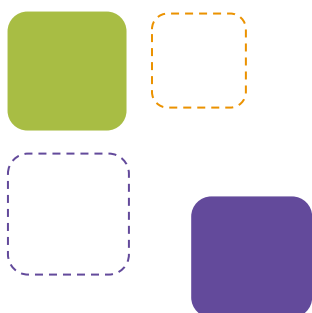




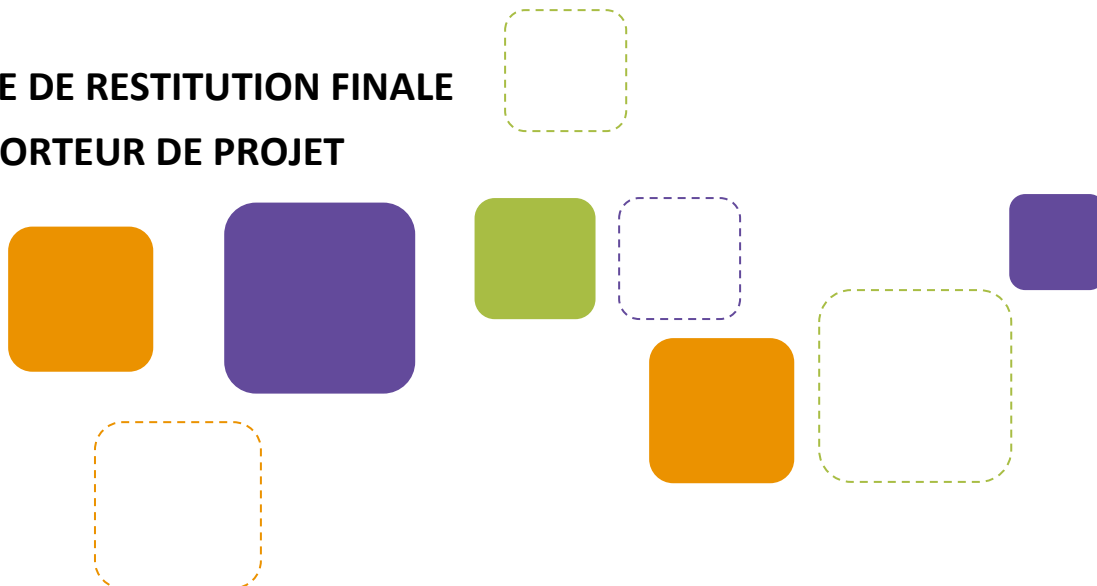
FEJ
FONDS
D'EXPÉRIMENTATION
POUR LA
JEUNESSE



Microcrédit, création d'activité - Programme CREAJEUNES

Adie

NOTE DE RESTITUTION FINALE DU PORTEUR DE PROJET



Ministère des Sports, de la Jeunesse, de l'Éducation Populaire et de la Vie Associative
Direction de la Jeunesse, de l'Éducation Populaire et de la Vie Associative
Mission d'Animation du Fonds d'Expérimentation pour la Jeunesse
95, avenue de France – 75650 Paris cedex 13
<http://www.experimentation.jeunes.gouv.fr/>



INTRODUCTION

Ce projet a été financé par le Fonds d'Expérimentation pour la Jeunesse dans le cadre de l'appel à projets n°HAP-003 lancé en 2009 par le Ministère chargé de la jeunesse.

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

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

Ministère des Sports, de la Jeunesse, de l'Education Populaire et de la Vie Associative
Direction de la Jeunesse, de l'Education Populaire et de la Vie Associative
Mission d'Animation du Fonds d'Expérimentation pour la Jeunesse
95, avenue de France – 75650 Paris cedex 13
www.experimentation.jeunes.gouv.fr

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



FICHE SYNTHÉTIQUE DU PROJET

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

THÉMATIQUE Numéro du projet HAP_003
LE DISPOSITIF EXPERIMENTÉ
Titre : Développement et évaluation du programme « Créajeunes »
Objectifs initiaux : Le programme Créajeunes vise à favoriser la création d'activité par les jeunes des quartiers défavorisés.
Public(s) cible(s) : Le public cible les jeunes de 18 à 32ans. Entre 2009 et 2011, 2295 jeunes ont suivi le programme
Descriptif synthétique du dispositif expérimenté : Accompagnement amont (4 mois dont 6 à 8 semaines de formation), accompagnement post-crédation, et aide à la recherche de financement
Territoire(s) d'expérimentation : Le programme Créajeunes a vocation à se déployer au niveau national.
Valeur ajoutée du dispositif expérimenté : Les jeunes des quartiers cherchant à créer une entreprise manquent d'expérience, de fonds propres et de conseils. Le programme Créajeunes leur apporte un appui spécifique : formation et accompagnement amont adaptés aux jeunes, couplage formation / accompagnement personnalisé, recherche de financement.
Partenaires techniques opérationnels : (1) Partenaires initialement visés dans la convention : Pôle Emploi, missions locales (2) Partenaires effectifs de l'expérimentation : Pôle Emploi, missions locales
Partenaires financiers (avec montants): Etat, FSE, Régions, Conseils généraux, Collectivités locales, entreprises privées (dont Total) (cf. bilan financier)
Durée de l'expérimentation : (1) Durée initiale : indiquer ici la durée prévisionnelle du projet en nombre de mois (tel que prévu dans la convention) 36 (2) Durée effective : indiquer ici la durée effective du projet en nombre de mois : 36
LE PORTEUR DU PROJET
Nom de la structure : Adie (Association pour le Droit à l'Initiative Economique) Type de structure : association
L'ÉVALUATEUR DU PROJET
Nom de la structure : Ecole d'Economie de Paris Type de structure : publique

Table des matières

Introduction	5
I. Rappel des objectifs et du public visé par l'expérimentation	6
A. Objectifs de l'expérimentation	6
B. Public visé et bénéficiaires de l'expérimentation (analyse quantitative et qualitative)	6
Public visé	6
Bénéficiaires directs	6
Bénéficiaires indirects	10
II. Déroulement de l'expérimentation	10
A. Actions mises en œuvre	10
2009.1 : Organisation de la communication sur le projet CréaJeunes pour recruter	10
<input type="checkbox"/> Communication de proximité : des chargés de communication dédiés	10
<input type="checkbox"/> Communication de plus grande ampleur	11
<input type="checkbox"/> Appui du Haut Commissaire à la Jeunesse	12
2009.2 : Elaboration d'une nouvelle version du parcours CréaJeunes basée sur les bonnes pratiques du réseau	12
2009.3 : Ouverture d'un nouveau site en Picardie et préparation à l'ouverture de 6 futurs sites	14
2009.4 : Lancement de l'évaluation du programme CréaJeunes	15
2. MODIFICATION DU PROTOCOLE	15
<input type="checkbox"/> Adaptation du processus de sélection des jeunes entrant dans le dispositif CréaJeunes	15
<input type="checkbox"/> Mise en place d'un nouveau système de recueil de données pour CréaJeunes	15
<input type="checkbox"/> Adaptation du processus de recrutement de CréaJeunes aux besoins de la sélection aléatoire	16
2010.1 : Démarrage de 6 nouveaux sites Adie CréaJeunes	16
2010.2 : Actions de communication	17
2010.3 : Ajustements du programme et relations avec l'évaluateur	17
2011.1 : Ouverture de nouveaux sites CréaJeunes	18
2011.2 : Campagne de communication	18
B. Partenariat	19
1. Partenaires opérationnels	19
2. Partenaires financiers	21
C. Pilotage de l'expérimentation	21
III. Enseignements généraux de l'expérimentation	22
A. Modélisation du dispositif expérimenté	22
B. Enseignements et conditions de transférabilité du dispositif	23
1. Public visé	23
2. Actions menées dans le cadre du dispositif	23
3. Partenariats, coordination d'acteurs et gouvernance	23
4. Impacts sur la structure	23
Conclusion	24

Introduction

Le nombre de créations d'entreprises atteint ces dernières années des records historiques : près de 550 000 en 2012, dont plus de la moitié (56%) avec le statut d'auto entrepreneur.

