Majeurs)³⁷, avec une baisse des budgets, qui fait que 4 demandes sur 5 sont refusées aujourd'hui. La personne référente au Conseil Départemental est intransigeante, très administrative, un dossier n'a aucune chance s'il y a le moindre petit oubli. » (Professionnel)*

Notons que les projets ne sont pas les seuls à rencontrer des difficultés à capter un public de jeunes fragiles. Les aides sociales et programmes de soutien relevant du droit commun semblent se heurter à ces mêmes problèmes se soldant par des taux de non-recours élevés (voir introduction).

Sortir du carcan du ciblage « social »

Dans l'objectif de rendre le « ciblage » plus opérationnel, les porteurs et les professionnels ont éprouvé le besoin d'élargir le périmètre du public ciblé et d'être moins regardant sur des critères tels que la « situation économique » du jeune, son âge ou encore son lieu d'habitation (issu d'un quartier prioritaire par exemple). Interroger la pertinence du référentiel de ciblage signifie la valorisation d'autres éléments jugés plus pertinents pour attirer du public dans un premier temps, puis le fidéliser. Ainsi, **les acteurs convergent sur le fait que l'intérêt, la motivation et l'envie** sont les principaux éléments d'un bon ciblage : *« En principe, on examine au cas par cas l'éligibilité du jeune. C'est sa situation personnelle qui est prise en compte. La chose la plus importante – peut-être plus que le reste – est la « motivation ». » (Porteur de projet)*

L'idée animant cette réorientation du référentiel de captation est sans doute l'objectif d'intéresser le plus grand nombre de jeunes et de créer les conditions nécessaires pour transformer ensuite l'intérêt initial en adhésion pérenne au projet : *« Je préfère avoir un jeune motivé plutôt qu'un jeune éligible et non-motivé. Du premier je sais qu'il reste. Du deuxième, je sais qu'il ne vient peut-être même pas. Après, il faut évidemment que son dossier passe auprès de la Mission locale, s'il fait une demande de financement par exemple. On ne peut pas non plus recruter complètement hors champs. Mais bon, il faut viser des jeunes motivés. On ne peut pas faire sans l'envie. » (Porteur de projet)*

Certains acteurs jeunesse du territoire mettent en garde contre la fin du ciblage socio-économique des jeunes au risque de ne plus s'intéresser à un public difficilement atteignable,

³⁷ Le CJM est un dispositif d'aide se situant à la frontière entre insertion sociale et protection de l'enfance. Le CJM est une aide de la protection de l'enfance et une mesure transitoire de sortie de dispositif, historiquement située et destinée à des jeunes accédant à l'indépendance mécanique acquise à la majorité. Cf. Céline Jung, « Le contrat jeune majeur : la protection à l'épreuve de l'insertion », In Vie Sociale, 2011/3, n°3, pp. 65-77.

en particulier les « jeunes invisibles »³⁸. Il apparaît à ce titre nécessaire de préciser que ces deux postulats ne sont en rien exclusifs l'un de l'autre. Aussi des dispositifs qui précisent leur cible au regard de leur précarité sociale, se doivent d'organiser des modalités de mobilisation réfléchies et adéquates, en particulier sur le temps de captation.

Communiquer autrement pour augmenter la visibilité des projets

L'ensemble des porteurs et professionnels rencontrés déplorent un **déficit de visibilité et de lisibilité des projets et de leurs contenus**. Peu connus des jeunes, les acteurs ont démultiplié les leviers de communication afin de compenser ce manque de notoriété. **Les flyers et les affiches ont longtemps constitué l'outil de communication privilégié mais sont jugés inadéquats et inopérants à l'heure actuelle**. Ce jugement est largement partagé, autant par les jeunes que par les professionnels et les porteurs de projets :

- « Les flyers on ne les lit jamais. Pour moi un flyer c'est pour une pub de pizza. » (Jeune)
- « Pour connaître un projet, les écrits et les flyers ça ne sert à rien. Il faut des informations à l'oral. Internet ça marche mieux avec Facebook et Twitter. » (Jeune)
- « On a distribué des « flyers » avec un succès moyen. Puis on a compris qu'il faut utiliser Whats'App ou les « parents » comme relais d'information. Le problème est d'accéder au bon groupe Whats'App. Au mieux vous arrivez à « chopper » un jeune qui veut bien relayer l'information sur un groupe. » (Professionnel)

Une communication digitale et orale

L'oralité serait ainsi la voie de communication à privilégier notamment si elle est transposée sur internet. L'accès à l'information se fait avant tout au travers des nouvelles formes de communications offertes par les réseaux sociaux. Ces derniers permettent en effet souvent :

- une communication visuelle (photos, vidéo),
- informelle et non policée,
- l'utilisation du créole,
- des échanges instantanés davantage en phase avec la « temporalité » des jeunes
- une communication horizontale et moins hiérarchique.

Or, relayer les informations sur internet pose un certain nombre de difficultés. D'abord **le choix du canal**, qui contraint le public ciblé. Doit-on cibler une communication sur Facebook plutôt qu'une communication via un site internet ? Doit-on opter pour une campagne Instagram plutôt qu'une diffusion d'informations via Whats'App ?

« Pour les invitations aux événements, on fait du téléphone, mais surtout via Whats'App. C'est ce qui marche le mieux. Facebook est un peu utilisé, mais c'est moins efficace. Le bouche à oreille marche bien avec Whats'App. Toutefois, avec ce système, l'association touche très peu les jeunes les plus dans le besoin. Ce sont les NEETs (Not in Education, Employment or Training), des jeunes démunis de projets personnels. Notre mode de fonctionnement fait qu'on connaît souvent les jeunes grâce au PIJ (Point d'Information Jeunesse). » (Professionnel)

³⁸ Thèse de Claire Bernot-Caboche, « La jeunesse « invisible » », 2016 : Les jeunes « invisibles » sont « ni en éducation, ni en formation, ni en emploi [NEET], ni en accompagnement. »

Ce verbatim donne à voir que si Whats'App est un canal pertinent, il ne permet pas forcément de toucher les jeunes cumulant le plus de difficultés sociales et professionnelles. Par ailleurs, le CRIJ interroge l'usage d'internet par les jeunes quand il s'agit de rechercher une information en termes de formation, d'emploi ou encore de démarches administratives. A ce titre, le CRIJ travaille depuis quelques années sur sa manière d'être aussi présent sur le web, pour s'assurer que les jeunes disposent d'une information claire et complète.

Les témoignages des jeunes confirment l'importance du « bon » canal de communication virtuel pour la diffusion de l'information. L'ensemble des jeunes interrogés à l'issue des deux réunions d'information de la BGE indiquaient qu'ils avaient connu le projet via des groupes Whats'App. En effet, des échanges avec d'autres jeunes ont permis de confirmer que Facebook mais aussi Instagram sont moins utilisés pour s'informer sur des sujets en lien avec l'insertion professionnelle, la recherche d'emploi ou d'informations sur une formation, les aides sociales etc. L'essentiel de l'échange d'informations de ce type semble se faire via l'application Whats'App. Dans ce sens, la circulation d'information se fait donc davantage de bouche à oreille considérant que Whats'App, fonctionnant sur le principe de communication entre membres d'un groupe qui se connaissent, n'est qu'un système d'amis virtualisé, plus fermé que Facebook dans la mesure où les groupes Whats'App n'ont aucune visibilité publique.

Ceci pose les jalons d'une **deuxième difficulté** : comment **déployer une communication via un média fondée sur le principe de confidentialité** ? En effet, selon le théoricien des nouvelles technologies, Daniel Peraya, Whats'App serait une transposition virtuelle du bouche-à-oreille et « l'oralité » serait son principal vecteur de transmission³⁹. A ce propos, nous avons pu observer que la prescription familiale joue un rôle important à ce sujet. Nikki, 19 ans, originaire de Saint François et intéressée à lancer dans l'entrepreneuriat confirme le rôle important des parents :

- « C'est ma mère qui m'a mis dans le groupe Whats'App. D'ailleurs, elle m'a mis dans un autre où des jeunes s'échangent des offres d'emploi ou de stage. C'est pas mal. L'info est simple, sans chichi. (...) Les parents, c'est important. Je n'ai pas de permis. C'est ma mère qui m'a conduite ici. » (Jeune)
- « J'ai connu MAGASP grâce à ma mère à qui on avait parlé du PIJ. Ma mère est allée à la Kaze Verte, et a été orientée vers le PIJ. (Jeune)

A propos de l'utilisation des voies de communication digitales, **les professionnels pointent enfin une troisième difficulté**. **L'utilisation des TIC présuppose une adaptation voire une transformation des supports de communication existants** (informatisation, mise en page, modification des contenus), transformation qui dépasse parfois les compétences informatiques ou des moyens techniques des professionnels : « Pour diffuser de l'information sur Whats'App il faut savoir présenter l'information. Or nos compétences informatiques sont assez limitées. Vous comprenez, avec mon ordinateur il est impossible de faire une jolie maquette qui serait diffusée sur un groupe. » (Professionnel)

Le manque de temps pour les mises à jour ou pour le suivi des contenus est également souligné : « Il n'y a pas assez de visibilité pour les dispositifs. Des documents existent, mais

³⁹ PERAYA Daniel, « Théories de la communication et technologies de l'information et de la communication : un apport réciproque », *Revue européenne des sciences sociales, Mémoire et savoir à l'ère informatique, XIV e Colloque annuel du Groupe d'Etude "Pratiques Sociales et Théories"*, XXXVI, 111, 171-188.

ils ne sont jamais mis à jour. C'est dur de faire ce suivi permanent. Il faudrait une visibilité globale, avec une plateforme. Maintenant, tous les jeunes sont connectés. » (Professionnel)

Les parents, la famille et l'entourage des jeunes comme relais d'information

Etablir et entretenir le contact avec les parents peut revêtir une aussi grande importance que le contact direct avec les jeunes. A ce sujet il convient de noter une spécificité territoriale. Les jeunes guadeloupéens vivent plus longtemps avec leurs parents qu'en métropole. En 2014, la proportion des jeunes âgés de 20-24 ans vivant chez leurs parents était de 68,4% contre 46,5% en France métropolitaine (78,5% part des garçons, 58% part des filles)⁴⁰. Or, l'endroit propice pour rencontrer à la fois parents (notamment les mères) et jeunes **serait l'école**. Mais ce lieu reste bien souvent inaccessible aux associations : *« La rupture de scolarisation se fait dès le collège, et le travail avec l'Education Nationale est souvent difficile. Par exemple, il n'a jamais été possible d'intervenir dans le collège de Grand-Bourg [ville principale de Marie-Galante]. C'est un vrai frein, car quand on intervient dans un établissement, les gens veulent qu'on revienne. A Marie Galante, les études se font par défaut et pas par choix. Il faut y penser dès le collège pour envisager la suite. L'insertion professionnelle doit se travailler dès le début. Il faut intégrer les familles dans ces choix, car il faut que ce soit cohérent avec leurs possibilités. » (Professionnel)*

Les parents, et notamment les mères, jouent souvent un rôle de relais d'information important et peuvent être ciblés directement sans passer par la case « Ecole ». Ainsi, deux jeunes interrogés à l'issue de la présentation BGE, déclarent qu'ils ont eu connaissance de la réunion par un groupe *Whats'App* sur lequel ils ont été inscrit par leurs mères respectives. **L'importance des mères dans la gestion des démarches administratives, scolaires et professionnelles** de leur progéniture tient à plusieurs éléments. D'abord, l'envie d'aider les jeunes dans leur quête d'autonomie est un réflexe que l'on pourrait qualifier de « normal ». Or, ce souci pour les jeunes s'explique peut-être par une spécificité démographique de la Guadeloupe : **une monoparentalité très élevée** (en 2011, 21% des ménages contre 8% en métropole, cf. ci-après) **qui prend racine dans un modèle matrifocal**⁴¹. Cette monoparentalité serait différente par essence de celle rencontrée en métropole, où elle est souvent temporaire : les enfants guadeloupéens nés dans un ménage monoparental ont plus de chances de vivre toute leur enfance dans un ménage de ce type.⁴² Ce modèle de monoparentalité spécifique serait directement hérité de l'histoire de l'esclavage lorsque le père, écarté ou en tout cas absent, disparaissait des rapports familiaux au profit d'un axe mère-enfant renforcé. La figure de la mère y apparaît comme centrale. Ce modèle familial est surtout répandu parmi les catégories les plus défavorisées de la population.⁴³

Les témoignages des « anciens » constitue un autre levier de mobilisation. Les jeunes ayant déjà participé à un projet occupent un rôle « d'influenceur » sur l'opinion des jeunes publics potentiellement mobilisables. La BGE, par exemple, a recruté trois jeunes issues de la deuxième promotion de leur propre projet dans le cadre d'un service civique. L'une des tâches assignées à ces trois jeunes effectuant désormais leur service civique à la BGE est la diffusion d'information auprès de leurs proches, leur cercle d'amis et de connaissances et, plus largement, de faire connaître le projet de la BGE auprès de jeunes de

⁴⁰ DREES, *Panorama statistique jeunesse, sport, cohésion sociale, 2017*.

⁴¹ CHARBIT Y., « Famille et nuptialité dans la Caraïbe », *Cahier* n° 114, Paris, 1987, Ined/Puf.

⁴² MARIE Claude-Valentin, BRETON Didier, « 'Faire famille' dans les Dom. Ce que nous dit l'enquête Migrations, Famille et Vieillesse », *Informations sociales*, 2014/6, (n° 186), p. 16-26.

⁴³ BOCQUET Danièle, « Mieux comprendre et accompagner les maternités adolescentes en Guadeloupe », *Social Work : Experience And Methods*, n°9, volume 1, 2012.

leur quartier. « *Qui de mieux que les jeunes eux-mêmes pour faire connaître le projet ? Leur parole est particulièrement crédible et ils seront écoutés. (Porteur)* L'idée que l'information est autant plus audible qu'elle émane d'un émetteur se situant sur un même niveau social (« l'horizontalité conversationnelle » selon le philosophe et linguiste Jürgen Habermas⁴⁴) est confirmée par les jeunes. « *Si c'est nous qui racontons par exemple le stage d'intégration, ils (les jeunes de leur quartier) vont nous écouter. Si vous leur dites sur un papier ou dans un message sur Internet qu'il y a un stage d'intégration, ils ne vont même pas comprendre de quoi vous parlez.* » (*Jeune en service civique à l'association*). Outre la question de la crédibilité de l'émetteur et l'horizontalité de la transmission de l'information, ce jeune met le doigt sur une autre problématique. Pour être comprises, les informations disponibles ont souvent besoin d'être « traduites ». Les jeunes en charge de communiquer sur le projet de la BGE ne sont non seulement médiateurs de l'information mais aussi traducteur de celle-ci. Ils l'enrobent dans une histoire (storytelling) – leur vécu personnel – afin de la rendre plus accessible et plus tangible. L'information par les pairs s'avère être un moyen de captation important pour le PIJ (Point Information Jeunesse) de MAG'ASP, via les stagiaires accueillis dans la structure ou les jeunes bénéficiaires qui sont nombreux à évoquer le PIJ avec leurs amis. Questionné sur les moyens pour communiquer plus efficacement sur le PIJ, les jeunes rencontrés sont plusieurs à avoir évoqué le format de témoignages vidéo.

Actionner les jeunes eux-mêmes comme levier d'information est une idée qui intéresse d'autres acteurs. Le Conseil départemental a travaillé dans le cadre des assises de la famille avec les leaders d'opinion dans les quartiers sensibles. Il a été proposé de s'appuyer sur les jeunes identifiés comme « grand frère » à qui il serait demandé d'assumer le rôle de passeur d'information et *a fortiori* de pacificateur des liens entre le monde associatif et institutionnel et des jeunes. Pourtant cela implique à la fois une formation de ces jeunes référents et leur collaboration qui, souvent, ne peut être obtenue qu'au prix d'une contrepartie.

Aller chercher les jeunes là où ils sont

Le rôle des parents dans la circulation de l'information souligne **l'importance que jouent les relais sur le terrain, voire des acteurs se trouvant dans l'entourage direct des jeunes**. Les professionnels pointent notamment le rôle que pourrait jouer l'école mais aussi d'autres acteurs institutionnels tels que la CAF, Pôle emploi ou encore la Mission locale.

Au-delà les associations fréquentées par les jeunes (sportives, culturelles, sociales...) ou des lieux dédiés à la jeunesse (maison des jeunes par exemple), peuvent être des intermédiaires pour relayer un message ou l'existence d'un dispositif, or selon la DIECCTE « *il y a peu de structures intermédiaires en Guadeloupe qui peuvent transmettre nos messages.* », un constat aussi point à Marie-Galante. La Mission locale de Saint Martin a réalisé à ce titre une étude pour identifier les lieux où les jeunes se réunissent pour ensuite aller à leur rencontre et communiquer les contenus sur les projets.

S'inscrire dans une démarche proactive en fréquentant des « lieux où se trouvent » les jeunes (participation par exemple à des forums, concerts, fêtes de quartier et autres manifestations sportives) **constitue un levier de communication qui est également actionné**. Au regard de la nature virtuelle du projet *Arrimage* c'est même le principal outil de communication de ce projet : « *Notre projet n'existe que sur Internet. Le problème que nous rencontrons est de générer suffisamment de trafic sur le site. Même si votre information est visible sur le site. Il faut des jeunes qui le visitent pour que l'information soit lue. En gros, si vous exposez des belles choses dans une vitrine et personne ne passe devant vous n'allez rien vendre. Là c'est pareil. Alors, que faisons-nous ? Hier par exemple on était*

⁴⁴ HABERMAS Jürgen, *Théorie de l'agir communicationnel*, Paris, Fayard, 1986.

sur un concert de rap et ce soir on est présent sur une fête de quartier. C'est là où sont les jeunes et où on fait connaître notre site. » (Professionnel)

Plus largement, la « modalité d'aller vers » est partagée par les acteurs jeunesse du territoire pour mieux capter le public jeune, le CRIJ développe de ce fait son action vers l'extérieur (avec la CCI pour l'organisation de la « Nuit de l'orientation », dans les collèges, auprès d'intervenants qui sollicitent le CRIJ pour sensibiliser aux dangers du net...).

Plusieurs remarques à ce propos. Alors que la BGE semble opter de préférence pour des événements plus thématiques et davantage institutionnalisés comme par exemple les forums des associations ou encore les « rendez-vous économiques » (forum des entreprises et de l'emploi pour les Iles du Nord), le projet *Arrimage* – en cohérence avec son image d'initiative atypique – cherche à se faire connaître lors d'événements du type cité ci-dessus.

Dans un registre proche, faire connaître l'association ou le projet peut aussi passer par la mise en place d'actions connexes, qui s'avèrent être une vitrine, une première porte d'entrée pour les personnes ciblées. L'association MAG'ASP a répondu à la demande de jeunes fréquentant le PIJ de monter des actions pendant les vacances scolaires. Ces actions à l'initiative et organisées par des jeunes ont permis à des jeunes non connus du PIJ de découvrir la structure, tout comme le permet la brocante annuelle.

