

BAROMÈTRE DE L'ACTION PUBLIQUE HAUTES-PYRÉNÉES

Retour sur la consultation 1 Jeune, 1 Solution
Mai 2021





Plan de ce document

- 1** — Rappel du dispositif
- 2** — Principaux enseignements
- 3** — Propositions principales
- 4** — Autres pistes d'action

1

RAPPEL DU
DISPOSITIF

Une démarche d'immersion complémentaire à la consultation en ligne

11

lieux visités

Mission Locale de Tarbes Laubadère
CMA - L'École des métiers de Tarbes
Pôle emploi de Tarbes
Préfecture de Tarbes
Lycée Pro Reffye à Tarbes
Antenne mobile de la Mission Locale à
Esquièze-Sère
EHPAD d'Argelès-Gazost
Entreprise Alsemeyer d'Agos Vidalos



60
jeunes

15
accompagnateurs

10
employeurs

2

PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

Grandes thématiques retenues

JEUNES

Pas connaissance du dispositif IJIS et de la diversité des parcours possibles

Difficultés vécues pour construire leur parcours professionnel

Des obstacles à la recherche d'emploi

Les usages actuels pour s'informer sur l'emploi et la formation

Des dispositifs d'accompagnement plébiscités

STRUCTURES D'ACCOMPAGNEMENT

Une mauvaise coordination entre acteurs avec des phénomènes de concurrence

EMPLOYEURS

Les aides du dispositif IJIS sont connues et jugées utiles

Les difficultés vécues par les employeurs pour embaucher des jeunes

Un manque de préparation au monde professionnel chez les jeunes

Les employeurs souhaitent une meilleure coordination avec l'Education Nationale

FOCUS
JEUNES

Les jeunes n'ont pas connaissance du dispositif IJIS et de la diversité des parcours possibles

— Un déficit de notoriété du dispositif IJIS en tant que tel

"Je connais le nom à la limite" "J'ai vu la pub sur Instagram mais je ne suis pas allée sur le site"

= Une connaissance inégale des aides contenues dans le dispositif IJIS : les jeunes accompagnés sont globalement bien informés (avec un biais important néanmoins selon l'origine de l'information : Lycée général, Mission Locale, CFA), tandis que les jeunes hors-radars sont laissés pour compte.

"Il y a des jeunes invisibles (hors études, formation, mission locale, stage, emploi), qui sont hors radars et n'ont aucune info sur leurs droits. Ils sont démunis. Pour eux, l'employeur est le point de repère (déclenche assurance maladie par exemple)"



PISTES D'ACTION

- Identifier les influenceurs locaux et les canaux de diffusion privilégiés par les jeunes, en particulier ceux issus des milieux les plus défavorisés
- Nommer des jeunes ambassadeurs du dispositif en local, tels que Jimmy Hoffmann
- Profiter du Service national Universel pour valoriser le dispositif IJIS
- Travailler en lien avec la CAF pour diffuser des communications sur le dispositif aux parents allocataires

Difficultés vécues par les jeunes pour construire leur parcours professionnel

— Une hiérarchisation des parcours entre les filières générales et professionnelles

“J’ai toujours entendu que si on n’avait pas le bac général, on ne pourrait rien faire dans la vie.”

— Les jeunes ne sont pas outillés pour se construire un parcours personnalisé et un manque de lien entre éducation nationale et monde professionnel

*“15 - 18 ans c’est trop tôt pour choisir son parcours, c’est difficile de revenir sur ses pas”
“Les jeunes ne sont pas accompagnés pour se questionner sur ce qu’ils veulent faire dans la vie. Ils n’ont pas suffisamment l’occasion de rencontrer des professionnels et de tester des métiers.”*

— Un accompagnement défaillant à des moments charnières d’orientation

“Si le conseiller d’orientation ne m’avait pas envoyée dans le mur, je n’en serais pas là aujourd’hui” “Les conseillers d’orientation devraient être aussi bien formés que les conseillers de la mission locale.”



