



Projet « Milo'Lab : le Rezo nomade des Missions Locales »

Retour sur 3 années d'expérimentation en Bourgogne Franche-Comté 2020-2023



Chiffres clés

23

**Missions Locales et
1 ARML mobilisées**



5 133

jeunes repérés



1 840

jeunes mobilisés



394

**partenaires
locaux associés**



256

**accueils hors les
murs ou nomades
réalisés**



Les enjeux

Lauréat de l'appel à projets du **Plan d'Investissement dans les Compétences** dédié au repérage des publics dits invisibles, ce projet porté par l'ARML BFC a rassemblé **23 Missions Locales** et plus de **380 partenaires** autour de cet enjeu commun.

Cette action a permis aux Missions Locales d'expérimenter entre janvier 2020 et juin 2023 de **nouvelles stratégies d'action** :

- « **Aller vers** » les jeunes et sortir de l'approche « guichet » en proposant notamment des lieux d'accueil nomades
- Développer de nouvelles stratégies partenariales axées sur le **repérage des jeunes non connus du réseau**

Un projet regroupant 10 actions

ACTION	Durée
ACTION 1 Expérimenter le webmarketing pour repérer les jeunes dits « invisibles » (Action régionale ARML et 23 Missions Locales)	Janvier 2020 à juin 2023
ACTION 2 Milo Hors les murs, « aller vers » les jeunes via une approche renouvelée du partenariat (Mission Locale Rurale de Beaune -21)	Janvier 2020 à juin 2023
ACTION 3 Mission Locale itinérante « Milo Mobile » (Mission Locale des Marches de Bourgogne -21)	Janvier 2020 à juin 2023
ACTION 4 Repérer et mobiliser les jeunes « invisibles » sur les territoires couverts par l'élargissement de ses partenaires (Mission Locale Sud Jura -39)	Janvier 2020 à juin 2023
ACTION 5 Repérage des publics via des passerelles intérim/ Mission Locale et repérage des publics par les pairs (Mission Locale Bourgogne Nivernaise -58)	Janvier 2020 à juin 2023
ACTION 6 Cellule Acteurs Terrain (Mission Locale du Chalonnais -71)	Janvier 2020 à décembre 2020
ACTION 7 Nomade, Rural et Connecté (Mission Locale du Charolais et Syntax Erreur -71)	Janvier 2020 à juin 2023
ACTION 8 Repérer des jeunes non connus de la Mission Locale (ou plus du tout en contact) dans les entreprises de travail temporaire installées sur le territoire (Mission Locale Bresse Louhannaise -71)	Janvier 2020 à juin 2023
ACTION 9 Repérage des publics par des lieux d'accueil et d'information nomades (AGIRE Mission Locale Creusot Montceau -71)	Janvier 2020 à juin 2021
ACTION 10 Se rendre visible auprès des invisibles (Mission Locale Haut Doubs – 25)	Janvier 2020 à juin 2023
INGENIERIE/ LAB REGIONAL portée par l'ARML	Janvier 2020 à juin 2023

Les différentes approches expérimentées

Le projet s'est axé autour de **6 approches de repérage et d'allers vers**.

Chaque Mission Locale a défini localement sa propre approche, et l'a enrichi au fur et à mesure de la vie du projet.

Il n'y a pas **eu une approche unique**, mais **une diversité d'actions et de moments de vie des projets**.

Les projets ont pu s'enrichir des premiers constats, des besoins identifiés sur le territoire, en confrontant un modèle envisagé a priori à la réalité du repérage. La majorité des actions ont donc évolué entre la phase de déploiement en 2020-2021 et la phase de consolidation entre 2022 et juin 2023.

	Maraude	Véhicule itinérant	Repérage via des acteurs de proximité	Présence dans un lieu tiers	Repérage via des événements ou dans les lieux de rencontre	Réseaux sociaux/webmarketing
Action 1 – ARML et 23 Missions Locales						
Action 2 – Mission Locale Beaune						
Action 3 – Marches de Bourgogne						
Action 4 – Mission Locale Sud Jura						
Action 5 – Mission Locale Bourgogne Nivernaise						
Action 6 – Mission Locale Chalonnais						
Action 7 – Mission Locale Charolais						
Action 8 – Mission Locale Bresse Louhannaise						
Action 9 – Agire Creusot Montceau						
Action 10 – Mission Locale Haut Doubs						

La mobilisation informelle pour établir un 1er contact

Les approches de mobilisation informelle testées sont appréciées des jeunes.

Ces approches ont permis d'établir **un 1er point d'accroche** qui pour certains s'est prolongé vers un accompagnement.

De façon générale, les jeunes ont apprécié le fait qu'une institution, un « service public », vienne à leur rencontre et s'intéresse à eux.