Au-delà de la capacité à définir les canaux de prescription adéquats (et donc mobiliser les moyens afférents pour la mise en œuvre), **il s'agit également de prendre en compte le moment de vie/parcours du jeune auquel lui adresser le message.** Ainsi, le CRIJ met en avant le fait que « *l'information doit être donnée quand le jeune en a besoin sinon il l'oublie. L'information sur le territoire existe et passe sauf que la jeunesse n'est pas en demande. La question est donc de savoir quelle stratégie adopter pour donner de l'appétit au jeune afin qu'il s'intéresse à demain* ». Il faut donc que les dispositifs se positionnent au moment où le jeune en a besoin, et que l'information transmise soit audible. Les jeunes rencontrés ne perçoivent pas forcément cette problématique, pour eux ils n'ont pas saisi certaines offres de service car cela ne les intéressait pas. Cela ne veut toutefois pas dire qu'ils n'auraient pas pu être mobilisés sur ces axes à d'autres moments de leur parcours. Les moments tels que le passage en 6^{ème} ou en fin de 3^{ème} peuvent être cités à titre d'exemple comme des moments charnières. Lors de la 3^e phase de terrain cette problématique a été abordée entre prescripteurs, porteurs et les représentants de l'éducation nationale. Conscients de l'opportunité de capter les jeunes dans leur environnement habituel, le rectorat de la Guadeloupe a mis en place, depuis septembre 2018, un service spécifique dédié à la coordination et la centralisation du traitement des demandes des associations souhaitant intervenir dans des établissements scolaires. Ce service propose aux associations un interlocuteur unique pouvant les accompagner dans leurs démarches administratives. Il semblerait pour autant que **les partenariats avec les établissements scolaires s'élaborent le plus souvent auprès d'un individu moteur en interne.** Pour exemple, le PIJ de MAG'ASP a réalisé des informations auprès des élèves de section SPVL (Services de Proximité et Vie Locale) du lycée de Grand Bourg dont l'association accueille des stagiaires. Ainsi la présence de l'association au sein de l'établissement est facilitée de part les relations avec la professeure principale de ces classes, le PIJ ne réalise d'ailleurs pas d'information de cette nature dans les autres sections. Une enseignante partenaire de l'association déclare à ce sujet : « *pour mettre en place des actions il faut des gens motivés et convaincus de l'utilité, d'autant plus que ça se fait souvent en dehors du temps scolaires* ».

Des difficultés à mobiliser les partenaires et à construire des parcours

Si les partenaires constituent un maillon important dans la chaîne d'information, le bon fonctionnement de la communication et la transmission des informations sont suspendus à la bonne entente entre les chaînons. Or, **la grande difficulté de captation et de mobilisation des jeunes en Guadeloupe** – notamment des jeunes éloignés des structures d'aide et d'insertion sociale – **a pu localement accentuer des effets de concurrence entre les différents acteurs**. La BGE nous relaye les difficultés rencontrées à ce sujet : *« La Mission locale n'est pas seulement un relai d'information. En quelque sorte, nous dépendons d'eux. Comme ils doivent nous fournir les listes des jeunes que nous pourrions contacter. (...) Mais ces listes n'arrivent jamais. A chaque fois que je les vois à une réunion je leur demande, on me promet un envoi rapide, mais la liste n'arrive jamais. J'ai l'impression qu'ils veulent garder leurs jeunes. Peut-être ont-ils peur que nous pourrions mieux faire qu'eux et cela les rendra obsolète. »* (Professionnel) Au-delà, le projet de la BGE indiquait dans sa phase de construction s'appuyer sur la PJJ pour orienter des jeunes vers le dispositif. Pourtant, il s'avère qu'aucun partenariat n'a pu être construit avec cet acteur, et donc que la stratégie de mobilisation était de fait irréalisable pour les porteurs de projets. Il est ainsi apparu des écarts entre les prévisions et les réalisations. Le sociologue allemand Niklas Luhmann a montré que ces difficultés relationnelles entre deux organisations tiennent soit à une incompatibilité des objectifs poursuivis (une situation de concurrence où deux organismes se « disputent » les jeunes) soit à un différend personnel (rationnel ou irrationnel) lorsqu'un agent isolé empêche la fluidité des échanges entre deux organisations⁴⁵. Notons à cet égard que, lors de la troisième phase de terrain, la BGE a constaté une amélioration de ses relations avec la Mission locale à la suite d'un changement d'interlocuteur. Nous n'avons toutefois pas pu mettre cette observation à l'épreuve d'une vérification contradictoire.

Toutefois, l'esprit de compétition entre deux organisations reste un frein au « bon ciblage » et à un degré moindre, **l'absence de relation peut réduire les possibilités d'orientation vers les acteurs pertinents**. A ce titre au sein de MAG'ASP, un travail de partenariat a permis de faire venir les parents au sein du lien LAEP dont des jeunes mères : parents d'élèves dans le cadre d'activité organisée par l'enseignante, familles accompagnées par des TISF, groupe de maman suivie par la PMI. Une jeune rencontrée (mère de 4 enfants en recherche de formation et d'emploi) explique *« avant que la TISF m'en parle, je savais que MAG'ASP existait mais je n'étais jamais rentrée car je ne savais pas qu'ils pouvaient m'aider »*.

Ce manque de fluidité dans les rapports entre deux acteurs a des répercussions directes sur les projets. L'ensemble des intervenants est d'une manière plus ou moins prégnante animé par l'idée de donner une cohérence aux parcours individuels des jeunes. Or, cette idée se trouve mise à mal lorsqu'ils n'interviennent plus de manière séquencée mais de manière concomitante. Interrogé sur les différents acteurs (associations, Mission locale) et la manière dont ils agissent ensemble, un jeune pointe cette situation de simultanéité d'intervention des acteurs. **Simultanéité qui brouille les messages communiqués** : *« Il y un moment où il n'y a rien. Puis tout le monde vous saute dessus et on ne sait plus où tourner la tête. Je ne savais plus qui aller voir d'abord et qui après. »* (Jeune)

Afin de sortir de cette situation de blocage institutionnel, **renouer des partenariats notamment au travers des évènements conviviaux** semble indispensable. Des fêtes de

⁴⁵ LUHMANN Niklas, *Systèmes sociaux : Esquisse d'une théorie générale*, Presses de l'Université Laval, 2011.

quartier ou de voisinage peuvent servir de terrain neutre, propice à la rencontre : « *Par exemple, on veut organiser une fête de la famille à Marie-Galante. L'idée est que la famille vienne en entier. Pour cela, on a lancé un appel aux acteurs de travail social, aux associations, aux collèges, à des commerçants... Un copil a été organisé avec 10 partenaires (dont CCAS, CAF, associations, écoles...). Cela a permis d'identifier des blocages, avec une forme de concurrence entre associations, une bagarre sur la prise en charge de la parentalité.* » (Professionnel)

C'est la principale raison identifiée des difficultés à mobiliser les partenaires sur un territoire. **La difficulté de captation conduit ainsi directement à une concurrence entre les structures d'insertion sociale et professionnelle.**

2.2 Une adhésion aux dispositifs facilitée par une approche dédiée et individualisée

Comme pour la captation, de nombreux acteurs des actions d'insertion sociale et professionnelle estiment qu'il est difficile de faire adhérer les jeunes guadeloupéens à ces démarches. Pour rappel, selon notre approche, **l'adhésion se définit comme le moment où la captation initiale se traduit par une mobilisation.** Cela peut être la manifestation d'un intérêt partagé, l'inscription ou la déclaration de participation à un projet, l'appropriation par les jeunes d'éléments du discours de captation etc.

En lien avec les observations tirées de l'analyse des problématiques des jeunes en Guadeloupe, plusieurs facteurs peuvent expliquer les difficultés d'adhésion, face auxquelles des modalités d'actions peuvent être mises en œuvre pour lever (au moins partiellement) les freins identifiés.

Une nécessaire compréhension entre les jeunes et les professionnels

La langue, un frein supposé qui n'apparaît pas réellement bloquant

Au cours de l'analyse de la littérature et des entretiens auprès des acteurs institutionnels sur le territoire, il a régulièrement été évoqué une difficulté pour communiquer avec les jeunes. En premier lieu, le créole en tant que langue fait partie structurante de la vie en Guadeloupe. La plupart des jeunes le parlent, malgré le fait qu'il n'y ait pas d'enseignement en créole. De l'avis de certains acteurs institutionnels, « *des jeunes parlent très mal, voire pas du tout, le français, et ne s'expriment qu'en créole. Il faut donc pouvoir communiquer dans les deux langues pour les institutions, ce qui n'est pas toujours le cas* ». En parallèle, le constat est partagé, tant par les porteurs de projet que par les jeunes, que le créole est parlé par de nombreuses personnes dans leur cercle familial et/ou amical : « *beaucoup de gens utilisent le créole. Dans certaines familles, on ne parle que créole* » (jeune).

En effet, le bilinguisme de la population se transformerait en handicap, par la dévalorisation du créole et du « patois », ce français « non standard » utilisé dans la vie courante et difficilement discernable pour les enfants du français « standard » attendu dans un contexte scolaire, professionnel ou tout simplement pour pouvoir suivre les programmes proposés. Le bilinguisme (français/créole) est très répandu en Guadeloupe mais le contexte est « diglossique », c'est-à-dire que les contextes d'emploi des deux langues diffèrent, le français, langue officielle, dominant le créole, langue locale ou communautaire.

La maîtrise de la langue « française » apparaît ainsi comme fondamentale pour rendre possible l'adhésion à un dispositif. Cependant, **l'idée d'une barrière linguistique entre les jeunes et le monde institutionnel et associatif est rejetée de manière quasiment unanime (que ce soit par les professionnels ou les jeunes eux-mêmes) quand il s'agit de juger de son impact sur une potentielle adhésion des jeunes.**

Tout d'abord, il semble que si les jeunes parlent le créole, ils maîtrisent également le français :

- « *Tous les jeunes parlent français, sauf ceux qui sont en situation irrégulière* » (professionnel) ;
- « *Il n'y a pas de barrière de la langue. Il y a toujours la possibilité de s'adapter* » (professionnel) ;
- « *Les jeunes savent parler français, même si certains peuvent avoir des difficultés* » (jeune).
- « *Arrêtez avec le Créole. Je parle et je lis mieux le français que le créole. De toute façon, le créole ça ne se lit pas. Tu peux le mettre dans un SMS au début pour faire genre mais puis, moi je suis incapable d'écrire. ... De toute façon, plus personne n'écrit encore aujourd'hui. Tu vas sur Insta ou même sur Whats'App, il n'y a que des photos. De toute façon, les images sont plus parlantes je trouve. C'est moins menteur* » (Jeune)

Au-delà de la maîtrise du français, il apparaît que certains jeunes adoptent des postures identitaires, et revendiquent ainsi la pratique exclusive du créole, au détriment du français. En effet, sur l'île la question de la Créolisation de la vie publique a ses promoteurs mais aussi ses détracteurs. Si la créolisation est considérée par ses promoteurs comme structurant pour le vivre ensemble, fondatrice d'une identité collective locale nourrissant de valeurs communes, elle a aussi ses détracteurs. Ceux-ci estiment que la créolisation n'est pas un lieu de création mais un réceptacle de repli sur soi. La littérature fait état de deux sortes de critiques. Les détracteurs, notamment anglo-saxons, dénoncent l'imprécision du concept de créolisation qui serait un fourre-tout servant à cacher des conflits sociaux ou ethniques derrière un voile culturel factice et artificiel⁴⁶. Un deuxième type de critique situe les mouvements de créolisation dans la droite ligne des mouvements identitaires régionalistes observés ailleurs en France et sur le continent, prônant l'identité locale comme rempart contre la mondialisation ou à la conception classique de l'identité nationale⁴⁷.

La phase de terrain a permis de déplacer le curseur entre des différentes positions. L'usage du Créole constitue notamment un levier de réintégration des jeunes dans un univers social structuré par des valeurs communes et partagées et permettant l'encouragement de l'engagement des jeunes au sein de « leur » communauté. Autrement dit, les jeunes cherchent la proximité du groupe de pairs.

Pour la DJSCS, des jeunes investissent le créole comme un moyen d'intégration sociale dans un groupe défini. Seulement, ils peuvent être en difficulté dans d'autres contextes, car il ne s'agit pas de la langue des institutions. Ainsi, il est évoqué que certains jeunes ne souhaitent pas parler français, pour des questions identitaires, mais que cela n'indique pas une non maîtrise de la langue française : « *Le jeune garçon dans la salle et moi on se connaît depuis*

⁴⁶ BONNIOL Jean-Luc, « Un miracle créole ? » in *L'homme*, Editions de l'EHESS, 2013, n° 207-208, p 7-15.

⁴⁷ DANIEL Justin, *L'espace politique aux Antilles françaises*, in « Ethnologie française », PUF, Paris, vol. 32, 2002/4, p. 589-600.

la maternelle. Lui il ne parlait qu'en créole, moi en français. On a fait la même école. Je veux dire, il voulait faire son intéressant. De toute façon, ce sont des garçons qui mettent en avant le Créole. C'est peut-être pour marquer le territoire. » (Jeune).

De plus, dans beaucoup de structures, un ou plusieurs professionnels parlent couramment créole. Il existe donc toujours la possibilité de s'adapter aux besoins des jeunes en cas de besoin. Par exemple, des entretiens à MAGASP ont pu être menés avec le jeune qui parle en créole, et le professionnel en français, les deux se comprenant parfaitement.

La maîtrise de la langue n'est ainsi pas un frein objectivé à l'adhésion⁴⁸ des jeunes guadeloupéens à des dispositifs d'insertion sociale et professionnelle. Ce constat comprend toutefois une exception : les jeunes étrangers arrivés récemment sur le territoire guadeloupéen. Depuis quelques années, une immigration arrive principalement de la Dominique et d'Haïti. Beaucoup de jeunes à leur arrivée ne parlent ni français ni créole. Dans ce cas, la maîtrise de la langue devient un vrai frein pour intégrer des actions d'aide à l'insertion.

Le langage institutionnel est en revanche un élément limitant l'adhésion

De manière non spécifique à la Guadeloupe⁴⁹, une déconnexion est souvent évoquée entre le langage utilisé par les acteurs institutionnels (notamment dans les démarches de communication), **et celui compris par les jeunes.** Est souvent regrettée une forme de « *jargon institutionnel* », qui n'est pas attractif pour les jeunes, voire non compréhensible.

L'ensemble des personnes interrogées déplorent cet écart entre le langage institutionnel et celui utilisé par les jeunes. Comme le dit l'un d'entre eux, « *il n'y a pas de problème de langue, mais un problème de langage* » (jeune). De manière partagée, ce décalage est regretté. Les professionnels le reconnaissent aisément, de par leurs expériences de contacts avec les jeunes, et leur connaissance des institutions : « *Sur le langage, il faut s'adapter. Il faut utiliser des mots simples, que les jeunes comprennent. Il faut sortir du vocabulaire professionnel. Si tu parles de GJ, ça ne parle pas. Le langage est un frein. Si on parle technique, les jeunes ne restent pas. Souvent ils n'osent pas poser des questions pour des précisions ou des explications. Ce n'est pas évident* » (professionnel). Du côté des acteurs institutionnels ce constat est réalisé également : « *Les manières dont on s'adresse aux jeunes ne permettent pas leur adhésion* » (DIECCTE).

Sur ce point-là, les jeunes pointent clairement une différence entre ceux qu'ils caractérisent comme des acteurs institutionnels (Mission locale, Pôle emploi, administrations...) **et les acteurs associatifs locaux.** Le manque d'adaptation des acteurs traditionnels du champ de l'insertion sociale et professionnelle est regretté : « *Il y a un décalage dans le mode de langage, les institutions ne s'adaptent pas à la façon dont les jeunes parlent* » (jeune). Au passage, certains jeunes déplorent de ne pas être mieux préparés pour communiquer mieux avec ces institutions : « *Les institutions parlent trop bien,*

⁴⁸ Pour rappel, l'adhésion correspond bien ici au moment où le jeune est en contact direct avec la structure, et où il peut décider de poursuivre son parcours en son sein.

⁴⁹ Si l'étude n'a pas porté sur d'autres territoires, l'expérience des évaluateurs indique que ce phénomène se retrouve (de manière plus ou moins forte selon les publics cibles) autant dans les autres DOM qu'en métropole.

et ne s'adaptent pas du tout aux jeunes. Ce serait bien d'avoir des petites formations pour mieux s'exprimer, parler en entretien d'embauche » (jeune).

Le niveau de langage et le « jargon » utilisés pour parler d'un projet d'insertion sont donc des freins objectivés à l'adhésion des jeunes. Un travail apparaît nécessaire sur ce point, pour faciliter la compréhension entre les acteurs de l'insertion et le public cible.

Du côté de la BGE et d'Arrimage des démarches ont également été engagées pour **s'adapter au mieux aux langages des jeunes, que ce soit en termes de langue ou de niveau de langage** : *« Nous présentons à plusieurs. Une personne qui présente le contenu plutôt de manière formelle, une autre (psychologue de formation) qui parle leur langage. En Créole ou non. Réexpliquer les contenus, changer le registre de langage... je pense que c'est important ».* (Porteur de projet) Cet effort sur le langage peut aussi se traduire dans les démarches de communication. **La forme et le contenu des présentations publiques doivent répondre aux codes des jeunes.** Plusieurs associations insistent ainsi sur la présence d'infographies, et des accroches en créoles pour parler au plus grand nombre, et se démarquer des institutions. *« Le Site est en français. Mais on essaye de simplifier au maximum le langage. Parfois on met une ou deux phrases en créole. Ou on fait des vidéos. De toute façon c'est plus simple quand c'est des jeunes qui parlent aux jeunes. Ils se méfient un peu de ceux qui ne parlent pas leur langage ou qui sont plus âgés, ou les deux ».* (Porteur de projet)⁵⁰

Bienveillance et souplesse au cœur d'une posture facilitante de l'adhésion des jeunes

La posture des professionnels qui informent ou accueillent les jeunes sur un dispositif est mentionnée comme un facteur clé de l'adhésion ou non au projet. Les jeunes qui sentent qu'on s'intéresse à eux, et qu'il n'y a pas de jugement porté sur leurs actions et attitudes sont bien plus aptes à adhérer à un projet. L'association MAGASP a travaillé en interne sur ce volet, en formant ses équipes. Il s'agissait d'une part d'avoir une appréhension uniforme des jeunes au sein de la structure, mais surtout de modifier les modalités d'approche des jeunes. La formation visait ainsi à donner des outils pour avoir une attitude de bienveillance et de non jugement vis-à-vis des jeunes. Il est regretté ainsi que les institutions ne soient pas plus formées là-dessus, car c'est un reproche souvent entendu chez les jeunes dans leurs interactions avec des professionnels.

Si sont souvent pris en exemple des acteurs publics et traditionnels du champ de l'insertion et de l'emploi pour illustrer des postures perçues comme bloquantes dans la relation au jeune, on retiendra que ces verbatim donnent à voir a contrario des postures bénéfiques.

Les acteurs rencontrés mentionnent :

- La **nécessité d'une posture bienveillante et ouverte** avec les jeunes afin d'éviter tout sentiment de « jugement » ou « mépris »
« Il y a un rejet institutionnel, mais ça dépend des professionnels qui accueillent les jeunes. Si l'atmosphère est froide, pas souriante, ça ne marche pas. Il y a tellement de dispositifs que les jeunes ne savent pas où s'orienter. L'image peut jouer, Pôle emploi et la Mission locale par exemple n'attirent pas. Les gens ne montrent pas d'intérêt pour les jeunes qui viennent. C'est pareil pour la Sécu qui n'aide pas à

⁵⁰ Une analyse de documents de communication (type flyer) sera réalisée au cours de la phase 3.

remplir les dossiers. Beaucoup de jeunes se sentent jugés par les institutions. Donc ça ne marche pas » (Professionnel).