Dans le même temps, le chômage des jeunes atteint lui aussi des records : 23.9% des jeunes de 18 à 25 ans sont au chômage, et il peut monter jusqu'à 40% dans les quartiers dits « sensibles ». Pour sortir du chômage, ou par esprit d'entreprise, de nombreux jeunes souhaitent créer, mais ils manquent d'expérience et de fonds propres.

Pour répondre à cette forte volonté des jeunes des quartiers de créer leur entreprise, l'Adie a lancé en 2008 un programme spécifique de formation et d'accompagnement à la création : Créajeunes.

En 2009, la Direction de la Jeunesse, de l'Education Populaire et de la Vie Associative (DJEPVA) a décidé de soutenir l'action de l'Adie et une convention pluriannuelle a été signée avec l'Adie et PSE-Ecole d'Economie de Paris pour développer et évaluer le programme Créajeunes.

Le programme Créajeunes vise à apporter un appui en amont de la création pour maximiser les chances de succès en aval. Il s'adresse aux jeunes de 18 à 32 ans, en particulier à ceux qui résident en zone urbaine sensible ; l'enjeu de Créajeunes est de montrer que la création d'entreprise est une voie pertinente d'insertion pour les jeunes de quartiers précarisés.

Aujourd'hui le programme Créajeunes est largement développé sur l'ensemble du territoire national. Il est implanté dans 19 sites et accueille plus de 1300 jeunes par an. Ce rapport fait le bilan de l'expérimentation et du développement de Créajeunes entre 2009 et 2011.

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

A. Objectifs de l'expérimentation

L'objectif du programme Créajeunes est de faciliter la création d'entreprise pour les jeunes, en particulier ceux dont les difficultés d'insertion professionnelles sont les plus importantes. Ce programme, dont la conception a été réalisée par l'Adie en 2008, consiste en un accompagnement amont de 4 mois (dont 6 à 8 semaines de formation collective) pour aider les jeunes à préparer leur projet, un accompagnement en post-crédation et éventuellement un financement par un microcrédit et une prime spécifique.

L'objectif de l'expérimentation était pour l'Adie de déployer ce programme en 2009, 2010 et 2011 dans des conditions permettant de l'évaluer, selon le protocole convenu avec PSE-EEP.

Les principales étapes prévues étaient :

- 2009, phase test : fonctionnement sur les premiers sites ouverts fin 2008, mise au point des modules de formation, adaptation de l'organisation des équipes et des groupes pour répondre aux besoins de l'évaluation.
- 2010 : Développement et déploiement sur 6 nouveaux sites.
- 2011 : extension sur 6 nouveaux sites.

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

Public visé

Créajeunes s'adresse aux jeunes de 18 à 32 ans ayant un projet de création d'entreprise, et en particulier ceux qui sont le plus éloignés de l'emploi.

Bénéficiaires directs

2.1. Statistiques descriptives

Décrire synthétiquement le public visé puis insérer ici le tableau figurant en annexe 1

Fin 2011, 2600 jeunes de 18 à 32 ans avaient été accompagnés depuis le démarrage du projet, dont 295 entre 2009 et 2011.

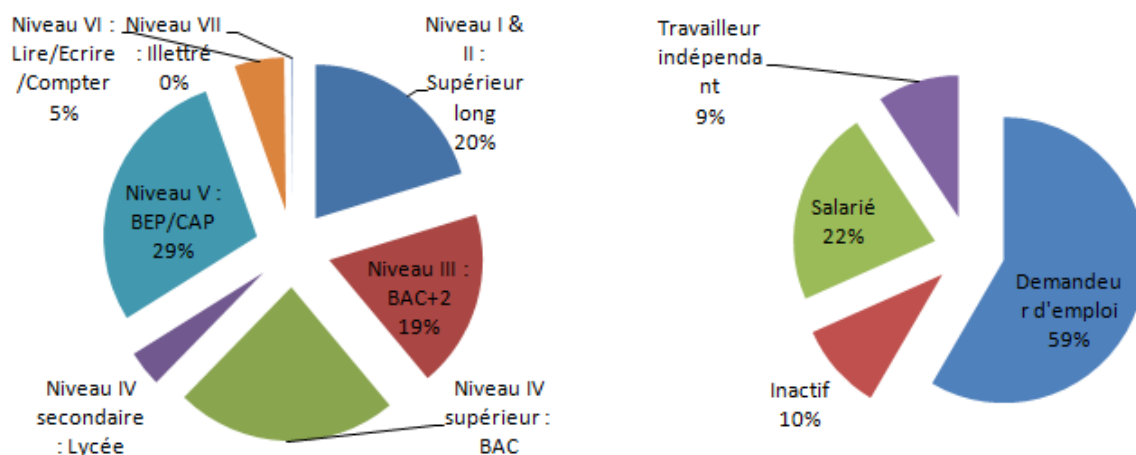
49% ont moins de 26 ans, 48% sont des femmes, le tiers a un niveau de formation CAP ou moins, et 21% habitent dans les zones Politique de la Ville.

Par ailleurs, 58% des jeunes ont intégré le programme en étant demandeurs d'emploi.

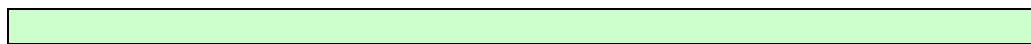
Les jeunes sont amenés à connaître le programme par des moyens très divers. Le principal prescripteur au niveau national est Pôle Emploi (19%). Les media et le bouche à oreille jouent aussi un rôle important d'information.

Analyse quantitative :

Niveau de formation et situation professionnelle des stagiaires Créajeunes



		Bénéficiaires entrés pendant toute la durée de l'expérimentation
Nombre de bénéficiaires directement touchés par l'action à l'entrée du dispositif, par caractéristiques		
1. Jeunes		
Âge		
18-25 ans		1127
Autres : 26-32 ans		1168
Autres : (préciser)		
Situation		
Demandeurs d'emploi		921
Actifs occupés		352
Autres : inactif ou non renseigné		875
Autres : <i>travailleur indépendant</i>		147
Niveau de formation		
Infra V		124
Niveau V		654
Niveau IV		624
Niveau III		429
Niveau III		464
Niveau I		
Sexe		
Filles		1097
Garçons		1198
2. Adultes		0



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

Analyse qualitative

Adie CréaJeunes est un parcours imaginé par l'Association pour le droit à l'initiative économique pour répondre à la volonté des jeunes des quartiers de créer leur entreprise et à leur manque d'expérience et de fonds propres. L'enjeu d'Adie CréaJeunes est de montrer que la création de son propre emploi peut être une voie d'insertion professionnelle et sociale pertinente pour les jeunes de quartiers précarisés.

