



**MIXITY REPORT :  
COMMENT ÉLARGIR  
SON PUBLIC ?**

# MIXITY REPORT : COMMENT ÉLARGIR SON PUBLIC ?

Dans le cadre de l'atelier Mixity Report, les OJ BAO-Jeunesse et le Conseil Jeunesse Développement (CJD) présentent leurs projets. Afin de toucher son public en perte de lien avec la société et le monde qui les entoure, BAO-J décrit l'origine du projet et les canaux techniques utilisés pour entrer en contact avec ces jeunes. De son côté, le CJD a entrepris un partenariat avec une association qui vient en aide aux SDF afin de toucher ce public.

BAO-J est une jeune OJ, reconnue en 2011, qui travaille sur le développement de la coopération par le jeu, spécialisée en accompagnement des jeunes en décrochages.

## Qui sont les NEET's ?

Ce sont des jeunes entre 15 et 29 ans qui ne sont ni au travail, ni aux études, ni en formation. Cela ne signifie pas pour autant qu'ils n'ont pas de diplôme. De plus en plus de NEET's sont diplômés. Il y en a 14 millions en Europe, 66.000, rien qu'en Wallonie ! Ils sont nés de la crise économique et ne sont jamais rentrés dans le système et ont décroché petit à petit : ils sont en général désœuvrés et fragilisés émotionnellement. C'est un problème sociétal, économique et humain. Ils ne sont pas nécessairement tous issus du milieu populaire.

## Quelles sont les causes d'apparition de cette catégorie ?

Tout commence souvent par des difficultés scolaires, des fragilités familiales, une appréhension difficile de la citoyenneté (c'est quoi ? ça commence à 18 ans ?), un manque de perspectives d'avenir. Ils ne savent même plus ce qu'ils attendent.

Ils présentent souvent des signes de décrochage alors que les services d'aide dans les écoles, comme les PMS, sont débordés et ne peuvent les prendre en charge rapidement.

La définition de la citoyenneté et leur rapport à leur rôle de citoyen sont très flous. La citoyenneté commence par la connaissance de soi et des autres, continue par une cohésion sociale et se termine par la participation.

## Difficulté d'atteindre et de toucher ce public ?

Si aucun soutien ne leur est apporté, au bout d'un moment le décrochage se fait de plus en plus important ... ils finissent par quitter entièrement l'école, ne pas trouver ou chercher de formation, ni d'emploi et, au bout du compte, ils ne rentrent plus dans aucune « case » d'aide (car ils ne sont plus étudiants, ils ne deviennent pas demandeurs d'emploi, ...). Ils disparaissent, ils deviennent indétectables pour les services publics et sociaux. Certains se retrouvent à la rue au bout d'un moment, ils sont marginalisés et ne bénéficient alors plus d'aucun soutien.

Conséquences : isolement, précarité, difficulté de « raccrocher ». Ils deviennent donc invisibles d'où la difficulté d'identification et de recrutement.

## Des jeunes en complet décrochage de long terme et difficile à toucher ?

Sur 10 jeunes que BAO-J a accompagnés, seul un avait son CEB, or ils avaient tous 20 ans. Réaliser certaines tâches ou actions de la vie quotidienne représentait aussi une réelle difficulté. Ce fut tout un apprentissage de prendre le bus, respecter un horaire, organiser sa journée, etc.

Caractéristique commune : ces jeunes sont tous connectés via les réseaux sociaux. Ils se connaissent notamment via des jeux en ligne (gros phénomène d'addiction à des jeux en ligne chez ce public). Les réseaux sociaux sont donc une bonne méthode pour les « recruter ».

Il faut développer des pédagogies extrêmement préventives car ils sont rebutés par le fait de rentrer dans un système : ils en ont de mauvaises expériences, ils s'en méfient, ils n'y croient pas ou n'en veulent plus.

## Le manque de prévention est un gros problème

Signes avant-coureurs : décrochage scolaire, monde virtuel, manque d'estime de soi, découragement face à l'avenir. Ces jeunes n'attendent plus rien. Ils sont littéralement en « bore out ». Ils sont en marge du système et ce n'est pas un choix.

Entre 18 et 23 ans, nous ne savons pas ce qu'il advient de ces jeunes. Une fois qu'ils quittent le système de l'enseignement.

Le problème est aussi que les différents signes de décrochage (scolaire, émotionnels, affectif, social, ...) ne sont collectés par personne. Aucun dispositif n'existe pour faire de la prévention sur l'ensemble de ces signes. L'école le fait pour du scolaire ... tant que la scolarité est obligatoire. Après 18 ans, les jeunes en décrochage disparaissent des écrans-radars. On ne suit plus le jeune après 18 ans, on ne sait pas ce qu'il devient. Les autres signes : affectifs, sociaux ne peuvent être détectés que par des proches, mais aucune structure d'aide n'existe pour cela.

### **Pourtant des fonds existent mais sont mal adaptés**

L'Europe a dégagé des fonds pour traiter et travaille avec ce public des NEET's. Le FSE (Fonds Social Européen) a un budget pour cela mais... les subventions n'interviennent qu'à posteriori (il ne correspond donc pas vraiment à des acteurs associatifs). L'enveloppe du FSE, n'ayant pas été beaucoup utilisée, elle a été redirigée vers les OFT (organisme de formation au travail). BAO-J a des partenariats avec des OFT, c'est comme cela qu'elle arrive à travailler avec ce public. L'OJ effectue un travail social et l'OFT, un travail de formation.