« La force de l'association et ce qui leur permet de faire adhérer les jeunes c'est leur proximité, le fait que les professionnels aient du temps et permettent un accompagnement dans le temps. » (Partenaire)

« Je préfère encore les associations que les institutions. Aller à Pôle emploi ou à la CAF ou même à la mission locale... L'horreur. Soit on vous renvoie tout de suite, soit on vous accueille avec un grand mépris. ... Ceux qui sont derrière le guichet, leur boulot. Ils l'ont à vie. Tant mieux pour eux. Mais vous savez pourquoi ils l'ont ? Parce qu'ils ont les bonnes connections, les bons réseaux. C'est du copinage, rien d'autre. » (Jeune)

- **L'importance d'opter pour un discours adapté à la personne accueillie et de faire preuve d'écoute active :**

- o *« En parlant de la Mission Locale, les jeunes disent que le caractère et l'approche de la professionnelle ne sont pas les bons. Les jeunes ne se sentent pas écoutés. Je les oriente souvent vers la Mission locale, mais elle manque de réactivité et donc les jeunes reviennent au PIJ. Même pour les professionnels c'est compliqué de travailler avec eux, c'est une question de personnes. Il faut une bonne relation pour que cela fonctionne. L'offre de service est bonne, c'est la suite logique de ce qu'on propose. Mais la relation bloque donc les jeunes lâchent. La Mission locale dit que les jeunes ne sont pas motivés, qu'ils veulent juste des sous. Pourtant, le PIJ arrive à garder le contact, c'est la preuve que c'est possible. Il y a un problème de posture professionnelle, quelque chose qui ne passe pas »* (professionnel)
- o *« Les questions de la Mission locale sont toutes préparées, il n'y a pas d'adaptation à chaque jeune. Ce serait plus facile de toucher des jeunes en s'adaptant à chacun »* (jeune)

Un rejet de certaines offres de services lié à leur qualité, plutôt qu'un rejet institutionnel systématique

Les acteurs institutionnels pointent régulièrement un phénomène de rejet institutionnel pour expliquer les difficultés à toucher les jeunes. Ce point serait particulièrement prégnant chez les hommes : *« Il y a une grande méconnaissance des institutions et de leurs rôles, notamment des jeunes hommes. Les jeunes filles sont plus souvent sollicitées pour accompagner dans les démarches la famille (CAF, pièce d'identité...). Ces dernières sont donc plus familières avec les institutions »* (DJSCS). Ce constat est parfois confirmé par certains jeunes, faisant le lien entre *« l'institution et le colonisateur blanc. Pour certains, les institutions peuvent rappeler les traces de l'esclavage »* (jeune). Cet avis semble toutefois peu partagé, et ne concerner que des populations très marginalisées.

Plus que dans le rejet systématique des institutions, l'étude donne à voir que la défiance qui peut exister entre jeunes et institutions née de mauvaises expériences qui pour partie relève une forme de relégation territoriale de par un service public jugé insuffisant : manque de personnel, faible amplitude horaire, ...

Sur le territoire de Marie Galante, l'organisation de la Mission Locale en particulier semble poser une difficulté. Une seule personne intervient dans cette institution, ce qui crée des interruptions de service en cas de congés ou de maladie.

- « *La Mission locale manque d'effectif. Après une demande, j'ai dû aller au siège des Abymes pour avoir une réponse. Ça ne marche pas trop à Marie-Galante, elle n'est pas très efficace* » (jeune)
- « *J'ai arrêté avec la Mission locale, car elle devait me recontacter pour un rendez-vous. J'avais donné mes disponibilités, mais je n'ai jamais eu de nouvelles. Il n'y a jamais de réponse de la Mission locale, il faut vraiment insister pour avoir quelque chose.* » (jeune)

Ce point est confirmé par les jeunes, qui disent clairement ne pas rejeter par principe les acteurs publics, mais s'en être détournés suite à de mauvaises expériences. Ce serait donc l'action des institutions qui pose une difficulté, plus que le fait qu'elles représentent le service public :

- « *Il n'y a pas de rejet des institutions, mais quand on fait des demandes, on n'a pas de réponse. Ils promettent des choses, on attend, et il n'y a pas de résultat. Par exemple, la Mairie annonce proposer des services civiques, on y va pour déposer un dossier, et il ne se passe rien. Ils ne s'adaptent pas aux jeunes, et ne rappellent jamais pour donner des informations.* » (Jeune)
- « *Faut pas aller voir pôle emploi. Déjà pour entrer ça prend des heures. Ils ne savent rien. Ce que vous avez dit toute à l'heure sur les « contrats aidés », à Pôle emploi on ne m'a jamais parlé de ça. Vous imaginez ? A quoi bon donc de faire une heure de bus, pour demander de l'aide à quelqu'un qui ne veut pas vous aider.* » (Jeune)

Ainsi certains jeunes se sont éloignés des dispositifs alors qu'ils les ont par le passé sollicité mais n'estiment pas avoir eu le soutien recherché/les réponses attendues. L'exemple d'un jeune à Marie-Galante est assez parlant à cet égard. A la recherche d'information pour son orientation, il avait d'abord été à la Mission Locale, à Pôle emploi et au Conseil Régional sans avoir de réponse satisfaisante. Au PIJ, ils n'ont pas pu répondre tout de suite à ses questions, mais ils se sont renseignés pour apporter les éléments demandés. A la Mission Locale, on lui a proposé un Service Militaire Adapté, alors que sa demande portait sur une recherche de formation dans le monde du sport. Il s'est rendu compte au fur et à mesure que les jeunes ne sont pas du tout informés sur leurs possibilités. « *Le problème à Marie-Galante est que personne ne se parle. La Mission locale ne parle ni à Pôle emploi, ni au PIJ. Tout le monde se renvoie la responsabilité sur les documents. Le pire reste à la mairie, où personne ne sait répondre à une question* » (Jeune).

On notera que l'idée de rejet institutionnel est totalement battue en brèche par certains jeunes, qui voient au contraire l'Etat comme un soutien structurel des jeunes guadeloupéens : « *Il n'y a pas de rejet systématisé de l'Etat, ce n'est pas vrai du tout. Au contraire, les gens veulent l'aide de l'Etat* » (Jeune). Dans le même sens, l'Etat apparaît pour certain comme la potentielle source pour construire un projet : « *Moi je veux ouvrir mon business. Je suis venu ici pour qu'on m'explique comment faire. Mais c'est pas du tout ce qui est proposé. ... Tout ce que j'ai entendu est décourageant : ça dure longtemps, c'est difficile, il faut de l'argent... Moi je veux juste ouvrir mon entreprise de jardinage. Vous savez quoi, je ne vais pas à leur formation, mais je vais faire comme eux. Fonder une association et demander à être financé par l'Etat* ». (Jeune)

Sur ce point les jeunes guadeloupéens ressemblent beaucoup à leurs congénères métropolitains qui distinguent entre administration public et la dimension politique de l'Etat d'un côté et des dispositifs et politiques de l'Etat-providence de l'autre. Ainsi, la confiance

dans le gouvernement ou encore dans l'administration public se situe en dessous de 20%, tandis que celle dans les Hôpitaux, le système de protection sociale, l'Ecole franchit la marque des 70% (Crédoc, Enquête conditions de vie et aspirations). En outre, les jeunes métropolitains et ultramarins sont très en attente des aides publiques. Le baromètre INJEP/Crédoc montre que 81% des jeunes souhaitent plus d'aides de la part des pouvoirs publics, 70% attendent des aides matérielles (factures, loyers, soins médicaux etc.) et 57% attendent un accompagnement dans la définition d'un projet de l'insertion professionnelle ou sociale⁵¹.

Des écarts observés entre les besoins des jeunes et l'offre de services proposée

L'adhésion des jeunes à un dispositif d'insertion sociale et professionnelle dépend de si ledit projet apparaît pertinent dans leur situation. **La non adhésion peut s'expliquer car l'objet même du projet ne répond pas à un besoin premier du jeune, ou tout du moins perçu comme prioritaire. Or, sur le territoire guadeloupéen certains besoins apparaissent non ou mal couverts :** « *Le site que vous me montrez là (Arrimage) c'est pour des métro. Il me faut un boulot, pas un engagement. Ce sont les métros qui s'engagent. Demandez à la fille de Suriname en face là-bas si elle a envie de s'engager pour son île (rire, en montrant du doigt une jeune prostituée sur le trottoir d'en face) ?* » (Jeune) Pour reprendre l'exemple du projet « Mon île ou ailleurs #je m'engage », il apparaît que le volet informationnel sur l'engagement (site internet) semble plus pertinent à destination des professionnels jeunesse (un des publics cible) que des jeunes directement. En revanche, le concours mis en place (une récompense de 1000 € pour trois jeunes porteurs de projet même s'il s'avère aujourd'hui que les candidatures sont peu nombreuses, et que les projets des jeunes n'auront pas un impact fort sur le projet global) et les propositions de services volontaires européens, offrent des réponses concrètes aux jeunes cibles. Cela répond ainsi à un type de besoin, mais pas celui des jeunes les plus éloignés de l'emploi et en difficulté d'insertion.

Pour appréhender les besoins des jeunes en Guadeloupe, il faut garder en tête la diversité du territoire, et donc des attentes. En effet, il est possible de distinguer (a minima) d'une part l'île principale, qui en soit peut connaître des différences entre les villes et les territoires plus ruraux, et d'autre part les autres îles. Ces dernières subissent un phénomène de double insularité, et une taille de territoire réduite, qui limitent de fait l'offre de service disponible pour les jeunes. L'exemple de Marie-Galante est parlant à cet égard.

L'offre de services est ainsi limitée dans plusieurs domaines, alors que jeunes comme professionnels expriment des besoins, que ce soit sur des problématiques d'insertion sociale, professionnelle, ou d'animation et de loisirs. A ce titre, les manques pointés par les professionnels et les jeunes sont relativement similaires concernant :

- les problématiques sanitaires et sociales. Dans le cas de Marie Galante sont pointés du doigt l'absence de structure d'hébergement et d'accueil d'urgence, le manque de prise en charge des problématiques psychologiques, l'absence de maternité ou chirurgie. Au-delà de ces enjeux sanitaires, l'absence d'éducation sexuelle sur l'île, expliquée par le poids de la religion, est mentionné comme une problématique forte. Ce phénomène impacte principalement les jeunes filles, et a notamment pour

⁵¹ Baromètre INJEP/DJEPVA/CREDOC sur la jeunesse 2017.

conséquence un taux de grosses précoces très élevé. Au final, cela conduit à un frein important pour l'insertion professionnelle :

- les problématiques emploi-formation: un défaut de formations adaptées ou qui nécessite une mobilité (encore plus fortement pour les doubles insulaires), des emplois rares et précaires sur Marie Galante ;
- les limites en termes d'accès aux loisirs et à l'animation sont pointées comme un facteur pouvant pousser des jeunes à adopter des comportements déviants, ou en tout cas bloquant des processus de socialisation : « *Il n'y a aucun lieu où les jeunes peuvent se retrouver, il n'y a pas de loisirs gratuits. Il existe des associations sportives mais c'est payant. Il faudrait un centre social, mais il n'y a pas de locaux disponibles et aux normes* » (professionnel), « *Les jeunes s'ennuient vite à Marie-Galante. Il faudrait plus d'activité sportive gratuite. Il y a des gros soucis d'obésité* » (jeune), « *Il y a un besoin d'animation, de l'éducatif et du culturel, ce n'est pas très développé* » (jeune).

La difficulté d'adhésion des jeunes dans des processus d'insertion sociale et professionnelle vient donc également d'une inadéquation relative entre les attentes, et ce qui est proposé sur le territoire. En Guadeloupe le RSMA (Le Régiment du Service Militaire adapté est un dispositif militaire d'insertion socioprofessionnelle) par exemple dispose en 2018 d'une capacité d'environ 800 places. Pour remplir les effectifs aucune sélection n'est réalisée puisque les demandes sont inférieures. En effet, il semblerait, que l'offre du RSMA ne correspond pas aux attentes des jeunes.

« En termes d'orientation ils vous parlent tout de suite du RSMA. Partout c'est le RSMA. Comme si c'était la seule chose à faire. Mais, je ne veux pas du tout faire ça. Je veux ouvrir une jardinerie de quartier. » (Jeune)

Ces insatisfactions des besoins primaires (emploi, logement, santé cf. pyramide de Maslow) ou inadéquations entre offre et demande sont des chaînons manquants, qui peuvent limiter l'accès à d'autres actions dans la suite du parcours. Cependant, il faut bien voir que chaque jeune est différent, et ces derniers attendent d'être pris en compte de cette façon. C'est certainement le meilleur moyen d'intégrer des jeunes dans des dispositifs, ce que certaines associations ont cherché à développer.

Il n'est pas apparu au cours des investigations que les jeunes ne soient pas conscients de leurs besoins. En effet, ils expriment facilement leurs difficultés, et ont des attentes construites et argumentées par rapport à leur parcours. Il n'y a donc pas déni des situations, mais plutôt une difficulté à trouver la solution leur semblant la plus adéquate à leurs problématiques et adaptée à leur situation personnelle.

« Pour moi c'est très clair. Pour pouvoir partir de l'île et débiter une carrière dans les métiers du tourisme j'ai deux options : soit je m'inscris dans un BTS professionnalisant. C'est chose faite mais les cours ne commencent qu'en octobre. Sois-je pars à l'aveugle en métropole et j'essaye de trouver une première expérience professionnelle sur place. J'ai choisi l'option une. En attendant le programme de la BGE me permet de compléter mon CV. » (Jeune)

La nécessité de considérer les jeunes dans leur individualité

Une approche « individualiste » pour susciter l'intérêt et l'adhésion des jeunes

La prise en compte de « l'individualité » du jeune apparaît comme une nécessité parfois difficile à satisfaire dans le processus de captation des jeunes. Le sociologue Michel Chauvière souligne que les usagers d'un dispositif d'aide aux jeunes ne sont jamais réellement un collectif concret, porteur d'une revendication commune, mais des « cas » singuliers nécessitant un traitement spécifique par une prise en compte des différentes individualités⁵². Robert Castel parle à ce propos du besoin de basculer le référentiel d'action public basé sur une approche « bénéficiaire », c'est-à-dire d'une approche top-down considérant les jeunes comme bénéficiaires d'un service public, en une approche davantage « clientélisée », à savoir l'approche considérant les projets comme une offre de service à destinations d'usagers (clients) souhaitant en bénéficier⁵³.

Sur le terrain d'enquête, les acteurs semblent avoir mis en place des outils de captation allant dans le sens d'une approche « individualiste » plutôt que « collectiviste ». Valoriser la place de chacun dans le cadre de réunions collectives paraît indispensable pour susciter l'intérêt des jeunes : *« Pour faire en sorte qu'ils restent, il faut les prendre un par un. Nous établissons un contact individuel avec chacun pendant la présentation. Chaque présentation est suivie d'un entretien personnel. Nous voulons vraiment qu'ils comprennent qu'on a des choses à leur apporter. Nous pouvons les accompagner, mais nous ne pouvons pas faire les choses à leur place. La BGE ce n'est pas la bourse de travail. » (Porteur de projet)* A ce titre la BGE a fait évoluer les modalités de repérage initialement envisagées dans le projet, en complétant les réunions collectives par des entretiens individuels permettant d'identifier les freins qui peuvent rendre les jeunes réticents à participer au programme (garde d'enfant, contraintes financières, problèmes de mobilité...).

Des différents discours recueillis, tant auprès des professionnels que des jeunes, il apparaît que **le facteur clé pour faire adhérer des jeunes est de prendre en compte leur individualité, et donc de s'adapter en permanence à leurs besoins.** Négocier individuellement l'adhésion plutôt que de proposer un projet tout cousu au plus grand nombre de bénéficiaires ou encore à un public ciblé permettrait de favoriser leur adhésion⁵⁴. L'idée serait ainsi de « négocier » l'adhésion de chacun dans une logique individuelle pour ensuite proposer une intégration au collectif. La constitution d'un groupe doit se faire par étape afin de valoriser chaque jeune « pour ce qu'il est » et pour ne pas le noyer trop tôt dans un collectif artificiel. Ces premières étapes de « négociation » seraient, par ailleurs, des moments privilégiés de la diffusion d'informations (peut-être manquantes) concernant le projet.

L'inscription dans un parcours d'insertion ne doit pas forcément être un objectif auprès des jeunes. Une professionnelle dans une association décrit ainsi deux types de comportements : *« Des jeunes viennent pour une demande spécifique. S'ils ont besoin d'accompagnement, ils reviennent. Certains prennent l'information, et ils repartent. Chaque accueil est différent. On sait vite si les jeunes vont revenir. Il ne faut pas trop cadrer. Je n'ai*

⁵² CHAUVIERE Michel, *Le travail social dans l'action publique. Sociologie d'une qualification controversée*, Paris, 2004.

⁵³ CASTEL Robert, *La gestion des risques*, Paris, Editions de Minuit, 1981

⁵⁴ Cf. Céline Rothé, « Jeunes en errance » - Les effets pervers d'une prise en charge adaptée, Paris, Presses de la FNSP, 2010, n°54, p. 87-99.

pas de trame d'entretien, ça ne peut pas marcher. On doit prendre en compte l'environnement des jeunes, comprendre les ruptures dans leurs parcours ». (Professionnel)
Aucune de ces deux situations n'est perçue comme un échec. Cette individualisation de l'offre de service permet une adaptation aux besoins, l'adhésion à long terme (et donc la fidélisation) ne peut pas être l'objectif systématique d'une rencontre avec un jeune. La dimension « utilitariste » de l'association est ainsi conçue de manière positive.

Dans le même sens, plusieurs professionnels préconisent le recours à un accompagnement dit horizontal avec les jeunes. Il semble nécessaire que le jeune puisse être en partie acteur de son parcours, et que les dispositifs d'insertion sociale et professionnelle ne se contente pas de transmettre des informations et donner des instructions. Si ce constat est clé au moment de l'adhésion, il sera d'autant plus fort dans le cadre de la fidélisation (voir infra) dans la mesure où l'intégration horizontale génère un sentiment de responsabilité chez les jeunes constituant un levier pour l'identification avec le programme.

Toutefois, il convient de préciser que l'individualisation s'entend comme la prise en considération du jeune dans sa particularité et sa spécificité et ne doit pas être entendu comme une adaptation systématique de l'objet du projet. Une telle démarche serait trop complexe à mettre en œuvre et mal comprise par les jeunes. Il s'agit au contraire de valoriser les différentes « individualités » tout au long du projet afin que les participants se sentent mieux intégrés, en sécurité et considérés.

Les enjeux de l'individualisation dans les projets virtuels

La question de la place de l'individu dans le processus d'adhésion se pose aussi pour le projet *Arrimage*. Cependant, dans la mesure où il s'agit d'un Site-Internet, n'ayant qu'une existence virtuelle, la problématique de la valorisation et la prise en compte des individualités se pose dans d'autres termes que pour les deux autres projets : « *Un site internet est relativement figé. En principe on propose une vitrine avec une décoration. Si la décoration ne plait pas, on peut la changer. Mais pour la changer, ça prend du temps. Comme on a déjà beaucoup travaillé avec les jeunes on a essayé de faire attention. Nous utilisons des mots simples, parfois en créole, des images, des vidéos etc. Nous mettons en scène des jeunes avec lesquels d'autres peuvent s'identifier. [...] Mise à part le trafic sur le site (nombre de clics ou de commentaires laissés) on ne sait pas du tout si on parle à la bonne population ou si on est complètement à côté.* » (Professionnel)

La capacité d'attirer le public ciblé se joue à travers les contenus ainsi que le masque du site internet. Toute la question est de savoir, si le support proposé est en adéquation avec les attentes du public ciblé. Un site internet comme celui d'Arrimage est conçu pour « capter » des internautes (individus) répondant à un certain nombre de critères prédéfinis (critères socio-économiques par exemple).