PISTES D’ACTION

- Favoriser le dialogue entre les filières pro et l’école en organisant des temps de rencontre, de co-création, dans un cadre de confiance permettant la mise en mouvement
- Promouvoir la richesse des métiers locaux, par exemple à travers des témoignages de professionnels
- Traiter le problème de l’orientation locale en ciblant mieux les besoins du territoire, à travers un dialogue de filière
- Utiliser les outils de type startups d’État permettant de faciliter l’orientation des jeunes

Des obstacles à la recherche d'emploi pour les jeunes

— Des difficultés pour la mobilité (permis & voiture) et l'accès au logement

“Si t’as pas le permis, tu as peu de chances d’être embauché, c’est souvent la première chose qu’on demande...” *“Dans un département fortement rural, avoir son permis est indispensable. Les jeunes sont aidés pour le passer (prime de 500 euros) mais ensuite, nombreux sont ceux qui n’ont pas les moyens d’acquérir et d’entretenir un véhicule pour aller travailler.”* *“La faiblesse de l’offre locative abordable dans le département est un frein à la mobilité des jeunes, que ce soit pour se former, un stage ou un travail.”*

— Le contexte difficile de la crise Covid19

“Les jeunes sont sans projets depuis le début de la crise sanitaire. Isolement, peu d’embauche, les formations ont été stoppées ou ne peuvent être menées sereinement.” *“La crise a engendré un manque de formation qui se ressent dans les nouveaux emplois.”*



PISTES D’ACTION

- Prolonger les contrats aidés pour que les jeunes puissent bénéficier de leurs formations, qui ont été stoppées ou menées dans de mauvaises conditions pendant la crise sanitaire
- Développer des dispositifs innovants à faible coûts pour améliorer l’accession au logement (ex : cohabitation intergénérationnelle, occupation de lieux vacants, internats, etc).

Les usages des jeunes pour s'informer sur l'emploi et la formation



L'importance des groupes de pairs et du bouche à oreille

"Localement, les jeunes s'informent par le bouche à oreille, via Pôle Emploi, via la Page Fb "Tu sais que tu viens de Tarbes", via leurs proches ou encore à la Mission locale." "C'est ma grande sœur qui m'a parlé du service civique ! Sinon, non je n'ai jamais entendu parler de ce contrat."



Une utilisation généralisée des réseaux sociaux ainsi que des sites spécialisés

"Pour chercher un stage ou une formation, je vais sur internet (indeed, le bon coin, la bonne boîte, etc. ou sur les réseaux : Snapchat, facebook ou Instagram." "J'apprécie l'aspect communauté et l'entraide sur les groupes de recherche d'emploi sur Facebook" "Mes sources pour rechercher des annonces d'emploi sont Indeed, Facebook, les pubs Snap, Oxygène et Odéo sur Facebook, le Bon Coin, Pôle Emploi, la Chambre de Commerce"



Utilisation du mobile et usage des notifications

"Je trouve des offres sur Indeed et utilise beaucoup l'application pour recevoir des notifications personnalisées"



Certains jeunes favorisent toujours l'information directe, en se rendant sur place

"Je préfère me déplacer en personne pour trouver un apprentissage"



PISTES D'ACTION

- Mieux utiliser les canaux d'information utilisés par les jeunes.
- Favoriser le bouche à oreilles.

Des dispositifs d'accompagnement plébiscités par les jeunes



Les jeunes identifient clairement leurs besoins d'accompagnement (personnalisé, en collectif, être boostés, avoir un revenu, tester des métiers, favoriser la pratique) et plébiscitent les structures qui y répondent, telles que la Mission Locale.

“La garantie jeunes, ça nous permet de reprendre une vie sociale, on se sent moins seul, surtout grâce au mois où l'on travaille en collectif, il y a de l'entraide, on a l'impression d'avancer.” *“Les avantages de la garantie jeunes, c'est qu'on est moins seul, on a une aide financière pour payer nos forfaits de téléphone et les tickets de bus et on nous propose un accompagnement adapté pour tester différentes choses.”*

“La garantie jeunes nous aide à trouver des stages: quand on ne sait pas quoi faire, on peut faire des stages courts de quelques mois pour voir si ça nous plaît.”