Cela a permis d'établir un 1er lien de confiance à travers **une rencontre informelle dont la temporalité n'est pas normée** par la durée d'un entretien ou d'un atelier.

Cette mobilisation informelle hors les murs fonctionne, mais a besoin de temps pour nouer une relation de confiance et leur permettre de franchir le pas vers une phase de remobilisation, avant d'envisager de rejoindre le « droit commun ».

Les principaux impacts identifiés auprès des jeunes repérés

La satisfaction d'un 1 ^{er} contact de proximité et accessible sans rendez-vous	Un « déclic » qui intervient différemment en fonction du cheminement de chacun, et donc un besoin accru de personnalisation et de disponibilité
Un accueil très positif autour du « hors les murs » et d'une démarche moins institutionnelle/plus ludique : une nouvelle « posture » appréciée	Une démarche qui prend du temps, avec des reprises de contact pouvant aller jusqu'à plusieurs mois après le 1 ^{er} échange hors les murs
Une « mise en confiance » pour franchir la porte de la Mission Locale pour une partie du public	Une majorité de jeunes repérés sans a priori négatifs sur la Mission Locale et le SPE
La satisfaction des familles (parents/grands-parents) d'avoir un 1 ^{er} niveau d'information de proximité	La centralité de la question de la mobilité pour les jeunes ruraux dans l'accessibilité au SPE
Des jeunes repérés dont le besoin immédiat est celui d'une information ponctuelle ou d'une aide ponctuelle et qui ne souhaitent pas aller plus loin	Des périodes plus propices au repérage : début et fin d'année scolaire

De nouvelles approches et pratiques professionnelles

Le projet a fait émerger de **nouvelles pratiques professionnelles** et de nouveaux modes opératoires qui ont eu besoin de temps pour se tester, être validés et s'inscrire de manière pérenne dans les pratiques :

- **Pratiquer l'écoute en dehors de toute étiquette institutionnelle et de toute demande de l'institution** vis-à-vis du jeune
- **Exercer ses fonctions de dehors des lieux habituels** de travail
- Intervenir dans des espaces qui ne sont pas propres à l'insertion et qui supposent donc de savoir capter l'attention autrement et la retenir
- **Parler différemment de la Mission Locale**, en s'adaptant au lieu où l'on se trouve, en présentant autrement son offre de service
- **Intervenir auprès de parents ou de proches** et pas uniquement auprès des jeunes
- **Tester des propositions en adéquation avec les nouveaux usages** des jeunes et leurs nouvelles temporalités
- **Communiquer pour se rendre visibles** et annoncer sa venue, aller au-devant des partenaires

Les principaux impacts identifiés auprès des professionnels de Mission Locale

Expérimentation de nouvelles approches informelles et ludiques	Apparition d'un nouveau métier « conseiller repérage »
Expérimentation de nouvelles modalités d'accueil et d'écoute, en dehors de l'institution et d'un cadre d'intervention	Ouverture d'une réflexion collective au sein de l'équipe sur l'offre de service, les modalités d'accueil, au-delà du projet repérage
Réflexion permanente sur l'adaptation du projet repérage aux besoins du public	Intégration du hors les murs dans l'activité régulière de la Milo, au-delà du projet repérage
Animation d'un réseau de partenaires dont le cœur de métier n'est pas l'emploi ou la formation	Mobilisation collective de l'équipe autour de cette nouvelle approche pendant la vie du projet (hors les murs, développement des partenariats)

La mise en réseau au sein du territoire

L'approche déployée intégrait **le développement de partenariats** sur le territoire pour les 9 actions locales du projet.

Si l'accueil des partenaires **a été très positif**, l'effectivité du partenariat a pris du temps, particulièrement en contexte de crise sanitaire lors du démarrage de l'action.

L'animation et des relations régulières a donc été la clé pour faciliter l'appropriation de l'action par les partenaires.

Parmi **les partenariats les plus actifs**, on peut citer :

- les mairies, les associations caritatives, les épiceries sociales, les centres sociaux, les auto-écoles, les agences d'intérim, les résidences sociales, les CDOS, les clubs sportifs, les associations culturelles ou de loisirs, les lieux tiers de la médiation numérique, les commerces, les food-trucks et la restauration rapide, le SDIS, etc.