Plusieurs **difficultés par rapport à la captation du public ciblé dans le cas spécifique d'un projet virtuel** sont soulevées :

- **Le ciblage initial reste relativement figé.** L'architecture ainsi que le contenu du site s'adressent à un public défini lors de sa conception. Une erreur de ciblage initial ne peut être rectifiée dans un temps court.
- **Une indisponibilité des données qui permettraient la rectification d'une erreur de ciblage.** Une réunion physique offre l'avantage que la présence (ou non) du « bon » public est facilement vérifiable. Est-ce que les personnes présentes dans

la salle correspondent à la cible telle quelle a été définie ? Ce type de démarche est pratiquement impossible à réaliser pour un site internet parce qu'il est difficile de « connaître » les jeunes fréquentant un site.

- ➔ **La difficulté à faire parler les jeunes sur le site pour mieux les connaître et identifier leurs besoins.** Afin de mieux connaître les jeunes, mais aussi dans le but de les faire parler d'eux et de valoriser ainsi leur individualité, l'idée de la mise en place de « chats » a été évoqué par les professionnels d'Arrimage. Ces communications en direct, en permettant un échange instantané avec des jeunes, supposent néanmoins une maîtrise certaine de l'écrit de la part des jeunes (ce qui limite le périmètre de la cible puisque 15% des jeunes Guadeloupéens de 16 à 29 ans éprouvaient de grandes difficultés face à l'écrit, en 2009⁵⁵) et une disponibilité quasi permanente de la part des professionnels associés à la gestion du site internet. C'est la raison pour laquelle les concepteurs du site misent en parallèle sur une valorisation de la « vie du projet » ou des informations relatives à l'engagement des jeunes sur les médias sociaux. A cet égard le compte Facebook d'Arrimage⁵⁶ constitue, en effet, la plateforme choisie de ce type d'échange et d'interaction. Les médias sociaux sont ainsi mobilisés afin de compenser les lacunes « communicationnelles » d'un site classique. Cependant, les entretiens ont montré que Facebook n'est pas le média le plus utilisé par les jeunes, What's App par exemple l'est davantage⁵⁷.

Ce choix de média de communication impacte probablement la capacité du projet à s'adresser et à mobiliser le public recherché. Le projet d'Arrimage vise des « *jeunes (16-30 ans) résidant dans les quartiers prioritaires de la politique de la ville et en milieu rural, ayant moins d'opportunités* »⁵⁸. Lors d'une visite de terrain dans le quartier Carénage à Pointe-à-Pitre et aux Abymes une dizaine de jeunes ont été interrogés sur leurs opinions à propos du site d'Arrimage. Sept des dix jeunes ont jugé que « *le site n'était pas pour eux* », trop loin de leurs préoccupations. Ayant du mal à se reconnaître dans les contenus du site les mots de Felix sont emblématiques : « *J'ai quitté l'école en 6^{ème}. Là ça parle de projets. Je n'ai pas de projet. Et pour m'accompagner chez Pôle emploi, je n'ai pas besoin d'eux.... Puis regardez les images : On dirait un clip vidéo pour smartphone. Les jeunes que je vois là ont déjà réussi. Ils ne sont pas dans la galère comme moi.* » (Jeune)

Des freins à la mobilité qui limitent l'accès au public

Une mobilité géographique et territoriale bridée

Faire participer les jeunes à un projet suppose dans la plupart des cas (hormis les projets dématérialisés) un « déplacement » physique et matériel des jeunes. Or, la question de la mobilité notamment des jeunes est un enjeu fort des politiques publiques en Guadeloupe. En effet, l'île est marquée par une infrastructure routière structurellement insuffisante et pénalisante pour les jeunes. La configuration insulaire de la Guadeloupe constitue un handicap particulier en matière de déplacements de ses habitants et un frein à la mobilité notamment de sa jeune population. L'île est fortement dépendante des liaisons maritimes et/ou aériennes pour ses relations avec l'extérieur, les réseaux ferroviaires y sont à peu près inexistantes et les réseaux routiers peu denses et très souvent saturés notamment

⁵⁵ INSEE, « Enquête Information et Vie Quotidienne : l'illettrisme, un problème préoccupant en Guadeloupe », *Premiers Résultats*, n°60, juin 2010.

⁵⁶ <https://www.facebook.com/pages/category/Non-Governmental-Organization--NGO-/Arrimage-Good%C3%AEles-346536682191746/> (lien vérifié le 06/02/2019)

⁵⁷ Notons, qu'Arrimage Good'Illes dispose d'un compte Twitter d'Arrimage Good'Illes mais qui est inactif depuis sa création en 2017 : <https://twitter.com/IllesGood> (lien vérifié le 06/02/2019)

⁵⁸ <https://arrimagedom.org/mon-ile-ou-ailleurs-je-mengage-guadeloupe-mars-2017-fevrier-2019-en-cours/>

aux points névralgiques tels que les ponts ou les traversées de voies d'eau. Par exemple, avec plus de 90 000 véhicules par jour, le pont de la Gabarre, reliant la Grande-Terre à la Basse-Terre, a vu son trafic doubler entre 1992 et 2007. Néanmoins, la voiture est le moyen de transport privilégié des guadeloupéens. Aujourd'hui, plus de 80% d'eux se rendent à leur travail en voiture, près de quinze points de plus qu'en 1999⁵⁹. Dans le même temps, les transports publics restent peu développés et leur usage a même reculé. Seul un Guadeloupéen sur dix les utilise. Cette particularité est commune à l'ensemble de l'Outre-Mer. Selon l'enquête recensement de l'INSEE-2014, 9% des moins de 30 ans utilisent les transports en public dans les DOM pour se rendre au travail, contre 21% en Métropole. Une infrastructure de transports en public insuffisante conjuguée à la nécessité de disposer d'une voiture pour ses déplacements professionnels et scolaires rendent la question de la mobilité centrale pour les jeunes générations pour qui **l'achat d'une voiture ou du carburant constitue une dépense particulièrement lourde pour leur budget déjà restreint.**

Mode de transport pour aller au travail	DOM		Métropole		Ensemble	
	Eff	%	Eff	%	Eff.	%
Pas de transport	2 267	2%	102 910	2%	105 176	2%
Marche à pied	7 950	9%	386 251	8%	394 201	8%
Deux roues	4 661	5%	237 223	5%	241 884	5%
Voiture, camion, fourgonnette	68 950	75%	3 227 954	64%	3 296 904	65%
Transports en commun	8 703	9%	1 050 777	21%	1 059 480	21%
Ensemble	92 531	100%	5 005 115	100%	5 097 646	100%

Source : Enquête recensement 2014 – Base mobilité professionnelle - INSEE
 Champ : les jeunes de moins de 30 ans en emploi

Le modèle de l'infrastructure routière insulaire met également en évidence les dissymétries opposant des littoraux densément occupés bien équipés en infrastructures à un intérieur difficilement accessible. Il y a toutefois des exceptions à cette logique, à Terre-Haute (Les Saints) par exemple on ignore ce problème du fait de la petite taille de l'île. La voiture individuelle y est remplacée par les deux-roues à moteur largement suffisants pour les déplacements à courte distance⁶⁰.

Les difficultés de mobilité touchant notamment les zones rurales ont des répercussions directes sur la vie des jeunes. D'abord, elles compliquent le quotidien des enfants scolarisés. Dans la mesure où des communes rurales et parfois même périurbaines sont moins souvent dotées d'une école de « quartier » ou de proximité, grand nombre d'élèves dépendent du ramassage scolaire ou doivent recourir à d'autres moyens de transport pour se rendre à l'École. Embouteillages, retards, le temps passé dans les transports ou encore une qualité du service de ramassage scolaire inégale peut jouer défavorablement sur le taux d'absentéisme à l'École. Si selon Edouard Glissant certains enfants guadeloupéens doivent effectuer plusieurs kilomètres à pieds chaque jour pour aller à l'école, ces cas restent cependant isolés⁶¹. Plus prégnants pourtant, dans les zones urbaines ou périurbaines de l'île les difficultés de circulation se traduiraient en revanche par une limitation des déplacements et une faible mobilité à la fois scolaire et professionnelle⁶². Même si la disparité entre territoires est grande, les chiffres globaux pour l'ensemble des DOM semblent corroborer cette idée. Par exemple, dans les DOM 75% des moins de 30 ans scolarisés résidant dans une commune urbaine étudient dans la même commune, contre 54% en Métropole.

⁵⁹ INSEE Antilles-Guyane, *Guadeloupe : diagnostic, trajectoires et enjeux*, Paris, juillet 2011.

⁶⁰ RANELY VERGE-DEPRE Colette, *Transports et développement durable : quels enjeux pour les petits Etats et territoires insulaires ?*, in Géotransports, 2013 n°1-2.

⁶¹ GLISSANT Edouard, *Problèmes de la jeunesse aux Antilles*, in « Présence Africaine », n° 184, 2011/12, p. 11 à 26.

⁶² BOQUET Yves, *Madeleine Brocard : Transports et territoires : Enjeux et débats*, Paris, 2009.

Indicateur urbain du lieu d'études	DOM		Métropole		Ensemble	
	Eff	%	Eff	%	Eff.	%
Réside dans une commune rurale et étudie dans la même commune	12 405	2%	1 019 618	7%	1 032 024	7%
Réside dans une commune rurale et étudie hors de la commune	5 804	1%	2 073 784	14%	2 079 588	14%
Réside dans une commune urbaine et étudie dans la même commune	377 519	75%	7 702 713	54%	8 080 232	55%
Réside dans une commune urbaine et étudie dans une autre commune de la même unité urbaine	52 247	10%	2 144 674	15%	2 196 922	15%
Réside dans une commune urbaine et étudie hors de l'unité urbaine	58 614	12%	1 378 296	10%	1 436 910	10%
Ensemble	506 589	100%	14 319 086	100%	14 825 675	100%

Source : Enquête recensement 2014 – Base mobilité scolaire - INSEE

Champ : les jeunes de moins de 30 ans scolarisés

Face à ce tableau particulièrement sombre dépeignant une mobilité entravée, on peut donc légitimement se demander si les jeunes restent cantonnés à leur quartier ou non et **par quel moyen l'on pourrait « faire venir » les jeunes**. Il s'agit là d'une interrogation permanente des professionnels : « Ici (en Guadeloupe) la mobilité est un souci. Les jeunes n'ont souvent ni de permis, ni de véhicule et les transports en public c'est compliqué. Je dirais de manière générale qu'ils sont mobiles sur tout ce qui est proximité. Ils sont mobiles dans leur quartier. Même pas à l'échelle de la ville. Normalement ils restent dans le quartier. » (Professionnel)

Le manque de désenclavement des quartiers en termes de transports publics et urbains explique en effet les barrières physiques s'opposant aux jeunes :

- « Je n'ai pas de Scoot. Je n'ai pas de vélo et mes parents n'ont pas de voiture. J'ai le permis mais il ne me sert à pas grande chose. » (Jeune)
- « Je ne peux pas bouger. Je n'ai pas de voiture. Or, les formations sont loin. » (Jeune)
- « J'habite à l'intérieur. La ligne de bus est en bas (i.e. sur le littoral entre Saint François et Point-à-Pitre) et je n'ai pas de scooter. » (Jeune)

Un des porteurs de projet APDOM5 a relevé des refus d'adhérer au projet au regard de la localisation de l'accompagnement (en périphérie de Pointe à Pitre) et a de ce fait envisagé un partenariat avec une compagnie de bus pour faciliter les déplacements. Partenariat abandonné faute de ressources financières disponibles.

Par ailleurs, l'idée de « covoiturage » ou du partage en termes de mobilité n'est pas partagée par tous. Les comportements des jeunes du projet de la BGE sont éloquentes à cet égard. Si les jeunes qui se connaissent d'avant le début du programme s'organisent entre eux pour venir ensemble aux réunions et différentes séances (mise en place du covoiturage), les jeunes sans lien « d'amitié » particulier mais vivant malgré tout le même quartier refusent de « filer un coup de main » ou de faire un détour pour chercher ou déposer un autre jeune. Un jeune garçon motorisé et titulaire depuis 1 an d'un permis de conduire note :

« Moi je ne fais pas de détour moi. Même si c'est 300m. Même si je la vois (désignant la fille vivant le même quartier, sans permis et sans voiture) à l'arrêt de bus, je ne m'arrête pas. Je ne vois pas pourquoi je le ferais. (...) De toute façon elle va arriver avant moi, puisque moi je suis dans les embouteillages et souvent le bus est plus rapide (rires). » (Jeune)

Si ce phénomène de freins liés à la mobilité géographique est régulièrement pointé et reconnu sur le territoire, il apparaît que les freins à la mobilité peuvent également être d'ordre psychologique.

Un entourage « social » qui freine aussi la mobilité

La mobilité ne peut ainsi pas être envisagée sous le seul angle de la mobilité physique. Pour certains jeunes, le quartier les protège et donne un sentiment d'appartenance communautaire. A cet égard **la mobilité est vue comme une trahison de cette appartenance et de la protection qu'elle procure.**

« Tiens, j'ai une brouille avec un mec dans un autre quartier. Le fait que je sois ici me protège. Il ne me viendra pas chercher avec ses potes pour me faire la peau parce que ce n'est pas moi qu'ils vont trouver mais les 30 autres qui seront avec moi. » (Jeune)

L'appartenance à ce microcosme communautaire peut constituer un véritable obstacle à la participation aux projets, allant bien au-delà du seul problème de mobilité : *« C'est intéressant mais je ne peux pas le faire. Le programme prévoit un stage d'une semaine avec des jeunes d'autres quartiers. C'est hors de question qu'on me mette dans une même salle avec des jeunes du centre-ville. On va s'entretuer, vous comprenez ? Pour moi c'est mort cette histoire. » (Jeune)*

Interrogé sur la nature du conflit entre le groupe du jeune et les jeunes de « Centre-ville », l'interviewé répond par la négative : *« On va s'entretuer, parce que nous ne sommes pas des leurs. Il n'y pas de brouille particulière. » (Jeune)*. Le potentiel de conflictualité semble donc purement territorial et communautaire.

Au travers de son expérience de terrain, ce professionnel tente de nuancer et explique pourquoi il reste intransigeant sur ce point : *« Je n'ai pas envie de tenir compte de leurs délires. On ne fait pas des projets pour des communautés mais pour des jeunes qui ont envie. Tous les jeunes. D'ailleurs, ils sortent plus de leurs quartiers qu'ils ne le disent. L'argument identitaire est un faux argument. Ce qui se cache derrière est le bon vieil immobilisme social et la galère. » (Professionnel)*

Des études menés à ce sujet dans des quartiers prioritaires de la ville en métropole sont plus mesurées et adoptent une position intermédiaire. **Si l'immobilisme social et l'appartenance communautaire sont certainement des facteurs freinant la mobilité des jeunes, les véritables barrières psychologiques résulteraient plutôt d'un mélange de ces deux vecteurs.** En effet, Chafik Hbila montre que *« la mobilité relève d'un processus à la fois symbolique, intellectuel et culturel qui englobe la capacité d'un jeune à embrasser des identités nouvelles, ou du moins différentes de celles de son environnement immédiat. »*⁶³ Un jeune interrogé à l'issue d'une réunion d'information confirme cette analyse : *« S'ils ne bougent pas [les jeunes] c'est parce qu'ils ont peur. Ils ont peur de ce qu'ils ne connaissent pas. » (Jeune)*

Confrontée à ces réticences « communautaires » des jeunes de fonctionner ensemble au sein d'un même groupe, la BGE a fait évoluer le format de son projet initial. « La journée

⁶³ HBILA Chafik, Jeunes de quartiers populaires et politiques de jeunesse : Adhésion et résistance des jeunes, Thèse de doctorat, Université de Rennes 2, 2012.

d'intégration » conçue comme moment d'initiation au projet et de constitution du « groupe » a été jugée trop courte pour être pleinement opérationnelle. Un élargissement de cette séquence à 5 jours consécutifs avec une programmation mélangeant présentation des enseignements, prise de contact avec des professionnels et accompagnateurs et sorties culturelles (cinéma, visites de lieux patrimoniales) a permis aux jeunes participants de surmonter les peurs initiales et de desserrer les freins sociaux. Interrogés sur le moment le plus important de leur formation, les jeunes sont unanimes :

« C'est facile. La semaine d'intégration c'était le meilleur. On est vraiment devenu un groupe. On a commencé à se parler. On a fait des trucs ensemble. On s'est amusé et quand on s'amuse on oublie tout le reste.... Je veux dire, on oublie qu'on n'est pas du même coin. » (Jeune)

« Que du bon souvenir. Surtout le cinéma. Qu'est-ce qu'on a rigolé... Si on continue à se voir maintenant c'est grâce à ça, je crois. » (Jeune)

Les jeunes n'étaient pas uniquement spectateurs passifs dans la constitution de ce groupe. Les professionnels de la BGE notent qu'à l'initiative des participants eux-mêmes le groupe et le programme a évolué.

« Après la semaine d'intégration toute était différent. Ils venaient plus facilement aux réunions et séances de travail. Le contact avec les enseignants était plus simple et surtout ils ont créé par leur propre initiative un groupe Whats'App pour échanger des informations relatives à leur formation mais aussi à la vie sociale du groupe. » (Professionnel)

2.3 Une fidélisation qui passe par une adaptation des postures et offres de services aux jeunes

La fidélisation correspond au moment où les bénéficiaires vont s'intégrer de manière durable dans un dispositif d'insertion sociale et professionnelle. Il apparaît que plusieurs facteurs peuvent expliquer la non fidélisation des jeunes guadeloupéens, mais également que cette phase n'est pas forcément nécessaire ou pertinente au regard de la période de transition dans laquelle s'inscrit le public des 16-29 ans.

La situation des jeunes, facteur explicatif de la fidélisation

Une fidélisation tributaire de la situation personnelle des jeunes...

Comme précisé auparavant, il faut garder en tête que chaque jeune est un individu spécifique, porteur de ses propres freins en fonction de son profil et son parcours. **A cela s'ajoute une spécificité d'un habitus culturel spécifique aux sociétés post-esclavagistes : la culture de la contrepartie.** La théorie décrivant la « culture de la contrepartie » a été développée au cours des années 1970 par des sociologues américains travaillant sur la question de l'aide humanitaire dans des sociétés post-coloniales. Ils ont relevé la difficulté des populations locales d'envisager des échanges sur la base de la gratuité dans la mesure où l'idée de gratuité même était psychologiquement associée à la période coloniale et à l'exploitation des esclaves qui travaillent « gratuitement ». Par voie de conséquence, l'échange non-intéressé et non-matériel était considéré comme culturellement suspect⁶⁴.

En Guadeloupe, ce phénomène est identifié autant par les professionnels que par les jeunes. Pour capter un jeune dans un projet, il faut qu'il soit conscient de ce qu'il peut en retirer. Ce comportement semble se retrouver dans l'ensemble des interactions sociales de certains jeunes. L'une d'entre eux, arrivée de métropole à l'âge de 13 ans, explique : « *Quand je suis arrivée, au collège ou dans la rue, j'étais toujours très souriante et polie. Cela déconcertait beaucoup de personnes, qui se demandaient ce que cachait cette attitude, et ce que j'attendais en retour. Pour moi c'était naturel de me comporter ainsi* ». (jeune)

Ce point est particulièrement prégnant lorsque les jeunes connaissent une nécessité de subvenir à leur besoin, de manière immédiate. La contrepartie devient alors plus importante que le projet en tant que tel :

- « *Les jeunes veulent un salaire, pas forcément un travail. C'est un vrai besoin. Dès qu'il y a quelque chose de rémunéré, on touche les jeunes sans problème.* » (jeune)
- « *Ça dure plusieurs mois, on part une semaine. Il faut venir souvent aux formations. Franchement s'il n'y a pas de rémunération, je ne peux pas le faire* ». (jeune)

La situation économique et familiale est donc un facteur décisif dans la capacité de mobilisation d'un public dans une démarche d'insertion sociale et professionnelle. **La fragilité et la précarité économique va ainsi freiner la possibilité d'un jeune de s'inscrire dans une démarche de long terme.** Il faut ainsi une retombée immédiate et tangible pour que les jeunes acceptent de suivre un projet, comme l'indique ce jeune qui vit seul avec sa mère et est au chômage : « *Ça ne servait à rien de venir. Je ne vais pas rester. Ils ne proposent rien. Ce qu'il me faut c'est une formation et de l'argent. J'en ai besoin pour*

⁶⁴ Cf. DE SARDAN Jean-Pierre Olivier, « Aide humanitaire ou aide au développement ? » in Ethnologie française, vol. 45, 2011/3.

vivre. Je dois donner de l'argent à ma mère. Et puis, ce n'est pas assez concret tout ça. On me parle de développement personnel. Je n'en ai pas besoin » (jeune).