PISTES D'ACTION

- Travailler avec la presse locale pour valoriser les dispositifs tels que la garantie jeune.
- Proposer des “briques” d'accompagnement aux jeunes correspondant à leurs attentes sur la plateforme IJIS (pas uniquement via la Mission Locale). *Exemple : se connecter à un groupe de jeunes dans la même situation que soi, tester facilement une formation, identifier les portes de sortie d'un métier...*

FOCUS
EMPLOYEURS

Les aides du dispositif IJIS sont connues par les employeurs et jugées utiles

NB : un panel déjà sensibilisé car recruté par la mission locale



Des aides connues et clairement incitatives

“ Le plan IJIS nous a clairement incités à faire plus d'embauches !” “L'AFPR (aide à la formation professionnelle) qui permet des formations à travers des mise en situation de 4 à 5 semaines est très efficace.” “ Il faudrait valoriser d'autres dispositifs qui marchent bien et qui ne sont pas forcément estampillés IJIS (“exemple: 6 mois sans contrat”)”



Avec parfois quelques lourdeurs administratives

“Pour une petite entreprise et avec le turnover important chez les jeunes démotivés, la gestion administrative de l'embauche des jeunes et le suivi de l'obtention des aides demande du temps”



Et des situations disparates sur le territoire

“ L'accompagnement délivré aux employeurs par les Pôle Emploi est très disparate et inégal entre certaines agences urbaines et les agence rurales. Certaines agences sont débordées, traitent trop de dossiers et fournissent un accompagnement minimal (entretien impersonnel en fin de contrat PEC avec le jeune)”



PISTES D'ACTION

- Il faudrait **créer des dispositifs similaires au QPV pour la zone de Montagne et la grande ruralité, tant au niveau financier que dans l'accompagnement.**

Les difficultés vécues par les employeurs pour embaucher des jeunes

— Des difficultés pour identifier un vivier de candidats “jeunes”

“Ce n’est pas parce qu’il y a des aides à l’embauche des jeunes qu’on va en recruter: il faut surtout trouver des profils adaptés à nos besoins.” “Problèmes pour recruter : 1500 offres qui restent sans preneurs en Occitanie (dont 40 dans le 65)”

— Certains secteurs souffrent d’une mauvaise image et peinent à recruter et conserver leurs salariés jeunes

“Le secteur de l’aide à domicile souffre d’une mauvaise image auprès des jeunes (conditions de travail difficiles et rémunération faible). Ce qui explique entre autres une pénurie de main d’oeuvre et un fort turnover.”

“Les jeunes ont du mal à se projeter sur ces métiers qu’ils imaginent devoir exercer toute leur vie à la même position, dans les mêmes fonctions”.



PISTES D’ACTION

- Il faudrait ajouter un onglet “profils” sur la plateforme IJIS pour que les jeunes puissent déposer leurs candidatures

Un manque de préparation au monde professionnel chez les jeunes

⊖ Les employeurs recherchent des jeunes motivés, avec de bonnes compétences relationnelles

“Les jeunes sont souvent peu motivés. En conséquence, un manque d’assiduité et quelques abandons après la première journée.”

“De nouveaux besoins de compétences suite à la crise sanitaire et à la numérisation : recruter des personnes qui savent “aller vers” les gens. Identifier les profils qui créent du lien avec les clients. Il n’est plus forcément question de compétences technique mais plutôt de compétences humaines, ce qui est difficile à trouver. Pour arriver à identifier ces profils, il faut pouvoir tester les jeunes pendant 1 ou 2 semaines.”

⊖ Le contexte de la crise a entraîné un gel des embauches, un manque de formation chez les jeunes ainsi qu’un manque d’accompagnement lors du premier emploi

“La crise a engendré un manque de formation qui se ressent dans les nouveaux emplois.” “Les jeunes sont sans projets depuis le début de la crise sanitaire. Isolement, peu d’embauche, les formations ont été stoppées ou ne peuvent être menées sereinement.”