Depuis son démarrage en 2008, près de 2600 jeunes de moins de 32 ans ont participé au programme CréaJeunes. Au total, à fin 2011, 16 sites étaient ouverts .

Nombre de jeunes accompagnés par site

Site	Nombre de jeunes accompagnés
Saint-Denis	411
Marseille	328
Bordeaux	316
Toulouse	313
Lille	272
Lyon	245
Paris	138
Strasbourg	70
Nice	80
Martinique	108
Poitiers/Châtelleraut	71
Grenoble	45
Amiens/Creil	156
Rennes	13
Cayenne	19
Angoulême	14
Total	2599

Les jeunes sont orientés vers le programme CréaJeunes par des moyens très divers. Les partenaires du programme, tout d'abord, sont une source d'information importante pour les jeunes. Pôle emploi ou les missions locales, en particulier, jouent un rôle central en informant et en orientant vers l'Adie les profils adaptés au programme CréaJeunes (informations orales, mise à disposition de flyers, installation d'affiches dans leurs locaux, etc.).

L'Adie met également en œuvre, en interne, différents moyens pour repérer et informer les jeunes dont les profils sont adaptés au programme : information des bénéficiaires « en cours » dans l'association, rencontre des acteurs clefs au sein des quartiers prioritaires d'implantation du programme, organisation d'événements de communication locaux, rencontre de structures travaillant avec les jeunes (associations étudiantes, complexes sportifs, clubs divers ...) pour présenter le programme.

Le succès du programme a aussi permis progressivement le développement du bouche-à-oreille, qui repose sur la satisfaction réelle des jeunes ayant intégré CréaJeunes et représentait fin 2011 13% des sources de prescription.

Enfin, le repérage et l'orientation du public visé par l'expérimentation s'opèrent aussi à l'aide d'outils de communication classiques (Media, Presse, Internet...) et d'opérations de communication génériques (comme la Semaine du Microcrédit) ou spécifiques (concours Adie CréaJeunes).

Sur les 2600 jeunes ayant suivi le programme, près de 30% ont créé leur entreprise 10 mois ou plus après avoir intégré CréaJeunes, et 10% ont obtenu un microcrédit de l'Adie.

Bénéficiaires indirects

Sans objet

II. Déroulement de l'expérimentation

A. Actions mises en œuvre

2009 : Développement du programme et phase test de l'expérimentation

Après une phase d'étude et l'ouverture de 6 sites pilotes fin 2008 le programme CréaJeunes a été mis en place tout au long de l'année 2009 sur les sites ouverts : Saint-Denis, Marseille, Bordeaux, Toulouse, Lyon, Lille. Les actions portaient sur les domaines du recrutement des jeunes et de la communication, des contenus de la formation et de l'accompagnement, du développement géographique et enfin de l'organisation du programme pour l'adapter aux besoins de l'évaluation par PSE-EEP.

2009.1 : Organisation de la communication sur le projet CréaJeunes à des fins de recrutement

Pour faire connaître CréaJeunes, des actions de communication ont été mises en œuvre tant au niveau national que local et ce, afin de faire largement connaître le programme mais aussi afin de faciliter au moyen d'un matériel dédié la prospection locale par les équipes de l'Adie. L'objectif était d'obtenir un flux suffisant de candidats pour lancer les premières sessions et aussi pour répondre aux objectifs de l'évaluation.

Au total 1 800 jeunes ont été rencontrés entre mai 2009 et décembre 2010 (groupe traitement et groupe contrôle confondus).

➤ Communication de proximité : des chargés de communication dédiés

Des chargés de communication de proximité ont été engagés temporairement sur les 6 sites CréaJeunes, pour deux périodes d'environ deux mois chacune. Leur travail a principalement consisté à faire connaître CréaJeunes à des jeunes non touchés par les structures traditionnelles comme Pôle emploi ou les missions locales via :

- des **événements** organisés dans les quartiers (ex : défilé de mode à Marseille) ;

- l'identification/collaboration/participation aux événements de structures préalablement identifiées comme ayant un fort écho auprès des jeunes dans les quartiers : clubs de musique et de sports, stands lors de concerts, foyers de jeunes travailleurs, etc. ;
- le démarchage direct dans les quartiers ;
- la communication avec des **media** locaux (avec l'appui de l'agence Burson & Marsteller, spécialiste des relations presse).

Un bilan complet de ces actions a été réalisé au cours de l'été 2009 afin de pouvoir tirer les bonnes pratiques du travail effectué.

Exemple d'une action menée par l'équipe Créajeunes en Ile-de-France :



➤ **Communication de plus grande ampleur**

Afin d'optimiser les coûts et l'efficacité de la campagne de communication, l'Adie a décidé de travailler en partenariat avec le groupe Skyrock, media leader sur les jeunes tant dans le domaine radiophonique que sur les réseaux sociaux et l'internet, avec notamment sa plateforme de blogs. **Un blog Créajeunes** spécifique a été lancé (www.devienstonboss.skyrock.com) et plus de **1 000 spots radio** ont accompagné son lancement en juin 2009.

Pendant les 2 mois de forte visibilité du blog, **21 000 visiteurs** s'y sont rendus et près de **400 questionnaires ont été remplis**, la plupart par des jeunes correspondant au profil Créajeunes. La difficulté rencontrée a été ensuite de joindre les jeunes qui répondent peu à nos sollicitations mails et appels téléphoniques. Ce public est en effet très volatil : souvent, les coordonnées laissées sur le site ne sont plus valables au moment de nos rappels. Aussi, le blog a-t-il finalement peu contribué aux entrées dans Créajeunes entre juin et septembre (4% des intégrations).

De **nouveaux flyers** et **affiches** CréaJeunes ont été conçus et massivement distribués (près de 40 000 dépliant et 7 000 affiches distribués en 2009) par les équipes locales. Des **Kakémonos spécifiques** CréaJeunes ont également été conçus.

➤ **Appui du Haut Commissaire à la Jeunesse**

Le Haut Commissaire à la Jeunesse a par ailleurs apporté son appui à l'augmentation de la visibilité du programme en organisant, en octobre 2009, une visite sur le site CréaJeunes de Saint-Denis, en compagnie de Martin Hirsch (Haut Commissaire aux Solidarités Actives contre la pauvreté, Haut commissaire à la Jeunesse), Christophe de Margerie (PDG du Groupe Total) et leurs équipes afin de rencontrer de jeunes bénéficiaires du programme et mobiliser la presse.

Martin Hirsch, Haut commissaire aux Solidarités actives contre la pauvreté, Haut commissaire à la Jeunesse

«L'accompagnement des jeunes, le soutien que les professionnels de l'insertion et de la formation peuvent apporter, est souvent essentiel à la réussite d'une scolarité et d'un parcours professionnel. Lorsque je suis venu visiter les locaux de l'Adie à Saint-Denis en octobre dernier, c'est aussi ce que m'ont dit les jeunes que j'ai rencontrés. Une des forces du dispositif CréaJeunes est que les jeunes sont accompagnés, coachés, formés et encouragés dans leur démarche.»

