

Retour des tables rondes

Objectif 1 : Aller à la rencontre du public jeunes – mobilité des services et des acteurs

Accélérateurs / leviers :

- Un mini-bus + caravane ou remorque
 - o Bus ou petit camion
 - o Facile d'emploi
 - o Identifiable visuellement
 - Peinture ou flocage du véhicule
 - Oriflammes
 - o Avec du mobilier extérieur, des outils d'accueil, un barnum
 - o Avec de la musique pour créer une ambiance
- Nécessite une bonne connaissance du territoire
 - o Cibler les lieux et les évènements (comice, festiloir, forum des associations...)
 - o L'expérimentation permet de développer la connaissance du territoire et du public
 - o Les jeunes connaissent le territoire : se faire accompagner des jeunes
 - o Avec l'adhésion des élus (relais sur les communes)
 - o Créer du partenariat pour Faire et Communiquer
- Faire vivre ce dispositif tout au long de l'année
- Communication du dispositif auprès du public :
 - o Il existe plusieurs réseaux sociaux à alimenter (pour les parents, les jeunes, en fonction des tranches d'âge)
 - o Adapter les contenus de communication au public visé
 - o Cibler largement

Freins :

- Si l'expérimentation était un échec
 - o Adhésion des élus au projet
- Moyens humains et financiers
 - o Formations et compétences
 - o Disponibilité de l'animateur (sur les week-end)
- Méconnaissance du service par les habitants
 - o Difficile d'être présent dans tous les réseaux sociaux pour communiquer

Objectif 2 : Permettre aux jeunes d'agir et de vivre des possibles – Rassembler le public autour d'évènements, d'activités

Accélérateurs / leviers :

- Groupe moteur de jeunes – profiter du dynamisme des jeunes « force de proposition »
- Repérer les lieux d'intervention (élus, jeunes et animateurs)
- Mutualisation du matériel et du véhicule
 - o Camion aménagé avec tonnelle pour créer un espace fermé
 - o S'implanter auprès de lieu de vie pour faire vivre des tournois et jeux sportifs
 - o Esprit guinguette avec musique / TV

Freins :

- Budget
- Outils de communication
 - o Avoir des « couleurs vives » pour « attirer »
- Temps de travail des animateurs

Embrayage pour d'autres possibles :

- Découvrir de nouvelles activités (originales et méconnues)
- Mettre en valeur les actions grâce à des outils de communication
- Trouver un leader pour faire venir les jeunes
- Etre présent sur les évènements existants pour se faire connaître
 - o Créer une relation de confiance
- Adapter les interventions aux propositions et souhaits du public (enfant, adolescents, jeunes adultes et adultes)

Objectif 3 : Informer le public sur les possibles – Réfléchir à la communication pour les 15-30 ans

Accélérateurs / leviers :

- Communication :
 - o Un véhicule identifiable (CDC et animation)
 - o Utiliser les sms et les réseaux sociaux
 - o Repartir du logo « pass » pour communiquer
 - o Stabilité dans la communication
 - o Twitter : nouvelle communication
 - o Laisser du temps à la communication de s'installer
- Bien identifier les personnes relais
 - o Poursuivre le travail avec les espaces jeunes et les collègues
 - o Engager un travailleur avec les lycées
 - o Mettre les jeunes au centre des idées et des propositions
- Qui peut mieux que le professionnel accompagner les jeunes ?

Freins :

- Suivre la tendance
- Comment gérer la limite d'âge ?

Embrayage pour d'autres possibles :

- Ne pas rester sur l'activité traditionnelle
- Faire du lien avec les partenaires pour accompagner les jeunes en fonction des tranches d'âge :
 - o 15-18 : CDC
 - o 19-25 : Mission local et service emploi
 - o 26-30 : Service emploi