Parmi les populations les plus difficiles à mobiliser pour une inscription durable dans un projet, deux grands profils se distinguent :

- Des femmes ayant connu une ou des grossesses précoces, souvent en situation de monoparentalité, et cohabitant avec leur famille ;
- Des hommes en situation de précarité vivant souvent dans des quartiers sensibles, faiblement diplômés et affichant un discours identitaire ou une appartenance communautaire (ayant pu éventuellement avoir des pratiques déviantes).

Dans ces deux cas, l'urgence des situations ne permet pas de travailler sur le long terme les problématiques d'insertion sociale et professionnelle sans un premier secours qui est souvent financier. Il n'existe malheureusement pas de données objectivées sur les proportions de ces deux grands profils, qui sont évoqués de manière qualitative par les professionnels. Il s'agit en ce sens d'idéaux-types. Toutefois, des données sur la famille et sur la criminalité permettent d'éclairer ces phénomènes.

La proportion de foyers monoparentaux est extrêmement élevée sur l'île. En 2011, 21% des ménages guadeloupéens sont des familles monoparentales, contre 8% en Métropole. Cette proportion de ménages monoparentaux est presque aussi forte en Guadeloupe que celle des ménages composés d'un couple avec un ou plusieurs enfants, eux-mêmes moins nombreux qu'en métropole (23% en Guadeloupe contre 27% en métropole). Les dernières données de l'INSEE témoignent d'un renforcement de ce poids des familles monoparentales dans la démographie guadeloupéenne⁶⁵. De surcroît, les formes de ménage monoparental sont surreprésentées parmi les populations les plus modestes. A cet égard, l'INJEP, de même que l'INED, notent que le phénomène de décohabitation varie selon les départements d'outre-mer concernés. Aux Antilles, les jeunes femmes restent plus longtemps dans le domicile parental, y compris après avoir eu un enfant d'un partenaire avec lequel elles ne vivaient pas ou n'étaient pas en couple. Au contraire, à la Réunion, les femmes décohabitent plus vite pour s'installer en couple, et avoir également un enfant⁶⁶. Ces spécificités se maintiennent dans la durée⁶⁷. Par exemple, l'ensemble des jeunes interrogés pour le projet de la BGE déclaraient vivre chez leurs parents, la proportion de ménages monoparentaux était de 50%.

La criminalité et les violences juvéniles en Guadeloupe sont, en effet, un problème marquant du territoire et constituent un chantier important pour les pouvoirs publics. La comparaison avec des départements métropolitains place la Guadeloupe dans le peloton de tête mais pas sur le podium des départements les plus victimes d'insécurité. En 2016, selon le Ministère de l'intérieur, la Guadeloupe fait, par exemple, partie du top 5 des départements le plus touchés par des actes de violence envers autrui, mais se classe derrière la Seine Saint-Denis et le département de Paris : 1. Guyane (23.46 actes de violences/100hab), 2. Seine Saint-Denis (18.19), 3. Paris (15.72), 4. Guadeloupe (14.79), 5. Martinique (11.90). Pour les cambriolages, la Guadeloupe figure en 4^{ème} position (8%) derrière le département du Rhône, de la Haute-Garonne et l'Isère, mais le taux pour ce type de délinquance reste supérieur à celui établi pour l'ensemble des départements de la France hexagonale (6%)⁶⁸.

⁶⁵ INSEE, « Familles de Guadeloupe, Saint-Martin et Saint-Barthélemy : en pleine mutation » *Insee Dossier Guadeloupe Antilles-Guyane*, n°13, mai 2017.

⁶⁶ TIMOTEO Joaquim, AMSELEM-MAINGUY Yaëlle, *Atlas des jeunes en France. Les 15-30 ans, une génération en marche*, Paris, Atlas Autrement, 2012

⁶⁷ MARIE Claude-Valentin, BRETON Didier, « 'Faire famille' dans les Dom. Ce que nous dit l'enquête Migrations, Famille et Vieillesse », *Informations sociales*, 2014/6, (n° 186), p. 16-26.

⁶⁸ INSEE Analyses, Guadeloupe, Antilles-Guyane, N°18, janvier 2017.

Les statistiques administratives recensent les crimes et les délits enregistrés par la police ou la gendarmerie. Or, la totalité des victimes, notamment lorsqu'elles ne se font pas connaître est plus élevé. Lorsqu'on rajoute aux statistiques officielles les résultats des enquêtes de victimisation qui interrogent directement les habitants sur des faits de délinquance dont ils ont pu être victimes, la Guadeloupe montre une intensité de délinquance accrue notamment au regard de l'hexagone et de la Martinique⁶⁹.

Si des faits de délinquance et de violence touchent davantage les jeunes, le risque de criminalité était par le passé très dépendant de l'environnement de vie des jeunes et donc géographiquement circonscrit. Les quartiers sensibles et territoires défavorisés ainsi que les centres touristiques étaient particulièrement touchés. Or, au cours des dernières années, les frontières sont devenues perméables et les faits de violence et de délinquance se sont généralisés se diffusant aussi dans les campagnes et les territoires ruraux⁷⁰. Or, les programmes de prévention de la criminalité ou de lutte contre la délinquance sont restés fixés sur un modèle de répartition géographique ciblée sur les zones et quartiers sensibles. De ce point de vue, l'enchevêtrement des territoires actuel en matière de délinquance est encore peu pris en compte.

Outre la mutation géographique de la délinquance en Guadeloupe, l'analyse typologique révèle effectivement des spécificités à la délinquance locale et juvénile. Les violences physiques, plus souvent rapportées qu'ailleurs, constituent une particularité de la sociologie criminelle locale⁷¹.

Outre ces constats contextuels, l'enquête de terrain a permis de dresser un portrait plus précis des « jeunes délinquants ». Le CREDOC/Geste a mené des entretiens ad hoc auprès d'une dizaine de jeunes dans le quartier de Carénages à Point-à-Pitre. Ces jeunes – qui confirmaient d'ailleurs leur présence sur place par la pratique d'une activité illicite – étaient interrogés sur l'intérêt qu'ils pouvaient porter aux projets de l'APDOM5. Les réponses relevaient une très grande distance vis-à-vis des dispositifs et témoignaient d'un désintérêt total à l'égard du monde associatif en général. Quant au profil des jeunes interviewés : ils étaient tous âgés entre 16 et 25 ans, masculin, non-diplômés et revendiquaient une appartenance communautaire.

Aussi, **des postures identitaires vis-à-vis des professionnels de l'insertion peuvent expliquer le refus de s'impliquer sur le long terme dans un dispositif**. Des jeunes attendent ainsi de pouvoir s'identifier aux accompagnateurs : *« Je resterais peut-être si les « formateurs » étaient comme moi. Mais ils sont bien propres sur eux. Moi, j'ai des Dreadlocks et je parle Créole. Je fais exprès pour les titiller un peu. Mais bon, on n'est pas pareil eux et moi. Moi je préfère parler à des gens comme moi. »* (Jeune).

Mais également des stratégies déployées par les acteurs de l'insertion sociale et professionnelle

De manière commune à l'ensemble des dispositifs d'insertion sociale et professionnelle ayant une cible définie, **il est nécessaire de déployer de leviers de mobilisation adéquats au public ciblé pour susciter l'engagement et donc l'adhésion**. Pour réussir cette démarche, deux préalables semblent indispensables pour construire un projet :

- Connaître le public cible et ses attentes ;
- Définir en amont de la mise en œuvre du projet une stratégie de mobilisation.

⁶⁹ Interstats Info rapide n° 5 – Mai 2016.

⁷⁰ COMPPER-DURAND, « Les caractéristiques de la délinquance dans les Antilles », in *Séminaire Prévention de la Délinquance dans les Antilles et en Guyane – 27 et 28 mai 2010*.

⁷¹ Ibid.

Il apparaît que ces deux prérequis ne sont que très rarement mis en œuvre dans le cadre des projets à destination des jeunes.

Dans ce sens, un porteur de PIJ pointe que les jeunes qui ne sont pas touchés sont les plus éloignés de l'insertion, et que seuls des dispositifs attractifs peuvent toucher de manière facile et large des publics : *« Les jeunes qui ne viennent pas au PIJ sont ceux qui ne veulent pas partir de l'île [Marie-Galante] et n'ont pas d'espoir. Il y a une forme de résignation. Quand il y a un dispositif utile pour des personnes très éloignées de l'emploi, cela fonctionne. Par exemple, le dispositif Douvan⁷² a été mis en place, pour travailler sur la remobilisation sociale et professionnelle, avec quasiment que des jeunes mères. Je n'ai pas communiqué dessus, mais le bouche à oreille a été très rapide, les 20 places ont été remplies très rapidement. Il y avait un défraiement de 400 ».* (Professionnel)

La situation des jeunes, et la façon dont les porteurs de projets d'insertion sociale et professionnelle en tiennent compte est donc un élément fondamental de la fidélisation. Mais au-delà de ces cas observés, il apparaît une problématique concernant les modalités de fonctionnement de beaucoup de projets et les attentes des jeunes.

Une inadéquation entre modalités de fonctionnement et contraintes personnelles

Plusieurs décalages existent entre ce que les jeunes attendent d'un projet d'insertion sociale et professionnelle, et ce qu'ils disent y trouver la plupart du temps. Mais ces écarts ne sont pas perçus que par les jeunes, les professionnels de l'insertion en sont aussi largement conscients. En premier lieu, il **existe une inadéquation entre la temporalité proposée par les projets, et celle attendue par les jeunes**. De nombreux projets cherchent ainsi à s'inscrire dans une démarche de long terme, avec plusieurs étapes et une nécessité de présence régulière (et donc d'engagement) de la part des jeunes. Pour exemple, la BGE envisageait initialement son rallye de la création d'activité et d'emploi sur 6 mois, réduit à 3 mois face aux difficultés de mobilisation des jeunes de même que les actions mises en place ont été condensées (actions individuelles avant temps collectifs) afin de fidéliser les publics mobilisés. A l'inverse, comme précisé auparavant, souvent en raison des situations connues par les jeunes, ces derniers attendent des résultats rapides qui répondent à un besoin immédiat :

- *« J'ai quitté en première année de médecine. Je veux me former pour faire d'autre chose. C'est bien. Mais en même temps j'ai besoin de gagner de l'argent. Donc, moins la formation dure mieux c'est. Là en tout cas, la formation est trop longue ».* (jeune)
- *« Ils proposent un stage d'une semaine. Mais, je ne peux pas partir une semaine. Je dois m'occuper de mon petit frère ».* (jeune)
- *« Le conseiller a essayé de me dissuader de faire une reconversion à 18 ans (du bac SPVL à développeur web). Ça n'a jamais été comme ça au PIJ. Le PIJ est une petite structure, pas comme Pôle emploi. A Pôle emploi, les personnes ne s'intéressent pas au besoin immédiat des gens. Au PIJ, on reçoit des informations sur les formations toutes les semaines, et on peut choisir ce qui nous intéresse ».* (jeune)

⁷² Dispositif, initié dans le cadre de l'Initiative pour l'Emploi des Jeunes, financée par le FSE et la Région, dont l'objectif est de favoriser l'inclusion des jeunes NEET (Not in Education, Employment or Training) de 16 à 25 ans dans le cadre d'un accompagnement de 4 mois (estime de soi, construction du projet professionnel, augmenter son employabilité...)

- *C'est bien ce qu'ils proposent mais c'est trop long. Comment voulez-vous que je fasse ? Ça dure des mois ». (jeune)*

Cet écart pose une difficulté lorsque les projets visent une intégration sur le moyen ou long terme des jeunes pour obtenir des résultats. Les professionnels pointent ainsi une difficulté récurrente à faire comprendre aux jeunes que la participation à un projet n'est souvent qu'une étape, et non une solution miracle pour répondre à un besoin immédiat.

La BGE a tenu compte de cette difficulté et a adapté le format de son projet. Initialement conçu comme un parcours à plusieurs étages sur une temporalité long, les défections lors de la première promotion ont incité les responsables à revoir l'organisation du dispositif en validant la possibilité d'entrer et de sortir plus facilement du programme. Aussi, l'appui psychologique, pas pensé initialement mais demandé par le jury du FEJ s'est avéré très utile pour les jeunes car l'accompagnement psychologique permet souvent de faire comprendre aux jeunes la nécessité d'un temps « inhabituellement » long avant d'obtenir un résultat. Les professionnels de la BGE notent que les informations sur la durée et la temporalité sont mieux perçues lorsqu'elles ne viennent ni des professionnels, ni des porteurs.

Dans le même sens, beaucoup d'offres institutionnelles sont jugées trop « rigides » par les jeunes, avec un manque de personnalisation (cf. ci-avant) et de souplesse, ce qui limite l'engagement des jeunes. Cela se dégage autant dans la posture des professionnels, que dans l'offre de service en tant que telle. Le regard porté sur la situation des jeunes n'est ainsi pas toujours bienveillant, ce qui est regretté et est pointé comme une des raisons du déficit d'engagement de long terme dans des projets, en particulier dans le cadre de dispositifs institutionnels : *« Des jeunes refusent catégoriquement d'aller à la Mission locale car ils se sentent jugés là-bas. C'est pareil pour les services d'éducation à la sexualité : un jugement est émis par les professionnels. La notion de respect n'est pas évidente, des postures de professionnels sont inadaptées. C'est la même chose à Pôle emploi, les modalités d'accueil ne conviennent pas aux jeunes. Des usagers demandent à MAGASP de les accompagner à certains rendez-vous ». (Professionnel)*

Des jeunes indiquent ainsi que des acteurs comme la Mission locale ou Pôle emploi s'appuient systématiquement sur les mêmes grilles de questionnement, sans adaptation aux situations particulières : *« Pôle emploi pose toujours les mêmes questions à tout le monde, et elles sont un peu intrusives » (jeune)*. Ce manque d'individualisation bloque ainsi l'adhésion des jeunes, mais aussi leur fidélisation.

Face à ce phénomène, des acteurs associatifs ont cherché à construire une approche différente, s'appuyant notamment sur l'anonymat et la discrétion : *« Il est plus facile de se livrer quand c'est anonyme et décontracté. Il est important de travailler la posture. Les cadres imposés ferment des possibilités pour les jeunes. Il n'est pas possible d'approfondir des sujets, la communication est compliquée. C'est une petite île, donc tout se sait rapidement » (jeune)*.

Le projet « Mon île oui ailleurs #je m'engage » puise ses modalités de mise en œuvre dans plusieurs enseignements d'expérimentations antérieures, qui s'inscrivent dans les bonnes pratiques citées précédemment :

- Limiter le décalage entre la vision des porteurs de projets adultes et la réalité de l'engagement des jeunes (tenir compte de la situation initiale du jeune) ;
- S'appuyer sur le rôle de l'adulte « passeur » ou « médiateur » auprès des jeunes ;
- Promouvoir l'approche « jeunes en direct avec d'autres jeunes » avec la réalisation de petits portraits vidéo mis en ligne sur le site, pour donner la parole aux jeunes.

C'est une autre manière de faire participer les jeunes, de communiquer, et de donner une image de « proximité » au site internet.

A ce sujet, Patricia Loncle⁷³ propose une mise entre parenthèse de l'idée selon laquelle seule une institution inspirant la confiance suscite de l'adhésion. Ainsi, elle suggère de remplacer ce paradigme « classique » par une approche plus moderne tenant compte du caractère « protestataire » des processus d'adhésion. Dans la mesure où la confiance « aveugle » dans les organismes porteurs est devenue aujourd'hui difficile, le lien entre bénéficiaires et structures porteuses pourrait davantage se créer au travers une valorisation de l'offre d'accompagnement. Cette dernière présentée comme un processus d'échanges successifs et horizontaux pourrait ainsi susciter l'intérêt des jeunes et stimuler leur adhésion⁷⁴.

Cependant, l'application d'une démarche fondée sur la discrétion ou l'anonymat pose des problèmes d'ordre administratif aux porteurs dans la mesure qu'elle complique le suivi statistique des projets. Par exemple, dans le cadre du projet MAG'ASP l'anonymat est mis en œuvre en accord avec la charte des LAEP et des PIJ. Cela questionne pourtant les conditions pour renseigner l'annexe « public » du FEJ et complique la rédaction des bilans de synthèse transmis à la DJSCS et au Ministère. *Arrimage* s'est également retrouvé confronté à cette difficulté lors des réunions collectives d'information. Les questionnaires distribués aux participants afin de mieux connaître le public ciblé n'ont été renseignés de manière partielle et lacunaire et manquaient les informations permettant une identification de la personne (Nom, adresse, mail).

Une phase de mise en confiance pour une intégration sur le long terme semblant nécessaire : « *Quand ils vont à la Mission locale, les jeunes doivent se dévoiler, ce qui n'est pas évident. A MAGASP, on récupère l'ensemble de ces informations mais sur le long terme, après plusieurs rencontres pour construire une relation de confiance. Pour favoriser l'adhésion, il faut une posture bienveillante, et ne pas aller trop vite sur les questions personnelles* » (professionnel). Dans ce sens, les jeunes sont en attente de pouvoir parler, de trouver des interlocuteurs qu'ils jugent fiables et pertinents, mais il n'est pas facile d'identifier ces personnes : « *Je viens plus au PIJ qu'à la Mission Locale. Je peux parler beaucoup plus avec XXX, elle est jeune et comprend ce que je vis. L'intérêt du PIJ, c'est que ce sont des jeunes qui conseillent des jeunes. Ils sont plus dans la confiance que la Mission locale. On peut raconter des choses, on est plus libre de parler* » (jeune). Ainsi, l'échange avec des personnes pas trop éloignées de leur génération est facilitant pour une fidélisation dans un dispositif.

Au final, il apparaît que les jeunes, pour intégrer un projet, attendent qu'il s'adapte réellement à leurs besoins, que ce soit en termes de contenu ou de postures des professionnels. Cependant, si la volonté de participation est bien identifiée, il ne semble pas y avoir d'appétence pour une réelle co-construction.

Des jeunes ciblés en attente de participation (possibilité de choix) plus que de co-construction des réponses

Les jeunes attendent donc que les dispositifs d'insertion sociale et professionnelle s'inscrivent plus dans une démarche participative, où leur situation personnelle

⁷³ Cf. Patricia Loncle, Pourquoi faire participer les jeunes ? Expériences locales en Europe, INJEP/L'Harmattan, Paris, 2008, p. 36 sq.

⁷⁴ Cf. Nadia Okbani, Le non-recours au RSA activité : Etude exploratoire en Gironde, CAF – Dossier d'étude, juin 2013.

serait plus prise en compte par les professionnels. On peut voir, dans les adaptations mises en œuvre par les porteurs de projet, une certaine co-production in fine des objectifs, bornes et modes de fonctionnement, puisqu'ont été pris en considération les attentes et contraintes du public cible. A ce titre, par exemple la BGE a condensé le temps de l'accompagnement proposé et réorganiser l'articulation individuel/collectif.