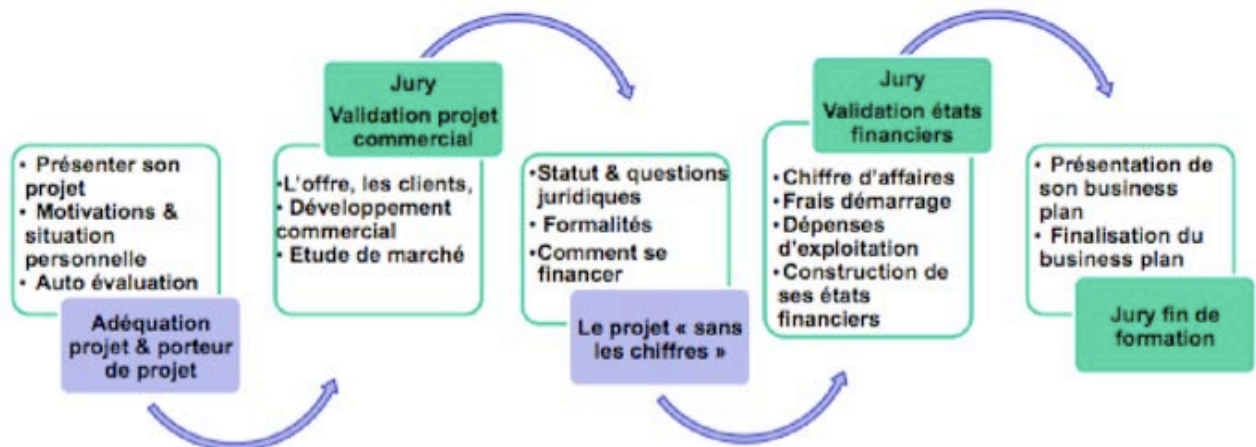


Martin Hirsch et Maria Nowak avec des jeunes ayant suivi le programme Adie CréaJeunes à Saint-Denis

2009.2 : Elaboration d'une nouvelle version du parcours CréaJeunes basée sur les bonnes pratiques du réseau

A l'origine du projet CréaJeunes, un premier parcours de formation avait été imaginé pour l'ensemble des sites. Mais, au fur et à mesure de l'ouverture des sites CréaJeunes, des adaptations ont été apportées au national comme en local : de nouveaux modules ont été créés, de nouvelles étapes ont été envisagées et des règles nouvelles ont été inventées. Ces apports ont été pris en compte et analysés au cours de l'été 2009 afin de préparer la nouvelle version du parcours CréaJeunes, applicable sur l'ensemble des sites en 2010. Des modules de formation, trames pour les formateurs, livret de formation pour les jeunes, livret bénévole, planning type et autres outils ont été créés afin d'harmoniser les pratiques sur les différents sites.

❑ Le montage du projet d'entreprise



❑ Se préparer à devenir chef d'entreprise

❑ Se construire un réseau



3 types d'actions composent le cursus :

➤ Les formations collectives qui comprennent :

- des modules et ateliers de développement personnel qui consistent à parler en public, gagner en confiance, gérer son temps et développer son réseau. Ces modules contiennent aussi un rappel des outils informatiques nécessaires pour défendre son projet.
- des modules et ateliers commerciaux permettant aux jeunes de se familiariser avec les principaux outils commerciaux de gestion (variation de l'offre face à la demande clients, étude de marché, techniques de vente, prospection de nouveaux clients...)
- des modules et ateliers sur l'environnement juridique & fiscal de la très petite entreprise
- un module sur la recherche de financement
- des modules et ateliers financiers et comptables

- **L'accompagnement individuel**, réalisé par un tuteur bénévole (en général un rendez-vous par semaine) pendant une durée de 8 semaines à 4 mois et vise à accompagner les jeunes dans la préparation concrète du projet.
- Enfin, **les actions de mise en réseau** qui sont un élément majeur pour le développement de l'entreprise créée.

Les créateurs d'entreprise CréaJeunes peuvent également bénéficier de l'offre de services d'accompagnement post création de l'Adie pendant une durée de 18 mois.

Ils ont la possibilité d'obtenir un financement :

- une prime de 1 000 euros maximum en complément d'un prêt Adie ou bancaire s'il n'y a aucun dispositif de prime à la création d'entreprise pour les jeunes au niveau local ;
- éventuellement un microcrédit, un prêt d'honneur et une avance remboursable de l'Etat.

2009.3 : Ouverture d'un nouveau site en Picardie et préparation à l'ouverture de 6 futurs sites

CréaJeunes a depuis son démarrage été mis en place dans des zones urbaines très denses. A la demande de la préfecture de la Picardie, l'Adie a étudié la mise en place du programme dans cette région :

- d'une part, en raison de l'absence de programme comme CréaJeunes ;
- d'autre part parce que le chômage des jeunes y est plus élevé que la moyenne nationale et le taux de création d'entreprise des jeunes y est plus faible.

Un **responsable de site** a donc été recruté début juin 2009. Il a lancé une première promotion en septembre 2009 à Amiens, puis une autre en décembre à Creil.

Pour préparer l'ouverture des nouveaux sites, des réunions avec les managers qui s'apprêtent à accueillir une nouvelle équipe CréaJeunes ont été organisées, et un kit « CréaJeunes Start » a été réalisé. Ce guide, à l'usage des équipes salariées concernées par le projet, a pour objectif de faciliter l'ouverture des sites et de partager les expériences des sites CréaJeunes existants.

Trois parties aux objectifs distincts le composent : la première est une **expression de la mission poursuivie** par l'Adie à travers CréaJeunes ainsi que le projet de société auquel participe le programme ; la seconde détaille les **composantes clefs d'un site** : à savoir sa cible, les services proposés, le process d'accompagnement, l'organisation du programme et de l'évaluation, la stratégie de communication ; la dernière décrit les **étapes à accomplir** pour ouvrir un site et assurer son management.

De plus, des formations ont été construites et dispensées à l'attention des nouvelles équipes CréaJeunes (salariés et bénévoles).

2009.4 : Lancement de l'évaluation du programme Créajeunes

1. Dispositif et indicateurs d'évaluation

L'Ecole d'Economie de Paris est chargée, dans le cadre de ce projet, **d'évaluer l'impact du programme CréaJeunes sur l'insertion professionnelle et sociale des jeunes** intégrant le dispositif. Il s'agit d'une évaluation selon le mode de la **sélection aléatoire**.

Le dispositif d'évaluation consiste à sélectionner par tirage aléatoire à partir d'un ensemble de jeunes éligibles au programme CréaJeunes deux groupes statistiquement identiques : un groupe traitement (orienté vers CréaJeunes), représentant les 2/3 du total, et un groupe contrôle (1/3).

La méthodologie permettra d'évaluer de manière rigoureuse l'impact du programme CréaJeunes sur les participants : nombre de créations d'entreprises, survie des entreprises créées, niveau de revenu, situation sociale, estime de soi...