PISTES D’ACTION

- Continuer d’offrir des formations aux softs skills. Permettre à des jeunes exerçant des métiers manuels de diversifier leurs compétences s’ils le souhaitent (ex : vente, commerce, marketing digital, analyse de données, ...).
- Besoin de prolonger les contrats aidés pour que les jeunes puissent bénéficier de leurs formations, qui ont été stoppées ou menées dans de mauvaises conditions pendant la crise sanitaire

Les employeurs souhaitent une meilleure coordination avec l'Éducation Nationale

- ⊕ **Les employeurs plébiscitent davantage de contact avec le monde professionnel dès le collège et le lycée, pour permettre aux jeunes de se projeter dans des parcours de vie et de découvrir ce qui les motive.**

“Rénover totalement l'orientation à l'école, en passant plus par des témoignages, de la mise en situation, de la perspective sur les métiers (ex : commencer au bas de l'échelle d'un métier ne veut pas dire rester bloquer dans cette fonction).”

“Il faut redorer l'image de l'entreprise en le faisant mieux rentrer dans l'école. > Exemple inspirant : les territoires où des filières, à l'instar de l'aéronautique ou de l'acier ont su jouer un rôle d'intégration entre besoin du territoire et programme éducatif, via un fort lien entre scolaire et entreprises.”

“ Renforcer les interventions en milieu scolaire d'acteurs clé du 65.”



PISTES D'ACTION

- Faire intervenir des acteurs clés du 65 auprès des jeunes au collège et au lycée
- Mettre en valeur des parcours de jeunes adultes qui ont réussi, afin d'inspirer les plus jeunes

FOCUS
ACCOMPAGNATEURS

Une mauvaise coordination entre acteurs avec des phénomènes de concurrence



Depuis l'ouverture des formations professionnelles (CAP) dans les lycées, il y a une compétition avec les CFA, qui peinent à remplir leurs formations. Il y a un manque de coordination entre ces acteurs qui engendre un déséquilibre de l'offre sur le territoire (ex : deux formations chocolatier dans le même secteur de Tarbes)

“Aujourd'hui tout le monde fait de l'apprentissage, l'éducation nationale crée ses propres formations alors que nous en avons déjà, c'est contre-productif, on risque de ne plus arriver à remplir les CFA...”



On retrouve cette logique de concurrence entre dispositifs : entre les lycées et la garantie jeune, entre la garantie jeune et l'apprentissage

“On a essayé de se rapprocher de l'Education nationale pour présenter des dispositifs comme la garantie jeunes mais ils pensent que cela va créer un appel d'air, qu'on va débaucher les jeunes...” “ Pour un jeune, il n'y a pas beaucoup de différence (financière) entre la garantie jeunes et l'alternance...”

“L'Éducation Nationale ne fait pas la promotion de la Mission Locale, ils ont peur d'un appel d'air”



PISTES D'ACTION

- Il faut cartographier l'offre de services sur le territoire (les formations professionnelles délivrées dans les Lycées & celles des CFA) et communiquer sur cette offre globale pour éviter la concurrence entre dispositifs.
- Travailler avec l'EN

3

PROPOSITIONS PRINCIPALES

3 pistes d'action à mettre en oeuvre

1

Cartographier l'offre d'apprentissage et les dispositifs dédiés à la formation des jeunes sur le territoire. Identifier les zones de friction (offres en doublons), les zones blanches (sans aucune offre), ou à fort potentiel (offre restreinte en rapport de la demande locale).

2

Animer un **dispositif de concertation entre les missions locales et l'éducation nationale** (Directeurs d'Établissement, conseiller d'orientation) pour valoriser les dispositifs d'insertion dans l'emploi.

À minima, diffuser une **communication aux directeurs d'établissements** pour sortir de la logique de compétition et favoriser une meilleure coordination, au bénéfice des élèves (en particulier les plus en difficulté).

3

Réaliser des capsules vidéo de témoignage de jeunes ambassadeurs, diffusées 1 fois par mois sur les réseaux sociaux du préfet.