Pour comprendre le phénomène de fidélisation, il faut le remettre en perspective avec les attentes des jeunes, et les objectifs des dispositifs d'insertion sociale et professionnelle. Ainsi, **beaucoup se positionnent dans une approche utilitariste : ils ont un besoin et cherchent à y répondre au plus vite, et ne sont pas en attente d'engagement dans un projet. Cette approche n'est pas du tout gênante selon des professionnels :** *Certains jeunes viennent une fois, ont leur répond, et on ne les revoit jamais, ce qui n'est pas du tout problématique. D'autres jeunes viennent depuis tellement longtemps qu'ils continuent, sans forcément avoir de gros besoins »* (professionnel).

Globalement, il apparaît que pour une grande partie des jeunes, **l'idéal serait de pouvoir intégrer des projets où ils seraient libres d'organiser eux-mêmes leur parcours :** sélection à la carte des contenus, des partenaires à mobiliser pour les accompagner, choix de l'emploi du temps et donc liberté en termes d'engagement. Ces modalités de participation n'impliquent toutefois pas qu'ils s'engagent dans une construction des éléments du parcours : *« Je veux bien participer mais je ne vais pas faire le boulot à leur place. ... Pour moi participer veut dire que je puisse poser mes questions, exposer mes problèmes et qu'on trouve ensemble des solutions. Des espèces d'études de cas. Ils me prennent comme exemple et on m'aide à ouvrir mon entreprise »* (jeune). On revient au principe énoncé plus haut : pour qu'un jeune s'engage réellement dans un projet sur le long terme, il est nécessaire qu'il y trouve une contrepartie jugée à la hauteur de l'investissement.

On retrouve ici l'idée de la contrepartie, largement mise en avant par les acteurs locaux. Très individualisée dans le cas évoqué, elle peut prendre aussi une dimension collective. Le Conseil départemental relate un exemple où la contrepartie a été la « valorisation de l'action des jeunes », donc en quelque sorte le projet lui-même. En 2014, le Conseil départemental souhait d'associer des jeunes de quartiers prioritaires à une manifestation culturelle autour du conte en Guadeloupe. Une trentaine de jeunes ont été informé de manière individuelle du projet (rencontre avec artiste, idée de construire une œuvre collective...), la première rencontre collective a permis de sensibiliser sur le sujet des contes et la deuxième de savoir qui était prêt à y consacrer du temps. In fine, 8 jeunes, de quartiers très différents ont participé au projet. Pour la présentation des réalisations artistiques le CD a mis à disposition un espace et a organisé un « vernissage ». Cette présentation des lauréats n'était pas prévue d'emblée et le fait que le Département les remercie de la sorte a été interprété comme une récompense de leur investissement personnel tout au long du projet.

« La contrepartie ce n'est pas financier pour moi. C'est que l'on donne aux jeunes dans le cadre du projet la possibilité de s'exprimer, la possibilité de nous remercier. Si nous valorisons ce geste, nous valorisons leur participation. » (Professionnel)

En outre, la manière dont on nomme « les jeunes » participant à un projet est fondamentale pour leur donner une place « au sein du projet ». Selon la littérature⁷⁵, la définition conjointe

⁷⁵ Cf. Céline Rothé, « Jeunes en errance » - Les effets pervers d'une prise en charge adaptée, Paris, Presses de la FNSP, 2010, n°54, p. 87-99.

Cf. Patricia Loncle, Pourquoi faire participer les jeunes ? Expériences locales en Europe, INJEP/L'Harmattan, Paris, 2008, p. 36 sq.

des bornes du projet, des process de fonctionnement et des lieux d'exercice permettrait d'établir un langage commun et de signifier clairement aux jeunes qu'ils sont considérés comme contributeurs (en participant au façonnement du projet) et non seulement comme simples bénéficiaires d'une offre de service. **Dans le cas où certains projets ont essayé de mettre en place des démarches de co-construction, il s'avère que ce sont plutôt des publics « hors cible » qui se sont mobilisés.** Ainsi, alors que des projets de ce type vont plutôt s'orienter vers les jeunes les plus éloignés de l'emploi et de la formation, des personnes qualifiées ont plus souhaité participer et s'engager que la cible initiale des projets.

Des actions ont donc pu être engagées pour répondre à cette problématique de fidélisation des jeunes. Cet enjeu doit toutefois bien être perçu comme n'étant pas forcément central, la dimension utilitariste des jeunes vis-à-vis de dispositifs d'insertion sociale et professionnelle pouvant être perçue comme positivement.

PARTIE III – SYNTHÈSE DES RESULTATS ET PERSPECTIVES DES APDOM

3.1 Tableau synthétique : réponses aux hypothèses

Temps de mobilisation	Hypothèses	Eléments de réponses
Captation	La difficulté de captation des jeunes résulte d'un défaut de pertinence dans le ciblage du public bénéficiaire	Le ciblage n'est pas jugé comme un préalable pour les projets, car cela enferme souvent pour toucher du public. Pour les acteurs de terrain, la motivation est souvent première
	La difficulté de captation des jeunes provient d'un manque de visibilité des projets	La visibilité des projets est un enjeu majeur de captation : elle doit passer par les outils habituellement mobilisés par les jeunes pour s'informer, ce qui n'est que rarement mis en œuvre
	Le défaut de captation des jeunes provient d'une difficulté à identifier ou mobiliser les partenaires prescripteurs	La construction de partenariats entre acteurs de l'insertion est très compliquée, une concurrence larvée parfois relatée limitant la possibilité de construire des parcours coordonnés et donc de capter des jeunes
Adhésion	Le manque d'adhésion résulte principalement de difficultés communicationnelles (difficulté à trouver un langage commun, barrière linguistique)	Si l'hypothèse d'une barrière linguistique est battue en brèche comme facteur explicatif de la non adhésion, l'utilisation d'un jargon institutionnel constitue en revanche un frein à l'adhésion
	Le défaut d'adhésion provient du fait que les leviers de mobilisation efficaces pour susciter l'engagement des jeunes ne sont pas bien identifiés ou déployés	Il existe une difficulté à identifier les leviers de mobilisation des jeunes, ou a minima une impossibilité liée aux moyens déployés
	La faible adhésion des jeunes est due à une inadéquation entre l'offre destinée aux jeunes et leurs besoins réels	Si une offre conséquente existe sur le territoire guadeloupéen, certains manques sont clairement identifiés par les jeunes et les professionnels, avec des besoins non ou mal couverts
	Le manque d'adhésion s'explique par le déni des jeunes à reconnaître leurs besoins	Il n'est pas apparu au cours des investigations que les jeunes ne soient pas conscients de leurs besoins
	Le défaut d'adhésion résulte du rejet institutionnel plus général et particulièrement prégnant au sein de la jeunesse guadeloupéenne	Le rejet institutionnel n'est pas avéré chez les jeunes interrogés, bien que ce phénomène puisse exister par ailleurs dans la jeunesse

		guadeloupéenne
	Le défaut d'adhésion (ou de fidélisation) des jeunes résulte d'un manque de « qualité » de l'offre	C'est finalement le manque de qualité de l'offre, et surtout de la posture des professionnels vis-à-vis des jeunes, qui peut créer un rejet d'acteurs institutionnel, et la non-participation à des dispositifs
Fidélisation	Le manque de fidélisation est en partie dû aux difficultés rencontrées par les jeunes, en lien avec leur profil et situation	Il existe un décalage entre ce que proposent des projets, et les besoins immédiats des jeunes qui cherchent des solutions concrètes et rapides (lié à des situations de grande précarité, de grossesses précoces...)
	Le défaut d'adhésion pérenne est le résultat d'une inadéquation entre les modes de fonctionnement des dispositifs et les attentes des jeunes en matière de participation (manque de souplesse, cadres trop formels, faible valorisation des expériences participatives...)	Il existe clairement une inadéquation entre le fonctionnement de la plupart des dispositifs d'insertion (surtout institutionnels) et les attentes des jeunes. La posture des professionnels (bienveillance, individualisation) est fondamentale, tout comme l'adaptation des réponses aux besoins concrets des jeunes.

3.2 Synthèse des bonnes pratiques observées

L'analyse séquencée des modalités de captation, d'adhésion et de fidélisation des jeunes guadeloupéens aux trois projets conduits dans le cadre de l'APDOM5 a permis de mettre en évidence un certain nombre de bonnes pratiques dans la mobilisation des jeunes. Ces pratiques valorisent une démarche « inclusive » tournée vers le jeune.

La confrontation des « bonnes pratiques » recensées à la discussion et au jugement des porteurs, des professionnels, des acteurs institutionnels mais aussi des jeunes a permis de prioriser certaines pratiques qui sont identifiées par un astérisque (*) dans la suite du texte.

La captation

<p>Repenser le ciblage des dispositifs d'insertion socio-professionnelle</p>	<p>1. Privilégier un ciblage large, valoriser la « motivation » comme éléments dans le ciblage</p>
<p>Communiquer autrement pour augmenter la visibilité des projets</p>	<p>* 2. Cibler et multiplier les « bons canaux » d'information auprès des jeunes. La piste de Whats'App semble prometteuse, cette modalité étant jugée la plus efficace aujourd'hui, contrairement à Facebook qui semble largement délaissé par les jeunes guadeloupéens.</p> <p>* 3. Privilégier une communication visuelle, informelle et non policée, horizontale, de pair à pair, via des échanges instantanés. Les témoignages d'anciens participants ou d'autres jeunes sont un deuxième canal d'information à actionner davantage. Ce serait, en effet, la parole d'autres jeunes qui est le mieux à même à susciter un sentiment de « mise en confiance ».</p> <p>* 4. Développer le contact avec les parents</p> <p>5. Organiser et participer à des événements facilitant la rencontre des jeunes dans leur environnement (déplacement des professionnels dans les collèges, lycées, organismes de formation, activités de loisirs/festives... pour présenter les actions).</p> <p>6. S'interroger sur les moments de vie du jeune favorable à ce que l'information soit entendue (passage en 6^{ème}, fin de 3^{ème}, fin de terminale, naissance d'un enfant...). Et favoriser le processus d'identification des jeunes aux projets, en les considérant dans leur individualité et en valorisant leurs compétences.</p>
<p>Mobiliser les partenaires et construire des parcours</p>	<p>7. Collaborer avec des structures partenaires pour mieux cibler et calibrer les communications</p>

L'adhésion

<p>Favoriser la compréhension entre jeunes et professionnels</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. S'adapter au mieux aux langages des jeunes, que ce soit en termes de langue ou de niveau de langage (infographie, accroche en créole, photos, vidéos) 2. Outiller les professionnels pour adopter une attitude bienveillante et ouverte, afin d'éviter de développer un sentiment de jugement ou de mépris 3. Adopter un discours adapté à la personne accueillie, faire preuve d'écoute active
<p>Proposer une offre de qualité en réponse aux besoins identifiés des jeunes</p>	<p>*</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Considérer les jeunes dans leur individualité au moment où il s'agit d'acter de leur adhésion. Il s'agira de privilégier un mode de rencontre individuel (entretien individuel de présentation, contact individuel lors des réunions collectives) 5. Proposer des projets adaptables aux besoins des jeunes pour négocier individuellement leur adhésion 6. Proposer des actions qui ne nécessitent pas forcément l'inscription dans un parcours d'insertion
<p>Lever les freins à la mobilité qui limitent l'accès au public cible</p>	<p>*</p> <ol style="list-style-type: none"> 7. Proposer des actions accessibles, ou mettre en place les moyens de transports nécessaires 8. Prendre en compte les barrières psychologiques à la mobilité, par exemple en mettant en place un accompagnement psychologique

La fidélisation

<p>La fidélisation est tributaire de la situation personnelle des jeunes</p>	<p>*</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Définir le public cible et ses attentes et préciser une stratégie de mobilisation qui prenne en considération ses spécificités 2. Afficher/formaliser une contrepartie ressentie comme telle par les jeunes (qui peut être financière ou symbolique mais récompensera les efforts fournis)
<p>Permettre une adéquation entre fonctionnement du projet et contraintes personnelles des jeunes</p>	<p>*</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Assurer un anonymat des jeunes, ou en tout cas une discrétion forte. Ce point est d'autant plus important dans des territoires de petite taille, où « tout le monde se connaît » 4. Institutionnaliser une phase de mise en confiance en début de projet, notamment en n'interrogeant pas directement les jeunes sur des sujets délicats ou très personnels. Cette phase de mise en confiance pourrait être formalisée sous forme de « journée ou semaine d'intégration » contribuant à la cohésion du groupe. 5. Proposer des démarches courtes et adaptables, qui peuvent se fondre avec les obligations (réelles ou ressenties) des jeunes, et faiblement engageantes sur le long terme. Il peut aussi s'agir de considérer l'approche « utilitariste » non comme un abandon de projet mais comme une réponse à un besoin ponctuel.
<p>Permettre la participation des jeunes ciblés dans le projet</p>	<p>*</p> <ol style="list-style-type: none"> 6. Promouvoir l'implication du jeune, sans forcément exiger une co-construction, afin de favoriser l'appropriation du projet.

Quelques préconisations opérationnelles et pistes de réflexion au niveau des projets de l'APDOM5

Les bonnes pratiques listées ci-dessus émanent des entretiens et des échanges avec les jeunes mais aussi de l'observation et l'analyse des adaptations déjà mises en place par les porteurs de projets. Certains projets n'ont pas attendu la fin de la mission mais ont déjà procédé à des modifications des process entre la 2^e et 3^e phase de terrain, voire les proposer dès leur création. Dans un souci de contribuer à cette envie d'améliorer le fonctionnement et l'opérationnalité des dispositifs nous avons décidé de décliner quelques-unes des bonnes pratiques pour chacun des projets.

Projet n°3 - Mon île ou ailleurs #je m'engage

Temps de mobilisation	Difficulté diagnostiquée	Préconisations opérationnelles
Captation	La difficulté de captation des jeunes résulte d'un défaut de pertinence dans le ciblage du public bénéficiaire.	Pas de bonne pratique possible : Le ciblage initial est imposé par la commande publique. Les porteurs se conforment aux exigences formulées dans l'APDOM. Une diversification des critères définissant le public cible serait souhaitable.
	La difficulté de captation des jeunes provient d'un manque de visibilité du site internet. La cible initiale (jeunes fragiles) est peu attirée par un site d'apparence institutionnelle/associative.	Utiliser une combinaison d'outils et de canaux habituellement mobilisés par les publics fragiles (Whats'App, Snapchat). Démultiplier les rencontres physiques → aller chercher les jeunes là où ils sont (concerts, festivals, évènements sportifs, quartiers sensibles etc.)
	Le défaut de captation des jeunes provient de la dépendance de partenaires externes pour l'organisation des réunions d'information physiques	Formaliser et diversifier les partenariats afin d'éviter les annulations de dernière minute
Adhésion	Le défaut d'adhésion (ou de fidélisation) des jeunes résulte de « la nature » du projet qui ne vise pas la pérennisation des liens avec les jeunes. Le site internet est conçu comme portail d'information qui ne cherche pas la fidélisation des usagers mais la diffusions d'informations au plus grand nombre de jeunes.	Informé sur une base régulière du renouvellement de l'information (affichage du rythme et de la fréquence des nouvelles informations). Basculer sur des médias plus dynamiques permettant un meilleur « affichage » des changements : Facebook ou Twitter offrent une meilleure visibilité du fil d'information qu'un site statique. Récupération des adresses mail et des numéros de téléphone lors des réunions physiques pour l'envoi de newsletters ou l'instauration d'un newsfeed. Distribution d'affiches

		d'information (événements, concerts) mentionnant un QR-Code permettant d'accéder directement au site via un smartphone. S'assurer la compatibilité Smartphone du site.
Fidélisation	Le manque de fidélisation est en partie dû aux difficultés rencontrées par les jeunes, en lien avec leur profil et situation. Il existe un décalage entre l'offre proposée sur le site d'Arrimage et les besoins des jeunes relevant souvent de l'ordre de première nécessité (emploi, stages et formations rémunérés).	Valoriser davantage les bénéfices « non-financiers » des offres et informations figurant sur le site. Privilégier pour cela de valoriser davantage des supports visuels (vidéos, photos) ou des témoignages d'autres jeunes relatant leur expérience « positive » personnelle
	Le défaut d'adhésion pérenne est le résultat d'une inadéquation entre les modes de fonctionnement des dispositifs et les attentes des jeunes en matière de participation (manque de souplesse, cadres trop formels, faible valorisation des expériences participatives...)	Inciter les jeunes non seulement à s'exprimer mais aussi de participer activement à la conception du site et son fonctionnement. Recruter des jeunes collaborateurs effectuant leur service civique, un emploi jeune ou un CDD au sein de la structure.

Notons qu'Arrimage a prévu d'élaborer, en parallèle, un guide des bonnes pratiques. Au stade de la 3^e phase de terrain ce document était encore en gestation et les grands axes n'ont pas encore été arrêtés.

Projet n°6 – Le rallye de la création d’activités et de l’emploi (BGE)

Temps de mobilisation	Difficulté diagnostiquée	Préconisations opérationnelles
<p align="center">Captation</p>	<p>La difficulté de captation des jeunes résulte d’un défaut de pertinence dans le ciblage du public bénéficiaire</p>	<p>Pas de bonne pratique possible : Le ciblage initial est imposé par la commande publique. Les porteurs se conforment aux exigences formulées dans l’APDOM. Une diversification des critères définissant le public cible serait souhaitable.</p>
	<p>La difficulté de captation des jeunes provient d’un manque de visibilité du programme de la BGE – Difficulté à diffuser et à communiquer l’information et à faire connaître le dispositif</p>	<p>Nouveaux relais d’information : 1) meilleure utilisation des réseaux sociaux pour la communication ; 2) recruter des jeunes collaborateurs (anciens participants en service civique) pour relayer l’information dans les quartiers ; 3) renforcer le contact avec les familles et les proches ; 4) renforcer l’équipe par une personne (psychologue, travailleur social) maîtrisant le langage des jeunes (cet interlocuteur créera du lien entre jeunes et l’institution)</p> <p>Travailler formes et contenus des communications : 1) adaptation des supports existants (transformation des flyers en visuels) aux médias numériques ; 2) Utiliser un langage accessible au public cible (accroches en Créole, phrases courtes et concises)</p>
	<p>Le défaut de captation des jeunes provient d’une difficulté à mobiliser les partenaires</p>	<p>Réduire la dépendance de certains partenaires (notamment de la Mission locale qui doit fournir le listing de jeunes éligibles) en diversifiant la procédure de recrutement ; Nouer de nouveaux partenariats stratégiques (entreprises, artisans) afin de proposer aux participants à la formation soit un recrutement au sein de ces entreprises partenaires, soit une compensation financière du temps</p>
<p align="center">Adhésion</p>	<p>La faible adhésion est due à une inadéquation entre l’offre destinée aux jeunes et leurs besoins réels : (1)</p>	<p>Mobilisation de nouveaux partenariats pour pouvoir offrir des compensations financières aux</p>

	attente de contrepartie financière (2) temps de formation plus court	participants ; Séquencer le temps de formation : modules plus courts avec la possibilité d'entrée et de sortie en cours de parcours ; Valorisation des temps forts de la formation (semaine d'intégration)
Fidélisation	Le manque de fidélisation est en partie dû aux difficultés rencontrées par les jeunes, en lien avec leur profil et situation	Mettre en place un système de covoiturage (aborder ce point par exemple lors de la semaine d'intégration) afin de palier aux difficultés de mobilisation ; Valorisation de la semaine d'intégration (communication sur l'expérience des anciens – témoignages donnant envie) comme temps propice à la création d'un « esprit de groupe » ; Donner un « nom » aux « promotions » afin de renforcer l'esprit d'appartenance au groupe.
	Le défaut d'adhésion pérenne est le résultat d'une inadéquation entre les modes de fonctionnement des dispositifs et les attentes des jeunes en matière de participation (manque de souplesse, cadres trop formels, faible valorisation des expériences participatives...)	Inciter les jeunes non seulement à s'exprimer mais aussi de participer activement à la conception du programme : (1) associer les jeunes à la gestion du programme (valoriser par exemple des initiatives ad'hoc comme la création spontanée d'un groupe Whats'App), (2) inciter les jeunes à participer à l'élaboration des contenus (par exemple les laisser choisir les éléments d'enseignement dont ils ont le plus besoin)