2. Modification du protocole :

➤ Adaptation du processus de sélection des jeunes entrant dans le dispositif CréaJeunes

La mise en œuvre de l'évaluation s'est heurtée à des difficultés importantes de compréhension de la part des équipes, des partenaires du programme sur le terrain et des jeunes eux-mêmes, difficultés qui auraient pu mettre en péril le projet et ont freiné le développement du programme en limitant considérablement le nombre de jeunes susceptibles d'y participer.

Face à ces freins, l'Adie et l'Ecole d'Economie de Paris se sont rencontrées à plusieurs reprises afin d'adapter le processus de sélection des jeunes et de s'assurer que la mise en œuvre de l'évaluation prenne en compte la réalité vécue par les équipes sur le terrain. Il a ainsi été décidé, notamment, de **recourir à 2 exceptions** (« jokers ») à la sélection aléatoire pour chaque promotion CréaJeunes. Un processus d'alerte des évaluateurs a par ailleurs été mis en place pour les cas où un jeune du groupe contrôle ou son prescripteur se montrerait particulièrement insistant à entrer dans le programme.

➤ Mise en place d'un nouveau système de recueil de données pour CréaJeunes

L'Adie a étendu l'utilisation de son logiciel de gestion de la relation client (utilisé pour le microcrédit) au programme CréaJeunes. Les informations sur l'identité, l'adresse de contact, la situation socio-professionnelle ou, le cas échéant, les prestations suivies sont désormais renseignées dans ce système d'informations. Ces données permettront aux évaluateurs de faire leurs enquêtes et statistiques.

➤ Adaptation du processus de recrutement de CréaJeunes aux besoins de la sélection aléatoire

Avant l'évaluation, le processus de sélection et de recrutement était purement local, relevant de la responsabilité de chaque site CréaJeunes. A partir du mois d'avril 2009, les services de la plateforme téléphonique d'accueil de l'Adie ont été étendus aux appels entrants et aux e-mails des jeunes intéressés par le programme CréaJeunes, afin de professionnaliser et rationaliser le processus d'accueil et de centraliser la saisie informatique des premiers contacts, lesquels constituent un flux important (937 appels reçus entre mai et décembre 2009, dont 56% sont réorientés vers les responsables de site pour une information collective sur le programme).

Si un accueil réalisé à 100% par la plateforme a été envisagé, nous avons dû cependant élargir les possibilités pour les jeunes de prendre contact directement avec les sites CréaJeunes : en effet, le travail sur la visibilité locale du programme donnait lieu, de fait, à des contacts directs, qu'il semblait « artificiel » de réorienter vers la plateforme centralisée.

Par ailleurs, lors d'une revue du processus d'accueil des jeunes, nous nous sommes aperçus que les informations données sur les caractéristiques de l'évaluation étaient incomplètes. Cela a pu mener, dans certains cas, à une incompréhension de la part des jeunes tirés au sort pour faire partie du groupe témoin. En conséquence, la procédure d'accueil a été intégralement revue fin 2009 : les personnes en contact avec les jeunes et les partenaires du programme ont reçu pour instruction de donner plus d'informations à leurs interlocuteurs sur le sujet.

2010 : démarrage de 6 nouveaux sites CréaJeunes, actions de communication et ajustements du programme

2010.1 : Démarrage de 6 nouveaux sites Adie CréaJeunes

Conformément au calendrier prévisionnel, 6 nouveaux sites ont été lancés en 2010 : Paris, Strasbourg, Poitiers, Nice, Fort-de-France et Grenoble. Leur localisation a été déterminée en fonction de la densité de jeunes et des taux de chômage, et de la capacité de l'Adie à mettre en œuvre l'offre d'accompagnement.

La phase de mise en place, d'une durée de 4 mois, a permis de préparer les nouveaux sites (identification et aménagement des locaux), de recruter et de former l'équipe, et de réaliser un important travail de communication et de prospection auprès des partenaires. Un dispositif très conséquent de formation et d'accompagnement internes a été mis en place avec deux semaines de formation pour les responsables de site au siège de l'Adie, une formation des équipes de bénévoles sur place et de nombreux échanges lors de la phase de démarrage.

L'ouverture des nouveaux sites a aussi été l'occasion de revoir le parcours de formation pour proposer une offre homogène partout en France. Des déplacements ont été effectués à cet effet dans les sites « historiques » et des échanges de bonnes pratiques mis en place entre nouveaux et anciens responsables de sites.

2010.2 : Actions de communication

Plusieurs actions de communication ont été réalisées, dont l'organisation d'un concours du meilleur projet de création d'entreprise (concours « Deviens ton boss ») relayé sur le web via un mini site événementiel, avec un formulaire à compléter pour suivre le programme CréaJeunes, et parrainé par M. Brahim Asloum (champion de boxe) et M. Aziz Senni (PDG d'ATA et fondateur de Business Angels des Cités). 40 personnes ont pu concourir sur les 7 sites « historiques » et suivre le programme Adie CréaJeunes par ce biais.

Par ailleurs, les équipes ont continué à développer des actions de communication et des partenariats locaux pour se faire connaître. Les liens se sont en particulier développés avec Pôle emploi et les missions locales.

Enfin, un séminaire d'échange a été organisé pour permettre aux équipes de partager leurs bonnes pratiques en matière d'actions pour développer le programme CréaJeunes.

2010.3 : Ajustements du programme et relations avec l'évaluateur

Les relations ont été étroites avec le partenaire chargé de l'évaluation, l'Ecole d'Economie de Paris. Les équipes ont été fréquemment en contact par e-mail et téléphone pour les tirages au sort. Les comités de pilotage ont permis de faire des points d'étape et d'ajuster les processus lorsque cela était nécessaire.

Ainsi, le protocole de sélection des jeunes intégrant ou non le programme et la méthode de constitution de l'échantillon a été adaptée à différentes reprises afin de limiter les abandons de jeunes et d'améliorer le taux d'intégration. A titre d'exemple, les équipes ont fait précéder le processus de sélection d'une information claire et précise des parties prenantes et de la signature d'un document de « consentement éclairé » des jeunes participants afin de s'assurer que ces derniers ont bien compris le processus de sélection. De même, le tirage au sort avait lieu au plus près du démarrage de la formation pour limiter le nombre d'abandons, maximiser le taux d'intégration et permettre ainsi d'améliorer la constitution de l'échantillon et la fiabilité des résultats de l'expérimentation.

2011 : ouverture de 3 nouveaux sites, actions de communication

2011.1 : Ouverture de nouveaux sites CréaJeunes

Pour 2011, le projet prévoyait l'ouverture de 6 nouveaux sites dans le cadre de l'expérimentation. Cependant, la situation de crise économique aigüe nous a confronté à une réduction des apports financiers de certains des partenaires privés et à un désengagement de nombreuses collectivités locales, alors que les jeunes des quartiers, particulièrement affectés par la crise, manifestent un besoin croissant de suivi et de prise en charge. Face à cette réalité, nous avons concentré nos efforts sur les 13 sites existants pour être en mesure d'apporter aux jeunes intégrant le programme tout le suivi et le financement dont ils ont besoin. Nous avons ouvert 3 nouveaux sites en 2011 au lieu des 6 initialement prévus, ce qui nous a permis de concentrer tous les moyens disponibles sur les 16 sites ouverts et d'assurer une pleine réussite du programme.