Les principaux impacts identifiés sur le volet partenarial	
Le renforcement des liens avec les partenaires et du maillage partenarial sur le territoire	La remobilisation de certains partenariats du fait du changement d'approche
Une meilleure connaissance de l'offre de service de la Mission Locale en externe	La création/ rénovation des méthodes de travail collaboratives
Une meilleure visibilité de la Mission Locale sur son territoire	Le renforcement de l'interconnaissance des offres de service des acteurs sur le territoire
Un accueil très positif des partenaires autour du projet et du « hors les murs » : une nouvelle « posture » appréciée	La sensibilisation des partenaires aux usages et attentes de la génération Z
De nouvelles orientations de jeunes et renforcement des échanges sur le suivi des parcours	La mise en place d'actions communes en dehors du projet repérage

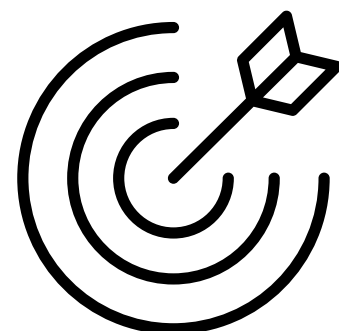
Focus sur l'action webmarketing

OBJECTIFS :

- Proposer **un mode de contact et d'interaction en cohérence avec les pratiques et usages des jeunes** (interactivité, accessibilité, mobilité, immédiateté)
- **Casser les codes de « l'institution »** via une approche ludique et une attention sur la forme
- **Susciter le déclic** pour une prise de contact avec la Mission Locale quelle que soit l'échéance (« petits pas », contact en dehors d'attentes institutionnelles)
- **Un portage régional** par l'ARML qui outille et professionnalise les Missions Locales pour inscrire les pratiques dans la durée

ACTIONS :

- Expérimenter un **1er contact a distance « quand et ou je veux »**
- S'appropriier **les réseaux sociaux comme un outil de repérage, d'accueil et d'information**
- Se rendre visible en mobilisant le **webmarketing**



Invisibilité ou non-recours ?

Après plus de 3 années d'expérimentations, la question de l'invisibilité et de sa réalité reste posée par les Missions Locales parties prenantes.

L'approche du non-recours semble plus pertinente pour comprendre les différentes situations et réalités rencontrées au cours des projets.

Le principal enseignement de ce projet est **que la prévention et la lutte contre le non recours se joue dans la relation entre un individu et l'institution**, et pas uniquement sur l'ouverture formelle des droits des jeunes avec la mise en place de mesures dédiées.

Le « **décllic** » est aussi lié très souvent à des **événements biographiques** (rencontres, déménagement etc.), **des perspectives temporelles** (majorité, rentrée scolaire etc.), **ou un cheminement personnel dans la construction de son identité** de jeune adulte.

L'ODENORE* distingue quatre registres explicatifs du non-recours :

- Le non recours par non connaissance :
l'offre n'est pas connue par les individus
- Le non recours par non demande :
l'offre est connue, mais n'est pas demandée
 - Le non recours par non proposition :
l'offre n'est pas proposée par les professionnels
- Le non recours par non réception :
l'offre est connue, demandée, mais n'est pas reçue

** L'ODENORE est l'observatoire des non-recours aux droits et services de l'Université Grenoble-Alpes*

Invisibilité ou non-recours ?

Motifs du non recours selon l'ODENORE et rencontrés auprès des jeunes repérés en BFC

Non recours par non connaissance	Non recours par non demande
Non information <i>Je n'ai pas d'informations sur l'existence des institutions, des droits, services et dispositifs</i>	Protection de soi <i>Je suis découragé, j'ai peur de nouveaux échecs et ne me sent pas capable</i>
Non compréhension <i>Je comprends partiellement l'information sur l'offre, le fonctionnement des institutions, des démarches</i>	Affirmation de soi <i>J'y arriverai seul, je suis autonome vs je suis un « assisté »</i> <i>Je revendique le droit d'expérimenter autre chose, de « faire une pause »</i>
Non concernement <i>Je ne me sens pas concerné, je pense que je n'y ai pas droit</i>	Insatisfaction <i>Je n'adhère pas à ce qui est proposé ou à la manière dont cela fonctionne</i>

Caractéristiques des jeunes repérés

Entre janvier 2020 et juin 2023, **5 133 jeunes ont été repérés** dans le cadre du projet.

Un jeune dit « repéré » est tout jeune de **16 et 29 ans**, **non connu de la Mission Locale** ou connu mais sans contact depuis plus de 12 mois, avec qui un 1er contact est établi dans le cadre de l'action. Il s'agit en priorité de jeunes NEET (*sans situation emploi/formation*).

On constate qu'il s'agit majoritairement de jeunes femmes, qui ont entre 18 et 25 ans. **50%** sont sans qualification validée, **30%** ont un niveau Bac ou plus validé. **Moins de 5%** se déclarent en situation de décrochage scolaire.

Principales caractéristiques des jeunes repérés	Part en %
Données sur la base de la totalité de l'échantillon :	
Femmes	53%
Hommes	47%
Moins de 18 ans	24%
Entre 18 et 25 ans	75%
Plus de 26 ans	1%
Données sur la base des éléments collectés* :	
Personnes en situation de handicap	1%
Résidant en ZRR	17%
Résidant en QPV	4%
Décrocheur scolaire	4%
Sans aucune qualification validée (niveaux 1 à 3)	50%
Niveau 3 validé (CAP- BEP)	11%
Niveau 4 validé (baccalauréat)	9%
Niveaux supra 4 validés	29%

* la collecte des données était soumise à l'autorisation des jeunes repérés, tous n'ont pas souhaité répondre.