Projet n°13 – Jenn mété zot doubout pou on divini méyé (MAGASP)

Temps de mobilisation	Difficultés diagnostiquées	Eléments de réponses
Captation	La difficulté de captation des jeunes provient d'un manque de visibilité des projets de l'association, d'autant plus fort dans les autres communes de Marie Galante.	Développer l'information par les pairs : 1) en réalisant des vidéos témoignages des jeunes utilisateurs du PIJ ou du LAEP ; 2) en utilisant Facebook et Whats'app comme médias de communication Promouvoir les activités récréatives ou de loisirs (au-delà de brocante annuelle) pour renforcer la visibilité de l'association, en faisant du PIJ une « maison des jeunes » Développer le partenariat avec le lycée pour informer de l'existence du

		<p>PIJ à l'image du travail conduit avec les classes SPVL</p> <p>Proposer l'inscription d'une information sur le PIJ sur les panneaux d'information du lycée et sur l'environnement de travail numérique des élèves (ENT).</p> <p>Maintenir l'approche proposée par l'association, d'une prise en charge globale des familles, qui renforce les passerelles dans la mobilisation de ses actions, notamment par le biais des parents</p>
	<p>Le défaut de captation des jeunes provient d'une difficulté à identifier ou mobiliser les partenaires du territoire, en particulier les communes et les établissements scolaires</p>	<p>Poursuivre les relations avec les acteurs ressources et les structures déjà partenaires – AGSAF, établissements scolaires, PMI - qui s'avèrent être des relais forts pour faire venir les jeunes, notamment les jeunes mères.</p> <p>Développer le partenariat avec tous les collèges de l'île pour proposer des interventions en 3^{ème}.</p> <p>Mettre en place la Fête des familles, projet reporté à plusieurs reprises, pour améliorer la connaissance par les acteurs du territoire des actions de MAG'ASP</p>
Adhésion	<p>L'association ne rencontre pas de difficulté à faire adhérer les jeunes aux dispositifs d'information jeunesse ou d'aide éducative, en revanche l'adhésion des jeunes parents aux dispositifs de soutien à la parentalité apparaît plus complexe</p>	<p>Conforter la posture des équipes, identifiée comme une valeur ajoutée de l'association (proximité, bienveillance) en s'assurant de la montée en compétence sur ce sujet des nouveaux professionnels.</p>
Fidélisation	<p>Le manque de fidélisation est en parti dû aux difficultés rencontrées par les jeunes, en lien avec leur profil et situation, au regard des problématiques fortes des jeunes marie-galantais</p>	<p>Développer la connaissance des acteurs en capacité de répondre aux besoins de formation, mobilité, insertion des jeunes marie-galantais, pour rendre possible les projets personnels et professionnels des jeunes accompagnés.</p>
	<p>Le positionnement de l'association vis-à-vis des jeunes bénéficiaires est celui de la libre mobilisation en fonction des besoins de ces derniers et de l'anonymat (charte PIJ et LAEP). Cette approche qui rend facilitante l'adhésion des jeunes peut questionner leur</p>	<p>Partager la cartographie des procédures, présentée dans le bilan APDOM, jusqu'alors mises en oeuvre intuitivement par les équipes afin de d'adapter les réponses proposées et favoriser la fidélisation des jeunes.</p>

	fidélisation quant à une prise en charge plus large ou globale.	Structurer les modalités de suivi et bilan afin de rendre compte du public bénéficiaire des projets portés par l'association régis par l'anonymat.
--	---	---

3.3 Perspectives des APDOM en Guadeloupe - préconisations

L'appel à projet Outre-Mer « essaimage DOM » dans sa cinquième mouture se veut innovant par rapport aux précédents, de par son caractère déconcentré. Les services locaux de l'Etat ont ainsi été impliqués dans le montage de l'appel à projet, et dans la sélection des lauréats. De manière globale, cette pratique est jugée vertueuse, tant par les acteurs institutionnels que par les acteurs associatifs du territoire. Plusieurs acteurs institutionnels ont ainsi été intégrés dans le processus de construction et de sélection des lauréats d'APDOM5 (DJSCS, DIECCTE, Education Nationale, CRIJ, DPJJ...). Si cette approche est clairement positive, se pose la question d'une intégration d'un panel plus large d'acteurs dans la définition des attentes et/ou la sélection des projets. En effet, certains acteurs centraux des politiques « jeunesse » n'ont pas été impliqués directement, à l'instar du Conseil Régional ou du réseau des Missions Locales. Toutefois, il faut noter que les problématiques ciblées dans le cadre de l'appel à projet apparaissent pertinentes par rapport aux besoins et attentes des jeunes. Cette procédure semble donc être à conserver pour de futurs appels à projets.

Au-delà de la construction de l'appel à projet et des thématiques ciblées, d'autres axes ont pu être plus problématiques pour répondre aux attentes du territoire. En premier lieu, la dimension innovante « fidèle aux principes de l'innovation sociale » des projets éligibles n'apparaît pas forcément pertinente dans le contexte guadeloupéen. En effet, il apparaît qu'un certain nombre d'offres de service dites de droit commun ne sont pas assurées de manière optimale sur le territoire (cf. ci-avant sur l'inadéquation entre les besoins repérés des jeunes et les dispositifs sur le territoire). De nombreuses associations ont des difficultés à financer leur offre de services traditionnelle, et cherchent déjà des soutiens sur ce volet-là, avant de s'inscrire dans des démarches innovantes. De ce fait, il est apparu que les financements octroyés par le FEJ ont souvent servi à assurer le fonctionnement des lauréats et à leur permettre de continuer leur activité, plus qu'au développement de nouveaux projets. Cette souplesse dans l'utilisation a permis de mieux s'adapter aux besoins et attentes immédiats des jeunes, mais cela interroge le positionnement de l'appel à projet.

Dans le même sens, l'appel à projet était explicitement centré sur l'essaimage de projets. Il est apparu qu'aucun des lauréats n'a en soit essaimé son projet. Cela interroge donc sur la pertinence d'inciter à ces démarches sur le territoire guadeloupéen, alors que les associations cherchent d'abord à stabiliser leur action sur leur zone traditionnelle d'intervention.

En second lieu, il faut noter que le nombre de candidatures à l'appel à projet a été relativement bas (10 dossiers déposés), encore plus si on s'intéresse uniquement aux dossiers complets potentiellement éligibles. Ce faible total indique que :

- Les critères imposés dans l'appel à projet s'avèrent complexes à remplir pour de nombreuses associations locales, dont les actions pourraient pourtant rentrer dans le champ ciblé ;
- Il est nécessaire d'avoir une expérience et les compétences demandées pour remplir les dossiers ;
- Le niveau de professionnalisation attendu pour cela exclu de fait les structures les plus petites.

Pourtant, le vivier d'associations agissant de manière pertinente auprès des jeunes semble important en Guadeloupe. La forme de l'appel à projet est donc d'une certaine façon excluante, et limite la possibilité de réaliser un fort effet de levier pour des petites structures.

Pour un prochain APDOM, il semblerait donc pertinent de s'interroger sur :

- Les acteurs impliqués dans la construction de l'appel à projet ;
- Le ciblage des actions attendues chez les lauréats (innovation et essaimage) ;
- Le ciblage des publics visés par les actions soutenues ;
- Les modalités permettant de toucher une assiette plus large de projet, en limitant l'exclusion de structures de petite taille.

La problématique étudiée spécifiquement dans le cadre de cette évaluation, a permis d'étayer les facteurs de captation, d'adhésion et de fidélisation des jeunes guadeloupéens aux dispositifs qui leur sont destinés. Les enseignements pourraient de ce fait nourrir un futur appel à projet, soit en présentant dans le dossier de candidature certaines modalités de mobilisation des jeunes plébiscitées dans la sélection des projets, soit en les mobilisant dans la grille d'analyse des réponses pour la sélection des lauréats.

ANNEXES

Annexe 1 - Quatre projets lauréats d'APDOM 5, support de l'évaluation

Quatre projets ont été sélectionnés dans le cadre l'appel à projet. Le tableau ci-dessous précise les principaux éléments sur chacun des projets, qui sont détaillés par la suite. Elle s'appuie d'une part sur l'analyse documentaire des dossiers de candidatures et des comptes rendus d'exécution des projets, et d'autre part sur les entretiens menés avec les porteurs de projet au cours de la phase de cadrage.

La présentation des projets est issue de l'analyse de leur dossier de candidature et d'un entretien réalisé avec les porteurs de projet et d'entretiens avec les porteurs de projet fin 2017 et courant 2018 qui ont permis d'alimenter la connaissance des réalisations. La dernière phase d'investigation permettra de mettre à jour les informations relatives à la mobilisation des publics, sujet de notre rapport.

	« Mon île ou ailleurs #je m'engage »	« jenn mété doubout pou on divini méyé »	Le rallye de la création d'activités et de l'emploi	Magnétothèque BAYLAWA
Axe d'intervention	Axe 1	Axe 1 Axe 2 Axe 3	Axe 2 Axe 3	Axe 1 Axe 3
Objet	Projet éducatif qui vise à favoriser l'engagement solidaire et l'accompagnement de jeunes ayant moins d'opportunités	Accompagnement des jeunes dans la mise en œuvre de leurs projets de vie (professionnel et personnel)	Projet de remobilisation sociale par la création d'activités à destination de jeunes sous-main de justice ou relevant de l'aide sociale à l'enfance	Création d'une maison du patrimoine « Balylaw » : formation, accompagnement et recrutement de jeunes pour préserver et valoriser le patrimoine culturel du territoire
Actions	Création plateforme interactive sur les dispositifs d'engagement solidaire E-formation des acteurs locaux sur les dispositifs d'engagement et les outils d'accompagnement des jeunes Journées de sensibilisation des jeunes à l'engagement avec mise en réseau des acteurs	Temps de rencontre et d'information, temps d'accompagnement au montage de projet Kafés des parents, ateliers parents/enfants, accompagnement des jeunes mères Itinérance du PIJ, création d'une mallette étudiante, ateliers coaching à destination des lycéens en difficultés	Atelier de resocialisation Parcours de définition du projet personnel Ateliers en faveur de l'insertion sociale : logement, santé, économie sociale et familiale...	Montage du dispositif Formation des jeunes sélectionnés Développement d'une plateforme numérique Campagne d'animation et communication sur le dispositif
Publics cibles initiaux	16-30 ans résidant dans des zones urbaines prioritaires de la politique de la ville et en milieu rural Etudiants et lycéens	Lycéens Etudiants Jeunes demandeurs d'emploi Jeunes mères isolées	Jeunes pris en charge par l'ASE et la PJJ	16-30 ans ayant moins d'opportunités en raison de leur situation géographique, de leur faible niveau de formation ou de leur éloignement de l'emploi, résidant ou non de Marie Galante
Structure porteuse	Arrimage Good illes : association	MAG'ASP : association	BGE Guadeloupe Iles du Nord : association	Patrimoine vivant de Marie Galante : association
Durée	24 mois	20 mois	24 mois	24 mois
Financement	140 141€	20 000€	65 666€	84 391€

Projet n° 3 - Mon île ou ailleurs #je m'engage.

Genèse, objet et public cible du projet

L'association Arrimage Good îles, créée en 2013 dont le siège est situé au Gosier et qui compte 4 salariés, est une association de promotion de la mobilité éducative (organisation de mobilité regroupée), de formation sur la citoyenneté européenne et l'entrepreneuriat féminin et d'information sur les formes d'engagement. Elle a souhaité s'appuyer sur la communication digitale pour sensibiliser les jeunes au bénévolat et aux dispositifs d'engagement.

L'équipe projet faisait le diagnostic suivant dans sa réponse à l'appel à projet :

- Une jeunesse guadeloupéenne fortement touchée par le chômage et un climat de violence exacerbée ;
- L'engagement participatif et le volontariat sont des voix pour favoriser la cohésion sociale et le développement personnel des jeunes (études menée en Guadeloupe par les services du service civique et le CRIB) ;
- Les opportunités d'engagement civique restent marginales, et très peu présentes sur les supports de communication privilégiés par la jeunesse ultramarine et guadeloupéenne.

Les objectifs du projet « Mon île ou ailleurs #je m'engage » sont :

- Améliorer et centraliser l'information sur les dispositifs et programmes d'engagement auprès de jeunes plus défavorisés, mais aussi des travailleurs de jeunesse et sociaux qui les accompagnent
- Renforcer la reconnaissance et valorisation des compétences acquises dans le cadre d'une expérience d'engagement
- Faciliter la transition et l'accès de la formation au marché du travail pour les jeunes

Le public cible du projet est double : les jeunes de 16 à 30 ans résidant dans des zones urbaines prioritaires de la politique de la ville et en milieu rural (10 000 jeunes) et les travailleurs jeunesse/sociaux et responsables associatifs (8000).

Les modalités de pilotage et de financement

Le projet est animé par un comité de pilotage composé d'Arrimage, de la DJSCS, de Pôle Emploi et ML et des travailleurs de jeunesse, ONG, CSC, centres de formation du territoire.

L'équipe en charge du projet est composée de 3 personnes (chargée de coordination, chargé de communication, chargé de formation) et devait prendre appui sur 2 jeunes en service civique (recensement plateforme et sensibilisation auprès des jeunes) qui n'avaient pas été recrutés fin 2018. Le développement du projet ferait aussi appel à plusieurs prestataires sous-traitants pour la conception et le développement du centre de ressources virtuelles (plateforme), son animation et l'organisation d'événements.

Le budget de l'expérimentation s'élève à 196 750€, avec une subvention dans le cadre d'APDOM5 à hauteur de 71% (140 141€) complété par des fonds propres d'Arrimage Good'île, du Conseil Régional et de la Commune d'agglomération de Cap Excellence.

Les réalisations du projet

Lancé début 2017, le projet vise à :

- Concevoir, réaliser et animer un **centre de ressources virtuel** dédié aux différents dispositifs d'engagement et mobilité (national et international), aux outils d'accompagnement et suivi des jeunes, à la mutualisation des connaissances et la mise en réseau de différents acteurs (institutionnels, économiques et de la société civile). La plateforme ainsi d'une page facebook et un compte twitter ont été créés et sont actifs. L'identité visuelle, la charte graphique et le développement de la plateforme ont été accompagnés par des jeunes parties prenantes du projet.
- Réaliser un programme d'**E-formation** des travailleurs de jeunesse/sociaux/responsables associatif (cycle de 5 ateliers-tutoriels) afin de démocratiser l'information, la sensibilisation et l'accompagnement pré et post engagement. Cette action n'avait pas encore pu être mise en œuvre fin 2017.
- Mettre en place **4 journées** d'information (« *Je m'engage et toi ?* »), sensibilisation et valorisation de parcours d'engagement de jeunes en utilisant une approche d'éducation par les pairs, pour montrer des modèles autres d'engagement auxquels les jeunes peuvent plus facilement s'identifier. Au cours de l'année 2017, deux réunions d'information avaient été conduites mais plusieurs n'avaient pas pu se tenir du fait de facteurs externes (ouragan...).
- Conception et lancement d'un **appel à projet** pour supporter et accompagner 3 initiatives portées par les jeunes en janvier 2018. Les critères et conditions de l'appel à projet ont été conçus et déterminés avec les jeunes et les professionnels. Deux personnes en services civiques devaient se charger d'accompagner le projet.

Projet n°6 – Le rallye de la création d'activités et de l'emploi

Genèse, objet et public cible du projet

La Boutique de Gestion Guadeloupe Iles du Nord, créée en 1998, est membre du réseau des BGE, elle compte 17 salariés. Depuis l'origine, la BGE se positionne en acteur de l'insertion professionnelle sur le territoire au travers de la création d'entreprise. A ce titre, son pôle Insertion Emploi porte notamment le projet « rallye de la création d'activités et de l'emploi ». Si la BGE ne cible pas spécifiquement le public « jeunes », différents dispositifs sur lesquelles elle intervient, notamment en partenariat avec la Mission Locale, l'on conduit à appréhender leurs problématiques. Le constat a été fait que s'il existe des offres pour les moins de 25 ans, aucune n'est à destination des jeunes sortant de l'ASE et des jeunes PJJ.

Le rallye de la création d'activités et de l'emploi est un projet de remobilisation sociale par la création d'activités, qui s'adresse aux jeunes sous-maines de justice ou relevant de l'aide sociale à l'enfance, ainsi qu'aux jeunes sans qualification et sans emploi (NEET). Il a pour objectif de permettre aux jeunes de s'inscrire dans une démarche de resocialisation en vue d'une insertion sociale et professionnelle, au travers d'un projet de création d'activité et d'emploi.

La BGE vise le public ayant un parcours professionnel, pas les jeunes issus du SPIP car ils sont trop éloignés de l'emploi (d'ailleurs, le SPIP n'a pas souhaité participer au projet).

Le projet relève de deux axes de l'APDOM : Aide sociale à l'enfance et Insertion sociale et professionnelle. C'est un projet créé ad hoc, nouveau pour la structure.

L'expérimentation devait porter sur un groupe de 40 jeunes repérés en amont par les deux partenaires (ASE et Pole Emploi) - 20 jeunes pour l'année 2017, 20 jeunes pour l'année 2018 – et nécessitait un engagement préalable des jeunes.

Le territoire retenu pour l'expérimentation est celui de la communauté d'agglomération CAP EXCELLENCE, sur lequel sont installés la Maison de l'enfance et les services de la PJJ.

Les modalités de pilotage et de financement

La BGE mobilise pour conduire le projet une équipe interne composée d'une conseillère en insertion professionnelle, d'une psychologue, d'un conseiller en création d'entreprise et de chefs d'entreprise ayant eux-mêmes bénéficié d'un accompagnement des services de la BGE. Certains modules pouvant se faire avec l'appui de partenaires extérieurs.

Le pilotage de l'expérimentation s'est organisé autour d'un comité de pilotage comprenant le Conseil Départemental, la Maison de l'enfance, la Mission Locale et le Rectorat. La BGE note le travail d'argumentation nécessaire auprès du Conseil Départemental, sur le caractère de remobilisation sociale du public au-delà de la création d'entreprise. Si au départ, la BGE avait le souhait de mobiliser la PJJ, elle n'avait, fin 2017, pas réussi à avoir de contact, malgré l'appui de la DJSCS. Invités au comité de pilotage, ils ne sont jamais venus à ce jour, mais malgré cette absence, existe toujours l'objectif de toucher ce public. Dès le début, un partenariat avec le SPEL a été mis en place pour anticiper la sortie des jeunes du dispositif. Ainsi, les jeunes sont inscrits rapidement en Mission Locale si ce n'est pas encore le cas. Les services sociaux de l'agglomération (via les CCAS) sont aussi présents, pour travailler sur les problèmes périphériques des jeunes.

Une convention avec le CD et la ML devait permettre d'utiliser leur offre de service sur les freins périphériques d'accès à l'emploi des jeunes (il est apparu que les jeunes accompagnés devaient être soutenus dans leurs déplacements, pour se nourrir pendant les périodes d'accompagnement...).

Sur un budget prévisionnel de 82 208€, le FEJ contribue à hauteur de 65 666€, complété par un financement du Département et de l'autofinancement. L'apport envisagé de la PJJ n'avait pu être concrétisé fin d'année 2017.