Trois nouveaux sites CréaJeunes ont été ouverts en 2011 : Rennes, Cayenne, et Angoulême. Chaque site a réalisé 2 sessions Créajeunes, formant ainsi chacun plus de 10 jeunes dans cette année de démarrage (19 pour Cayenne). Les sites de Cayenne et d'Angoulême ont bénéficié de 2 jours d'appui au démarrage du programme, ainsi que d'une formation continue sur les outils informatiques de gestion et d'information.

2011.2 : Campagne de communication

Plusieurs actions ont été mises en place pour développer l'activité de l'Adie (financement et accompagnement) auprès des jeunes :

- création d'une page Facebook pour chaque site CréaJeunes, afin d'améliorer la visibilité du dispositif, susciter le bouche-à-oreille par les anciens stagiaires qui peuvent ainsi facilement relayer les événements CréaJeunes depuis la page vers leurs contacts, et mettre en réseau les stagiaires anciens et nouveaux .
- organisation d'une importante campagne d'information à destination des jeunes du 10 au 14 octobre 2011. La campagne, d'ampleur nationale (relayées sur les 120 antennes de l'Adie) ne ciblait pas que les candidats à Créajeunes.

Plus de 100 événements ont été organisés sur l'ensemble du territoire, ayant permis de toucher 1 700 jeunes en une semaine. Cette campagne a bénéficié d'un dispositif de communication conséquent (3 500 affiches et 50 000 flyers diffusés localement, une vidéo, un spot radio, des bannières web), de la réalisation d'outils destinés au réseau de l'Adie :

- Présentation de la campagne « jeunes » adaptée aux différents partenaires, avec la valorisation des bonnes pratiques existant dans le réseau,
- Mode d'emploi pour l'animation d'une journée d'information avec des témoignages

- Capitalisation sur les bonnes pratiques du réseau en matière de partenariats et de communication «jeunes » (valorisation de la relation entre la mission locale et le site CréaJeunes de Poitiers grâce à une présentation power point diffusée dans le réseau, diffusion d'une plaquette réalisée par le site de Strasbourg, réalisation d'un bilan pour améliorer l'animation des pages Facebook - contenu, fréquence, etc., valorisation des témoignages, promotion de l'organisation d'évènements réguliers destinés aux anciens stagiaires afin de faire vivre le réseau des « anciens » et de développer le bouche-à-oreille etc..)

Enfin, des moyens de communication directs ont été mis en place sur différents sites pendant la campagne « jeunes » :

- SMS et mailing envoyés par les antennes de Pôle Emploi et les missions locales partenaires pour inviter les jeunes aux journées d'information,
- Affichage et distribution de flyers sur tous les sites qui organisaient un événement,
- Chroniques radios, notamment sur les radios « jeunes » (Le Mouv, Ado FM, France Info, Radio Orient),
- Reprise de l'information sur 87 sites Internet de même que les pages Facebook de l'Adie et le blog CréaJeunes,
- Témoignages de jeunes créateurs venus partager leur expérience avec des jeunes ayant un projet.

Tous les sites CréaJeunes ont été très impliqués dans l'organisation de la campagne « jeunes » et ont bénéficié de ses retombées puisque le « remplissage » des promotions s'est accéléré suite à la campagne.

B. Partenariats

1. relations avec les Partenaires institutionnels et opérationnels

Les partenaires institutionnels : l'Etat par l'intermédiaire des directes, des préfetures, et du Ministère de la Ville (via l'Acisé) a permis, de renforcer les besoins financiers non-couverts par le fonds d'expérimentation pour la Jeunesse, ainsi que les régions, départements et communes. Les entreprises privées et établissements publics (CDC, Pôle Emploi) sont venus compléter le dispositif de subvention. Ainsi les engagements de l'Adie sur le réalisé « produits » complémentaires aux apports du Fonds d'expérimentation pour la Jeunesse est de 114% au terme des 3 années de la convention portant à 51% la part des co-financement.

Les partenaires opérationnels sont Pôle emploi, les missions locales, et les partenaires terrains locaux (associations et collectivités locales, référent social, CCI, BGE ...). Ils sont présents pour l'information et

l'orientation des jeunes, et les relations avec les équipes Adie sont bonnes. Il n'y a pas de modification notable du tissu des partenaires opérationnels au cours de l'expérimentation.

Des partenaires privés, comme UBS, JP Morgan, Total, KPMG, Carrefour, Fondation SNCF, La Banque Postale, la Fondation Elle, Randstad, se sont aussi associés au projet dans le cadre d'apports en bénévolats de compétences, en organisant notamment des jurys de fin de formation qui permettent de conseiller et d'orienter les jeunes par des salariés des entreprises mentionnées à l'issue de la formation dispensée par CréaJeunes.

D'autres partenaires se sont associés au projet en apportant un soutien ponctuel à certains événements. C'est le cas de Skyrock, par exemple, qui s'est associé à l'organisation du concours CréaJeunes de janvier 2010.

L'implication des partenaires dans l'expérimentation s'opère ainsi à plusieurs échelles : information et orientation des jeunes vers le programme, soutien financier et technique au programme et/ou aux jeunes créant leur entreprise, appui en matière de communication.

La coordination entre les différents partenaires est assurée sur le terrain par les responsables de site et, au niveau national, au sein de comités de pilotage et de suivi organisés de façon régulière par la direction des partenariats et le référent national Créajeunes.

Comme indiqué supra, la constitution de l'échantillon pour l'évaluation a été la principale source de tension avec nos partenaires, en particulier les partenaires prescripteurs, dont certains ont trouvé difficile à gérer le principe du tirage au sort aléatoire à la base de la méthode d'évaluation retenue.

➤ **Relations avec le coordinateur régional du Fonds d'expérimentations pour la jeunesse (Direction régionale de la Jeunesse, des Sports et de la Cohésion Sociale)**

Nous avons été régulièrement en contact avec des membres du Ministère de la jeunesse et des solidarités actives, notamment avec MM. Charles Giusti, Jérôme Teillard, Gilles Laborde et Mathieu Valdenaire, ainsi qu'avec la Secrétaire Générale de la Mission d'animation du Fonds d'expérimentations pour la Jeunesse, Mme Malika Kacimi, avec Mme Dao Duy, Responsable administratif et financier, et avec Mme Origny-Fleishman, Chargée de l'animation de projets. Ces contacts se sont établis autour d'échanges de mails, de conversations téléphoniques et d'organisation de réunions soulignant les avancements et les difficultés rencontrées lors de mise en œuvre de l'expérimentation.

Mme Kacimi et M. Valdenaire ont été conviés à l'ensemble des comités de pilotage de l'expérimentation. Ils s'y sont rendus en fonction de leur disponibilité.

Nom de la structure partenaire	Type de structure partenaire	Rôle dans l'expérimentation
Pôle Emploi	Public	prescripteur
Missions locales	Collectivités locales	Prescripteur

En outre de nombreuses prescriptions sont issues de partenaires locaux non détaillés dans la base de donnée Adie ou des réseaux de prescription tels que les CCI, BGE, collectivités locales etc...