Caractéristiques des jeunes mobilisés

Entre janvier 2020 et juin 2023, **1 840 jeunes ont été mobilisés** dans le cadre du projet.

Un jeune dit « mobilisé » est tout jeune de 16 et 29 ans, non connu de la Mission Locale ou connu mais sans contact depuis plus de 12 mois, avec qui un 2ème contact est établi dans le cadre de l'action. Il s'agit en priorité de jeunes NEET (*sans situation emploi/formation*).

Ce 2ème contact peut prendre des formes diverses mais doit être réalisé en amont de toute procédure dite de 1er accueil en Mission Locale.

Le parcours de mobilisation au sein du projet démarre à compter de ce 2ème contact, jusqu'à l'abandon du jeune (*déclaré ou non*) ou l'orientation vers le droit commun (*à la Mission Locale via la procédure dite de 1er accueil ou chez un autre acteur*).

Principales caractéristiques des jeunes mobilisés à l'entrée en parcours	Part en %
A eu une immersion professionnelle dans les 12 mois précédant l'entrée en parcours	20%
A eu une formation dans les 12 mois précédant l'entrée en parcours	28%
Est inscrit auprès du SPE (Pôle emploi, autre mission locale, cap emploi)	50%
A des ressources financières	19%
A un domicile	93%
Est en possession d'une carte vitale	88%
Dispose d'un moyen de transport	74%
A eu un contact avec un conseiller (social, professionnel, santé, accès aux droits) dans les 12 mois qui précèdent l'entrée en parcours	22%
A eu un contact avec un conseiller (social, professionnel, santé, accès aux droits) dans les 3 mois qui précèdent l'entrée en parcours	26%

Les parcours de mobilisation

Pendant cette phase de mobilisation, **47% des jeunes ont eu en moyenne un contact ou plus par mois avec la Mission Locale**. Les jeunes ont ainsi continué à avoir des échanges avec la Milo et ont pu participer à des actions réalisées ouvertes aux jeunes sans dispositif d'accompagnement (*atelier, info coll, job dating etc.*).

La durée des parcours de mobilisation (*entre le 2ème contact et le premier accueil en Mission Locale*) est de moins de 3 mois pour la moitié des jeunes mobilisés.

On constate toutefois que pour une partie du public, ce cheminement vers le droit commun peut prendre plus de temps. Pour près d'1/5ème des jeunes mobilisés, cela a pris entre 12 et 36 mois.

On observe un taux de sortie anticipée de 46%. Cela signifie que ces jeunes n'ont pas donné suite aux sollicitations de la Mission Locale.

Principales caractéristiques du parcours de mobilisation	En %
Parcours d'une durée inférieure à 3 mois	50%
Parcours d'une durée de 3 à 6 mois	16%
Parcours d'une durée de 6 à 12 mois	15%
Parcours d'une durée de 12 à 24 mois	12%
Parcours d'une durée supérieure à 24 mois	7%

Nombre de contacts avec un professionnel de la Mission Locale lors du parcours de mobilisation	En %
Moins d'une fois par mois	31%
Plus d'une fois par mois	23%
1 fois par mois	24%
Plus d'une fois par semaine	7%
1 fois par semaine	15%

L'accès aux droit commun

A l'issue du parcours de mobilisation, près de **490 jeunes repérés et mobilisés ont intégré un dispositif d'accompagnement** dans le cadre du droit commun.

On comptabilise plus de **800 situations d'emploi, de formation ou d'immersion** à l'issue des parcours de mobilisation. Ces résultats ne se cumulent pas des entrées en dispositif d'accompagnement, un jeune pouvant être en dispositif et en formation et inversement.

L'accès à des dispositifs d'accompagnement à l'issue du parcours de mobilisation *	Nb de situations
PACEA	240
Garantie Jeunes	63
CEJ Mission Locale	125
Parrainage Mission Locale	8
CEJ Pôle emploi	24
AIJ Pôle emploi	22
Autres situations d'accompagnement	5
TOTAL	487

* Un jeune peut connaître plusieurs situations

La situation des jeunes à l'issue du parcours de mobilisation*	Nb de situations
Immersion professionnelle (PMSMP)	48
Contrat de volontariat, bénévolat	13
Retour en scolarité initiale	30
Formation	58
Alternance	48
Emploi	607
TOTAL	804

* On mesure ici la meilleure situation connue après le parcours de mobilisation et dont a connaissance la Mission Locale. Un jeune peut connaître plusieurs situations.