Les réalisations du projet

Initié début 2017, le rallye de la création d'activités et de l'emploi s'organise autour de 4 actions et devait se décliner dans le cadre de modules consécutifs durant x mois :

- Atelier préalable sur la connaissance et mise en valeur de soi conduit en binôme par un conseiller en insertion professionnelle et un psychologue (travail identitaire pour se poser les questions suivantes : Qui suis-je ? Qu'est-ce que je souhaite ? Quelles sont mes attentes ? Quelles sont mes difficultés ? Quel est mon objectif ?)
- Définition du projet personnel et professionnel en 4 étapes :
 - o Etape 1 : la remise à niveau des connaissances de base
 - o Etape 2 : 6 jours pour trouver une idée avec Balise
 - o Etape 3 : « j'apprends l'entreprise », avec une période d'immersion en entreprise (PMSMP possible et parrainage par des ambassadeurs BGE).
 - o Etape 4 : « je recherche un emploi »
- Favoriser l'insertion sociale avec l'appui des partenaires du territoire :
 - o Phase informative sur les différents dispositifs mobilisables : le FAJ, le CIVIS, la Garantie Jeunes, le micro-crédit....

- o Ateliers pratiques pour sensibiliser les jeunes aux étapes essentielles de la vie d'un jeune adulte
- Appui psychologique possible par l'intervention d'un psychologue (2 demi-journée par semaine et à la demande), en relation avec les acteurs de l'accompagnement (PJJ et CD) au cours de synthèses.

Si initialement, le projet devait commencer en janvier 2017, les difficultés de recrutement des jeunes ont conduit à un retard certain. Afin de recruter les jeunes participants, la BGE a mis en place des réunions de présentation collective suite à la prescription de public par la ML, suivies d'entretiens individuels, afin que les jeunes signent un contrat d'engagement. Les réunions collectives ont été abandonnées au profit d'entretien individuel permettant d'identifier les freins qui peuvent rendre les jeunes réticents (garde d'enfant...). Et il n'existe pas de phase de sélection à proprement parler du fait du peu de jeunes orientés. La première session a démarré en octobre-novembre 2017, pour se terminer vers avril-mai. La seconde se déroulera en partie à cheval sur la première, de mars à décembre 2018. Le temps global de l'accompagnement a donc été réduit à 3 mois, et les actions mises en place condensées (actions individuelles avant les temps collectifs). Cet aménagement des modalités du fonctionnement tient compte des difficultés à fidéliser les publics mobilisés. Sur les 10 jeunes ayant adhéré lors de la première session (dont 2 relevant de l'ASE), 5 seulement ont effectivement participé au projet. Un défaut d'adhésion conjugué à une vraie difficulté à s'inscrire dans la pérennité aurait selon les porteurs du projet plusieurs facteurs. Ils citent, à titre d'exemple, l'absence de rémunération, la durée de formation, les contraintes de mobilité etc. Comme mesures immédiates la BGE a donc annoncé une réduction du temps de formation (parcours en 3 mois au lieu de 6) ainsi qu'un partenariat avec une compagnie de bus pour faciliter les déplacements.

Le CD, en accord avec la DRJSCS, a demandé pour valoriser l'action, que les jeunes réalisent un film tout au long du rallye, avec l'appui d'un professionnel qui a créé son entreprise d'audiovisuel suite à un accompagnement de la BGE.

Projet n°8 - Magnétothèque BAYLAWA

Genèse, objet et public cible du projet

Patrimoine vivant de Marie Galante est une association située à Capesterre, qui intervient sur le territoire de Maria Galante pour promouvoir le patrimoine culturel de l'île, dont la transmission est essentiellement orale, au travers de l'action de ses bénévoles.

Avec la création d'une maison du patrimoine « Baylawa » comprenant une magnétothèque, l'association souhaite former et accompagner des jeunes pour préserver et valoriser le patrimoine culturel du territoire. La valorisation économique de ce patrimoine étant identifiée par l'association comme un levier pour la socialisation et l'insertion professionnelle des jeunes guadeloupéens ayant le moins d'opportunités. La collecte du patrimoine culturel par les jeunes doit être l'occasion de reprendre confiance en eux, dans leur capacité à établir des liens sociaux, y compris intergénérationnels, et à renforcer la cohésion sociale.

Le projet de l'association vise, au-delà du recrutement de 4 jeunes en service civique, la mobilisation de 50 à 200 jeunes de 18 à 30 ans suivis ou non par la Mission locale et/ou Pôle emploi, issus de milieux défavorisés, en décrochage scolaire ou suivi de protection judiciaire et connaissant des difficultés d'intégration sociale et professionnelle, des jeunes en milieu

rural, ayant peu d'opportunités d'emploi et de formation qui manifeste de l'intérêt pour la culture et le patrimoine local.

Les modalités de pilotage et de financement

La coordination du projet est assurée par une cheffe de projet bénévole de l'association et un agent communal de la ville de Saint Louis en charge des projets culturels, désigné pour suivre l'état d'avancement du projet. Le projet devait mobiliser un comité de pilotage 2 encadrants techniques formateurs et des prestataires webmastering et animateur sous-traitant.

Le comité de pilotage est composé du maire-sénateur de Saint Louis de Marie galante, de représentants des associations Patrimoine Vivant de Marie Galante, Fond d'or, et Comité de Grelin et du service culturel de la commune de Saint Louis, et de la communauté de communes de Marie Galante.

La subvention du FEJ représente 71% du budget global (84 391€ sur 111 045.60), complétée par la participation de la mairie de Saint Louis de Marie-Galante (recrutement envisagé de 4 emplois d'avenir et mise à disposition de locaux et d'un agent du service culturel à temps partiel), de la Région Guadeloupe, de la Communauté des communes de Marie-Galante, de la DAC de Guadeloupe et d'autofinancement.

Les réalisations du projet

La magnétothèque « Baylawa » est « une maison dédiée à la mémoire non écrite et au patrimoine. Lieu d'accueil vivant et ouvert, la magnétothèque ou « Maison de la Mémoire et du Patrimoine » est conçue pour permettre à chacun de s'approprier le patrimoine culturel de Marie Galante ».

Pour se faire, le dispositif portait sur :

- La formation des jeunes sélectionnés : à différentes techniques utilisées pour la collecte, l'inventaire, la valorisation et diffusion des éléments du patrimoine culturel immatériel, l'enregistrement sonores et le montage des supports vidéo.
- Les stages de formation professionnelle en vue de l'obtention d'un BAFA ou BEATEP
- Le développement d'une plateforme numérique
- Une campagne d'animation et communication sur le dispositif

A juillet 2017, le projet avait été initié avec la mise en place de l'équipe et du comité de pilotage, l'information et la communication sur les objectifs du projet. Le développement de la plateforme s'était appuyé sur un état des lieux et un appel à contribution auprès de la population pour recueillir les ouvrages et pratiques culturelles à collecter et enregistrer. Fin 2017, le porteur du projet faisait part de ses difficultés à conduire son propre projet au regard du difficile accès à Internet (coupures répétées depuis le passage de l'ouragan), alors que le projet doit pouvoir s'appuyer dessus (communication et montage de la plateforme). Ils essayaient de communiquer sur leur projet par d'autres voies mais les dégâts causés par les ouragans rendaient alors leur message assez inaudible des jeunes qui avaient d'autres préoccupations.

Projet n° 13 - Jenn mété zot doubout pou on divini méyè

Genèse, objet et public cible du projet

MAG'ASP (Marie Galante Action Sociale Polyvalente), est une association datant de 2009 qui intervient sur Grand Bourg à Marie Galante. Comptant 5 salariés, l'association dont les deux objectifs principaux sont de mettre à disposition de l'information et d'accompagner les projets des habitants, gère différents espaces :

- La Kaz verte (LAEP/RAM) accueille les enfants de 0 à 6 ans accompagnés de leurs parents, ainsi que les assistantes maternelles, et les parents employeurs d'une garde à domicile.
- Le Local Tivoli regroupe 3 pôles :
 - o Le pôle socio-éducatif pour les jeunes de 7 à 14 ans et leurs familles : accompagnement à la scolarité, actions de soutien à la parentalité
 - o Le Point Information Jeunesse pour les 15-30 ans et leurs familles : au-delà d'un accès à l'information, il y est proposé un suivi individuel pour qu'ils bénéficient d'un accompagnement dans leur projet.
 - o Le Pôle accompagnement à l'insertion sociale et professionnelle pour les plus de 30 ans et les usagers d'origine étrangère (Haïti, Dominique) :
 - Une aide technique : accompagnement administratif (une population qui connaît des difficultés de lecture), légalisation de la présence sur le territoire, réponse aux questions de scolarisation des enfants...
 - Remobilisation sociale et professionnelle : coaching des familles
 - Coopérative d'associations.

Le projet financé dans le cadre du FEJ porte sur le volet jeunesse de l'action de MAG'ASP jusqu'alors financé dans le cadre d'appel à projet (à la différence de son activité petite enfance disposant de financements pérennes). N'ayant pu faire partie d'une « fabrique d'initiative citoyenne », la DJSCS a identifié MAG'ASP comme potentiellement éligible à l'APDOM5. Le projet présenté dans le cadre d'APDOM5 reprend à ce titre les fondamentaux du projet de l'association : le soutien à la parentalité, l'insertion socio-professionnelle, l'engagement citoyen. Sur ce dernier axe, l'appel à projet a permis de développer la nouvelle action de « coopérative associative ».

Ainsi le projet « Jenn mété zot doubout pou on divini méyè » a pour objectif l'accompagnement des jeunes dans la mise en œuvre de leurs projets de vie (professionnel et personnel) et vise 1200 bénéficiaires (lycéens, étudiants, jeunes demandeurs d'emploi et jeunes mères isolées). Centré sur Grand Bourg, le projet a vocation à s'étendre aux communes voisines de Saint Louis et Capesterre dans un deuxième temps.

Les modalités de pilotage et de financement

Initialement l'association a mis en place un comité de pilotage interne (administrateurs, directrice, coordinatrice, informatrice jeunesse, et comité de quartier de Tivoli à partir de septembre 2017). Une évaluation intermédiaire avec la DJSCS (septembre 2017) les a conduits à élargir ce comité de pilotage aux partenaires : mission locale, centre d'insertion spécialisé de Marie galante, professeur référent des classes SPVL, CCAS, CESF de l'antenne de la CAF de Marie Galante, un parent bénévole et un représentant de la police municipale. Le comité de pilotage constitué ne s'est réuni qu'une seule fois (en octobre 2017), les membres ont toutefois été sollicités individuellement par la suite. La difficulté à faire vivre cette instance s'explique selon la directrice, notamment par sa création post-projet, qui

a rendu difficile la compréhension de son rôle par les participants et par le conseil d'administration de l'association. En revanche, Mag'Asp a souhaité monter un comité de pilotage pour son projet de fête des familles car y voit l'intérêt d'associer au projet les partenaires et les compétences utiles.

Les moyens humains mobilisés correspondent à 1,83 ETP : directrice, coordinatrice pédagogique, informatrice jeunesse, deux animatrices socio-éducatives.

Mag'ASP est conventionnée dans le cadre de l'APDOM de janvier 2017 à aout 2018 sur les trois axes de l'appel à projet (Engagement des jeunes ; aide sociale à l'enfance ; Insertion sociale et professionnelle) pour un montant de 20 000€ sur un budget total de 128 700 euros. Les autres financements proviennent principalement de l'Etat (aide aux contrats aidés), de la Région, du Département, des communes (mises à disposition de matériel).

Les réalisations du projet

Sur la période, de janvier 2017 à aout 2018, 1139 personnes ont bénéficié de cette expérimentation dont 342 16-30 ans. Les actions de l'axe 2 ont été plus nombreuses que prévu de part les relations nouées avec les établissements d'accueil des jeunes enfants et les établissements scolaires.

	Actions prévues	Actions réalisées
Axe 1 : Promouvoir le bénévolat et l'engagement associatif chez les jeunes	<p><u>Ateliers « Kafés de jeunes » :</u> Il s'agit de temps de rencontres et d'échanges entre jeunes sur diverses thématiques qui leur tiennent à cœur. Des intervenants professionnels pourront intervenir suivant le sujet abordé</p> <p><u>Mise en place de séance d'information pour présenter le « passeport bénévole » :</u> Les jeunes ne savent pas forcément que l'expérience bénévole et leurs compétences acquises peuvent être valorisées et reconnues. Il est important qu'ils connaissent et utilisent cet outil, notamment dans le cadre d'une démarche d'accompagnement à la VAE. Cet outil sera présenté dans les établissements scolaires et centres de formation</p> <p><u>Mise en place de temps d'accompagnement au montage de projet, de création d'association junior, d'atelier multimédia</u></p>	<p>2 rencontres au sein du lycée avec classes de SPVL et CAP Petite enfance</p> <p>Accueil de 26 stagiaires collégiens, lycéens et jeunes adultes, qui s'engagent de part les projets qu'ils ont à mettre en œuvre.</p> <p>Présentation de passeport de manière individuelle aux stagiaires</p> <p>Développement de la coopérative associative qui a vocation à aider les porteurs de projets à développer leurs associations et notamment les jeunes.</p> <p>Partenariat avec les élèves SPVL du lycée : accompagnement des jeunes dans leur projet d'étude et dans une concrétisation réelle.</p>

<p>Axe 2 : Favoriser l'inclusion sociale des jeunes mères isolées et/ou des familles monoparentales au travers du soutien à la parentalité</p>	<p><u>Ateliers « Kafés des parents » :</u> Il s'agit de temps de rencontres et d'échanges avec l'intervention de différents professionnels, sur des thématiques liées à la parentalité, à l'éducation bienveillante...</p> <p><u>Ateliers parents/enfants :</u> Il s'agit de mettre en place des ateliers de motricité, massage bébé, yoga... animés par des professionnels de la petite enfance, pour les enfants de moins de 6 ans accompagnés de leurs mamans.</p> <p><u>Accompagnement des jeunes mamans :</u> Certaines jeunes mamans souhaitent reprendre leurs études, pensent à leur avenir professionnel et elles ont besoin d'être soutenues dans leurs démarches</p>	<p>Mise en place des « rencontres parentalité » : journée sur la non violence éducative, formation sur la communication non violente, atelier de sophrologie</p> <p>4 ateliers jeunes mamans / 4 ateliers psychomoteurs / ateliers éveil musical Itinérance Kaz Verte (LAEP/RAM) à Saint Louis avec un atelier parents/enfants/écoles</p> <p>Atelier bien être/ atelier sophrologie / itinérance aux permanences PMI</p>
--	---	---

<p>Axe 3 : Accompagner les jeunes dans l'organisation et la mise en œuvre de leurs projets de vie (personnelle et professionnelle)</p>	<p><u>Itinérance du Point Information Jeunesse (situé à Grand Bourg) sur les 3 communes de l'île (Saint Louis et Capesterre)</u></p> <p><u>Mise en place d'ateliers « coaching » à thème pour les lycéens qui se sentent en difficultés</u></p> <p><u>Création d'une « mallette étudiant »</u> regroupant toute la documentation et les informations nécessaires pour connaître les différents dispositifs jeunes et préparer son parcours étudiant ou son premier emploi.</p>	<p>Intervention au collège de Capesterre et au lycée situé à Grand Bourg</p> <p>Accompagnement des terminales générales à la Nuit de l'orientation en Guadeloupe</p> <p>Participation au forum de l'emploi et au forum de l'accessibilité</p> <p>Accueils dans les permanences remobilisation</p> <p>Ateliers sur l'estime de soi et accompagnement scolaire pour un groupe de 12 enfants de 7 à 14 ans</p> <p>Projet Douvan : accompagnement d'un groupe de 10 jeunes NEET (Not in Education, Employment or Training), dont des jeunes mères, dans l'objectif d'une réinsertion sociale et professionnelle à travers un parcours personnalisé de quatre mois</p> <p>La mallette n'a pas pu être élaborée, alors que son contenu était capitalisé, la réforme de Parcours Sup a conduit les professionnelles à mettre le projet en attente. S'il devait être mis en œuvre à nouveau, le format serait plutôt numérique afin d'en permettre un ajustement.</p>
--	---	---

L'association développe à partir de septembre 2017, un projet de coopérative associative (création d'un fond mutuel d'outils, organisation de rendez-vous associatifs réguliers, proposition de formation à destination des dirigeants bénévoles, permanence pour le montage de projets associatifs), qui s'inscrit dans l'axe 1 de l'appel à projet (voir supra). Si ce projet a bien été réalisé, c'est moins le cas auprès des jeunes que des adultes. Les pistes d'explications évoquées par l'association MAG'ASP sont les suivantes :

- Les jeunes méconnaissent leur possibilité de monter des projets, notamment du fait de l'absence de structures jeunes (comme des maisons de jeunes) sur l'île ;
- Il existe un fort individualisme et un désengagement citoyen global, pas seulement des jeunes.

L'association a pour objectif de pouvoir déployer son action sur Saint Louis et Capesterre en proposant de l'itinérance. Fin 2017, les deux mairies avaient été rencontrées. Celle de saint Louis se disait prête à cofinancer, dans un premier temps sur le soutien à la parentalité, puisqu'il existe un cofinancement pérenne de la CAF. Finalement, des itinérances du PIJ ont été proposées uniquement au collège de Capesterre.

De cet appel à projet, la directrice retire deux enseignements pour l'association : engagement dans une démarche qualité avec la cartographie des procédures attendue lors

du bilan final (« on a formalisé ce qu'on faisait intuitivement »), et la mise en place de comité de pilotage pour certains projets. Cette expérience a conforté le positionnement de MAG'ASP qui est d'appréhender les personnes dans leur globalité (du plus jeune âge et avec la famille) : « un enfant c'est un jeune en devenir ». La directrice juge cependant difficile de faire partie d'une expérimentation au regard du travail de gestion nécessaire (ont du revoir leur système comptable et créer des outils pour les bilans prévisionnels). Elle estime qu'elle aurait du budgéter ce temps et l'intégrer à la demande de financement.

Si le financement APDOM5 a permis de pérenniser les actions de l'association, en particulier en destination du public jeune sur le temps de l'expérimentation (PIJ, accompagnement individuel des jeunes), depuis la mi-année 2018, l'association Mag'asp se trouve dans une situation financière complexe. Depuis le début de l'appel à projet FEJ, son effectif est passé de 5 à 3 salariés. Deux contrats aidés n'ont pu être reconduits : celui d'animatrice socio-éducative et de conseillère en insertion professionnelle. La faible visibilité des financements CAF (du fait de la signature de la COG en 2018) ont rendu la conduite des projets délicate, sans entrée financière.

MAG'ASP s'attèle à diversifier ses modes de financement :

- Réponse à des appels à projet : obtention du label « maison de la parentalité » dans le cadre du SDSF qui n'aboutie finalement pas à des financements supplémentaires, appel à projet du FDVA sans suite à ce jour faute de financement.
- Mag'asp est en discussion avec le CRIJ pour financer sur ce poste un CDD de 6 mois jusqu'à que la salariée entame une formation.
- Développement d'un auto-financement via une activité commerciale lucrative (projet de gammes de produits maternité/petite enfance de fabrication locale et éco-responsable : produit d'attachement, produits agro-alimentaire, produits éducatifs).

Pour se faire, Mag'Asp mobilise plusieurs leviers :

- Sa directrice s'est engagée dans une formation de management des entreprises et des organisations, et a comme projet d'étude le développement de l'auto-financement de Mag'Asp
- Mobilisation du DLA pour un accompagnement sur l'aspect juridique
- Mobilisation d'un cabinet spécialisé dans les fonds publics pour identifier des modalités de financement (dont fonds européens) du PIJ et des actions à destination des adultes.
- Demande de chômage technique à la Direccte, à ce jour refusé (appui de l'assistance juridique du Snaecso en cours pour faire valoir la situation de l'association : difficulté conjoncturelle).