2. Partenaires financiers

Financements	Part de ces financements dans le budget total de l'expérimentation (hors évaluation) en %
Fonds d'Expérimentation pour la Jeunesse	49%
Cofinancements extérieurs à la structure	51%
Autofinancement	

C. Pilotage de l'expérimentation

Le pilotage s'est fait à deux niveaux, chacun ayant son comité de pilotage :

- Les comités de pilotage généraux sur CréaJeunes ont rassemblé le porteur du projet et tous les partenaires du programme, publics comme privés.
- Les comités de pilotage « évaluation » ont rassemblé le porteur de projet, la Fondation Total, la DJEPVA et l'Ecole d'Economie de Paris et se sont concentrés essentiellement sur le suivi de la mise en œuvre de l'évaluation de l'expérimentation.

Les comités se sont régulièrement rencontrés pour suivre le déroulement de l'expérimentation et décider des éventuels ajustements nécessaires.

6 comités de pilotage généraux ont eu lieu depuis le lancement de l'opération : les 18 mars et 15 décembre 2008, le 3 juillet 2009, le 26 février 2010.

8 comités de pilotage de l'évaluation ont eu lieu depuis la mise en place du programme : 2 décembre 2008, 24 mars, 24 septembre et 17 novembre 2009 et 5 février, 20 avril, 26 mai et 29 septembre 2010, les 8 février et 3 mai 2011.

D. Difficultés rencontrées

Le programme a rencontré des difficultés au niveau du recrutement régulier de jeunes. En effet, maintenir le flux de jeunes entrant dans le programme nécessite un travail intensif de développement des relations de proximité avec les acteurs sociaux et pour l'emploi au sein des quartiers. Or, l'évaluation par tirage aléatoire fait "perdre" 1/3 du flux de jeunes qui pourraient suivre le programme et suscite des incompréhensions de la part des jeunes et de certains partenaires, freinant en partie le développement du bouche-à-oreille autour du programme.

Pour remédier à ces difficultés et en bonne entente avec les évaluateurs, pour chaque promotion de formation, chaque site Adie CréaJeunes s'est vu attribuer deux « jokers » (candidats sélectionnés qui échappent au processus de tirage au sort).

Par ailleurs, le processus d'information sur le tirage au sort a été modifié, et une confirmation de la disponibilité et de l'intérêt des jeunes est maintenant systématiquement demandée avant le démarrage des promotions et avant le tirage au sort. Cela a permis d'obtenir une très forte amélioration du taux de participation

Ces difficultés de recrutement ont entraîné un retard de plusieurs mois dans la constitution de l'échantillon.

III. Enseignements généraux de l'expérimentation

A. Modélisation du dispositif expérimenté

Le détail du programme Créajeunes a été exposé plus haut (cf. 2009.2 : nouvelle version du parcours Créajeunes). Plus globalement, on peut résumer la mise en œuvre du dispositif et le parcours du jeune dans le tableau suivant :

Phase 1 : recrutement de jeunes avec un projet de création d'activité	Phase 2 : accompagnement amont : formations collectives, accompagnement individuel dans l'élaboration du projet et la recherche de financements	Phase 3 : Accompagnement financier et accompagnement post-crétion : si le projet se concrétise, financement par microcrédit + primes, et accompagnement aval
Objectif : informer les jeunes pour qu'ils puissent suivre le programme	Objectif : Donner aux jeunes les outils de connaissance nécessaires à leur projet de création	Objectif : Donner aux jeunes les moyens financiers de leur projet, et aider au démarrage
Acteurs : prescripteurs, équipes Adie, anciens stagiaires, ..	Acteurs : Stagiaires, et accompagnateurs : Equipes Adie, bénévoles formés « Créajeunes »	Acteurs : Equipes Adie, bénévoles post-crétion
Ressources : Ressources humaines :	Ressources humaines :	Ressources humaines : équipes

partenaires locaux ressources financières : pour campagnes d'information	équipes Adie, formateurs, accompagnateurs Ressources en locaux Ressources financières	Adie, formateurs, accompagnateurs Ressources financières : frais de fonctionnement, en fonds de prêts, primes
--	--	---

B. Enseignements et conditions de transférabilité du dispositif

1. Public visé

Un des grands facteurs de réussite est de se faire connaître : il est très important, pour assurer la tenue de promotions de formation régulières, de faire connaître le programme aux acteurs de terrain présents auprès des jeunes (associations de quartier, missions locales, agences Pôle emploi, etc.), mais également aux jeunes eux-mêmes, par des actions de communication locales et nationales (campagnes de communication, organisation d'événements locaux, participation à des actions de sensibilisation à la création d'entreprise comme voie d'insertion, etc.)

2. Actions menées dans le cadre du dispositif

Il est capital d'assurer le recrutement d'une équipe de bénévoles investis pour animer les ateliers, et garantir une pédagogie active et concrète, adaptée au profil des jeunes ciblés. Il faut donc préparer ce recrutement en amont des l'ouverture des sites Créajeunes.

3. Partenariats, coordination d'acteurs et gouvernance

Afin de pouvoir assurer la mise en réseau des porteurs de projets et jeunes créateurs d'entreprise et valoriser les projets à potentiel, une bonne connaissance économique locale est nécessaire. L'intensité et la qualité des liens partenariaux est un atout. Réciproquement, ces programmes sont l'occasion de renforcer les liens avec les partenaires (jurys, tenue des sessions collectives, mises en réseau).

4. Impacts sur la structure

Les outils de gestion et de suivi doivent intégrer ce nouveau service, ce qui implique des chantiers spécifiques en termes de systèmes d'information.

Conclusion

L'expérimentation Créajeunes a permis de tester la capacité à toucher les jeunes, en particulier les jeunes éloignés de l'emploi, et à les amener à réaliser leur projet de création d'entreprise. Malgré l'arrêt prévu du financement du FEJ et bien que l'évaluation ait été retardée l'Adie a poursuivi et étendu le programme grâce au soutien ponctuel de certains de ses partenaires. Ainsi le programme se déploie actuellement sur 19 sites (Point-à-Pitre, Evry et Nanterre venant compléter les 16 sites ouverts pendant la période de la convention). En 2012, 1271 stagiaires ont été suivis et en 2013, 1331 stagiaires, portant ainsi à 5 239 le nombre de jeunes formés depuis 2008. Parmi les stagiaires, près de 30% ont créé leur entreprise (et 10% ont eu un financement par le microcrédit de l'Adie) et 20% ont trouvé un emploi salarié.