4

AUTRES ACTIONS POSSIBLES POUR LE PRÉFET

Actions possibles pour le préfet

 Quick wins

 Actions nécessitant un travail institutionnel / politique

 Actions pouvant nécessiter un apport de prestation

Communiquer auprès des jeunes

-  Globalement sur l'ensemble des dispositifs qui existent et sur la diversité des parcours possibles (pas seulement des parcours linéaires mais valoriser les parcours hybrides) -> stories avec des jeunes du territoire
-  Sur les aides du permis de conduire, la mobilité étant un des premiers freins à l'embauche
-  Sur des métiers / formations peu valorisés : témoignages de jeunes ayant trouvé un emploi / une formation...
-  Utiliser les canaux des jeunes : proches, réseaux sociaux (snapchat, instagram, twitter et facebook), presse locale > fait mais à développer) et nommer des ambassadeurs du dispositif en local (tels que Jimmy Hoffmann)
-  Proposer des "briques" d'accompagnement aux jeunes correspondant à leurs attentes directement sur la plateforme IJIS (pas uniquement via la Mission Locale). Exemple : se connecter à un groupe de jeunes dans la même situation que soi, tester facilement une formation...
-  Pour toucher les jeunes hors-radars : profiter du Service national Universel pour valoriser le dispositif IJIS
-  Travailler en lien avec la CAF pour diffuser des communications sur le dispositif aux parents allocataires

"Territorialiser" le dispositif IJIS

-  Cartographier l'offre de services sur le territoire et communiquer sur cette offre globale entre acteurs publics et associations pour éviter la concurrence entre dispositifs
-  Favoriser la remontée d'offres d'emploi locales
-  Identifier un vivier de jeunes du territoire (ajouter un onglet "profils" sur la plateforme IJIS pour que les jeunes puissent déposer leurs candidatures ?)
-  Valoriser d'autres dispositifs qui marchent bien et qui ne sont pas forcément estampillés IJIS ("exemple: 6 mois sans contrat")

S'engager sur le thème de l'emploi et de la formation sur la zone de Montagne et la ruralité

-  Créer des dispositifs similaires au QPV pour la zone de Montagne et la grande ruralité, tant au niveau financier que dans l'accompagnement
-  Identifier les leviers pour attirer la main d'oeuvre sur ces territoires (transports / logement).

Actions possibles pour le préfet

 Quick wins

 Actions nécessitant un travail institutionnel / politique

 Actions pouvant nécessiter un apport de prestation

Mitiger les effets de la crise

 Prolonger les contrats aidés pour que les jeunes bénéficient des formations qu'ils n'ont pas faite.

Meilleure coordination entre l'éducation nationale, les structures de formation et les entreprises pour améliorer l'orientation et faciliter les différents parcours de vie

 Il faut cartographier l'offre de services sur le territoire (les formations professionnelles délivrées dans les Lycées, celles des CFA) et communiquer sur cette offre globale pour éviter la concurrence entre dispositifs.

 Organiser une concertation entre des acteurs de l'éducation nationale et des entreprises pour accélérer l'identification et le recrutement de jeunes sur des métiers en tension (exemple: soins à domicile, animation, etc.)

 Lancer des travaux pilotes sur l'orientation, en lien avec la DIRECCTE (ou des associations) la DGEFP (par exemple au titre du PIC qui recherche actuellement à financer des expérimentations).

 Favoriser la promotion du plan 1J1S dans les établissements scolaires (collèges et lycées)

 Organiser des actions permettant que des entreprises et des jeunes viennent présenter leurs parcours (en établissement scolaire ou ailleurs), pour valoriser des secteurs porteurs au sein du département

 Permettre à des collégiens et lycéens de faire des immersions en entreprise pour se rendre compte des métiers

 Faciliter les démarches type "mini stage" proposées dans certains lycées professionnels, pour découvrir les formations (½ journée dans une formation)

Améliorer la lisibilité des parcours de formation

 Favoriser la promotion de dispositifs de formation numérique permettant d'acquérir des certifications et de se former au fil de l'eau (ex : MOOC de Open Classroom ou de FUN).

 Continuer d'offrir des formations aux softs skills. Permettre à des jeunes exerçant des métiers manuels de diversifier leurs compétences s'ils le souhaitent (ex : vente, commerce, marketing digital, analyse de données, ...).

 Importer des dispositifs favorisant l'orientation et l'insertion des jeunes éloignés de l'emploi (ex : plateforme de l'inclusion de Beta.gouv.fr). En structurer l'animation au niveau territorial.

 Aider les jeunes "qui ont réussi" (par exemple dans des métiers manuels) à témoigner auprès de leurs amis.

CONTACT



Baptiste N'tsama
baptiste.ntsama@liberte.paris



Yasmine Berrada
yasmine.berrada@liberte.paris



Audrey Belliot
audrey.belliot@liberte.paris