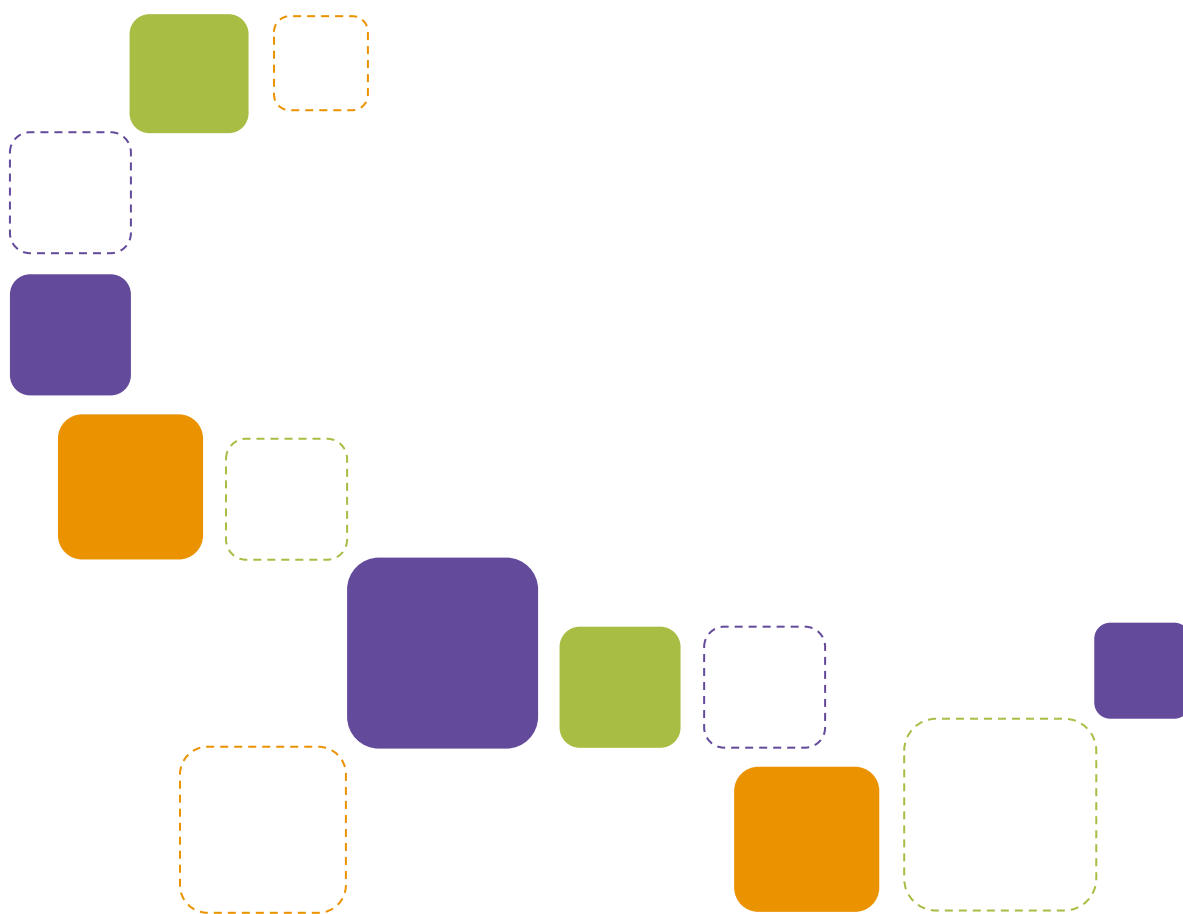
Grâce à cette expérimentation, l'Adie a complété sa gamme de services en y incluant un volet spécifique pour les jeunes. Elle peut ainsi mieux remplir sa mission consistant à favoriser la création d'entreprise et l'inclusion sociale et financière des plus fragiles notamment des jeunes.

En dépit des difficultés rencontrées dans le processus d'évaluation, indiquées dans la présente note de restitution finale, l'Adie souhaite, avec le soutien de l'État, pérenniser et développer ce programme.

Fonds d'Expérimentation pour la Jeunesse

Ministère des Sports, de la Jeunesse, de l'Éducation Populaire et de la Vie Associative
Direction de la Jeunesse, de l'Éducation Populaire et de la Vie Associative

Mission d'Animation du Fonds d'Expérimentation pour la Jeunesse
95, avenue de France – 75650 Paris cedex 13
<http://www.experimentation.jeunes.gouv.fr/>



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

Numéro du projet	HAP_003	Nom de la structure porteuse de projet	Adie		
	Bénéficiaires entrés l'année 1	Bénéficiaires entrés l'année 2	Bénéficiaires entrés l'année 3	Bénéficiaires entrés pendant toute la durée de l'expérimentation	Bénéficiaires ayant abandonnés ou ayant été exclus en cours de dispositif
Nombre de bénéficiaires directement touchés par l'action					
Jeunes	541	721	1033	2295	
Adultes					
Nombre total de bénéficiaires	541	721	1033	2295	

Bénéficiaires entrés pendant toute la durée de l'expérimentation

Nombre de bénéficiaires directement touchés par l'action à l'entrée du dispositif, par caractéristiques	
1. Jeunes	
Âge	
Moins de 6 ans	
6-10 ans	
10-16 ans	
16-18 ans	
18-25 ans	1127
Autres : 26-32 ans	1168
Autres : <i>(préciser)</i>	
Situation	
Elèves en pré-élémentaire	
Elèves en élémentaire	
Collégiens	
Lycéens en LEGT	
Lycéens en lycée professionnel	
Jeunes apprentis en CFA	
Étudiants du supérieur	
Demandeurs d'emploi	921
Actifs occupés	352
Autres : inactif ou non renseigné	875
Autres : <i>travailleur indépendant</i>	147
Niveau de formation	
Infra V	124
Niveau V	654
Niveau IV	624
Niveau III	429
Niveau II	464
Niveau I	
Sexe	
Filles	1097
Garçons	1198
2. Adultes	
Qualité	
Parents	0
Enseignants	0
Conseillers d'orientation-psychologues	0
Conseillers principaux d'éducation	0
Conseillers d'insertion professionnelle	0
Animateurs	0
Éducateurs spécialisés	0
Autres : <i>(préciser)</i>	0
Autres : <i>(préciser)</i>	0

Réalisation

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

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

Restitution finale du porteur de projet

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

Numéro du projet	Description synthétique de chaque action	Durée en mois	Ressources humaines mobilisées			Ressources matérielles mobilisées		
			Effectifs	ETP	Type de personnel concerné (qualifications)	Achats	Prestations de services	Autre (préciser)
1. Préparation du projet								
Action n°1	2009 : Organisation et ingénierie du projet, Organisation de la communication pour recruter, Mise en ligne d'un blog, Intégration de Créajeunes dans les systèmes de gestion et de reporting, Organisation de l'évaluation réalisée par PSE, Réalisation ds sessions Créajeunes sur les 6 puis 7 sites Nouvelle version du programme Lancement du site créajeunes Picardie	12	74	25	ingénieurs projet, chargés de communication, directeurs régionaux, responsables accompagnement, conseillers accompagnement, formateurs, personnel administratif			
2. Mise en œuvre du projet								
Action n°1	2010 : Ouverture de 6 sites Recrutement et formation des responsables de site Formation des bénévoles Organisation et réalisation des sessions sur les 7 puis 13 sites Concours du meilleur projet de création Organisation et réalisation de la Campagne Jeunes	12	80	29	ingénieurs projet, directeurs régionaux, responsables accompagnement, conseillers accompagnement, formateurs, personnel administratif			
Action n°2	2011 : Ouverture de 3 nouveaux sites Recrutement et formation des responsables de site Formation bénévoles, organisation et réalisation du prix "Coup de cœur" KPMG Organisation et réalisation de la Campagne Jeunes Organisation et réalisation des sessions Créajeunes sur les 13 puis 16 sites	12	89	32	ingénieurs projet, directeurs régionaux, responsables accompagnement, conseillers accompagnement, formateurs, personnel administratif			
3. Achèvement du projet								
Action n°1	le projet s'étant transformé en un programme pérenne, il n'y a pas d'actions d'achèvement du projet pour ce qui est de l'expérimentation							