### **Quelques pistes de travail**

Accorder une attention particulière au public scolaire « à risque », mener avec les jeunes des ateliers philo-citoyens, leur donner l'occasion d'être sociaux. L'enjeu est de réussir à détecter ces jeunes en phase de décrochage avant qu'ils ne deviennent intouchables, trop isolés ou sortis du système scolaire.

Les OFT et OISP (organismes d'insertion socio-professionnels) assurent la formation professionnelle. BAO-J prend en charge les dimensions personnelle, sociale et citoyenne. Avec ce public, il faut parfois passer sur des phases de re-sociabilisation et tout simplement réapprendre la vie quotidienne (déchiffrer un horaire de bus, organiser sa journée, se lever, faire des courses, prévoir les temps de trajets, ...). Le 1<sup>er</sup> geste à poser est toujours le plus difficile et le plus long mais même si ce n'est pas un « énorme » geste, c'est le fait de faire entrer le jeune dans une démarche qui importe.

Démarches pédagogiques : le jeu (sans risque), valeurs de vie pour soi et pour vivre ensemble (travail, effort), ateliers philo-citoyens. L'idée est de permettre, en groupe, de remettre le jeune en projet et de le faire côtoyer du monde, de redevenir social, ... En passant par le jeu, on propose aux jeunes un espace d'expérimentation « sans risque », sans que l'échec n'ait de répercussion catastrophique.

### **Élargissement du public ?**

Chaque OJ a un public naturel mais ces jeunes NEET's font partie intégrante du public des OJ ... ils sont juste invisibilités et difficilement touchables. L'idée ici était de montrer comment aller chercher un public qui ne vient pas naturellement dans les OJ, et de mettre en avant le rôle que peuvent prendre les OJ dans ce travail puisque ces jeunes passent à travers les filets des services d'aide existant.

### **Comment entrer en contact avec des gens qui sont en totale « dé-sociabilisation » et comment leur parler avec leurs codes, leurs habitudes ?**

Il s'agit là de la véritable difficulté de ce travail. Il faut déterminer son public, le définir, le connaître et réussir à déterminer sa chaîne de besoins. Pour entrer en contact BAO-J a utilisé les réseaux sociaux et n'a pas hésité à réaliser des vidéos (car la lecture ne convenait pas à leur public), à utiliser dans la vidéo des codes de langages qui leur parlent (exemple : utilisation dans la vidéo d'une musique rappelant celle de jeux vidéo), à utiliser l'option payante de Facebook. Les OJ doivent être conscientes que même avec le travail que BAO-J réussit à faire, l'OJ n'arrive qu'à toucher les jeunes NEET's qui ont encore au moins un contact vers l'extérieur via les réseaux sociaux. Certains ne l'ont même plus ou n'ont plus la force de faire la démarche de venir dire « j'ai besoin d'aide », d'aller rencontrer le travail associatif.

Le CJD accompagne des jeunes dans des projets : leur en propose ou leur permet de créer les leurs.

## **Projet avec nouveau public cible.**

Les SDF. L'idée est venue d'un jeune volontaire qui est passé par l'OJ. Cet événement se composait d'animations (débat, échanges), ouvert au grand public, géré par un groupe de sept volontaires créé en mars. L'idée était de créer des moments d'échange et de partage entre le public habituel de l'OJ et ce nouveau public sans abri que l'OJ essayait de toucher.

**Pour entrer en contact avec les sans-abris,** l'OJ a noué un partenariat et a nourri sa réflexion par des rencontres avec des associations spécialisées dans l'aide aux sans-abris. Pour inviter ce public à l'événement, l'OJ avait imprimé des flyers et les avait distribués dans les rues. Il n'y a finalement pas eu de SDF lors de la soirée de rencontre.

## **Analyse et identification du problème.**

Les SDF ne se déplacent pas souvent, les transports en commun ne leur sont pas accessibles, ils ne les utilisent qu'en cas de nécessité. Les SDF restent sur « leur » endroit par peur de se le faire prendre par quelqu'un d'autre. Ils ne sont pas habitués à se déplacer surtout en soirée pour aller dans des structures qu'ils ne connaissent pas. C'est impossible de les faire venir chez nous car la méfiance existe et est importante. Il faut entrer contact avec eux, les rencontrer régulièrement pour tisser des liens avec eux. Ils ont aussi beaucoup de mal avec les heures fixes, parfois cela ne les arrange pas, parfois, ils ne font pas attention à l'heure car ils n'ont pas besoin de le faire dans leur vie quotidienne. L'action doit s'adapter au public même si l'on part avec ses propres envies, sa propre culture.

Dans une volonté d'élargir son public et d'être inclusif, on passe parfois à côté de l'essentiel. Il faut partir des besoins des autres et non de ses propres envies, en particulier avec des publics que la société n'arrive pas à toucher, malgré tout ce qui existe en termes d'aide.

De plus, il est compliqué de connaître et de définir un nouveau public. La démarche nécessite de contacter les services qui s'occupent déjà de ces publics (SDF par exemple). Une fois qu'ils sont touchés, ils deviennent parfois acteurs et vont chercher les autres. Bien connaître son public est indispensable même si on pense le

connaître, il faut déconstruire ses certitudes et donc faire un travail sur soi aussi.

ONT PARTICIPÉ  
À CETTE  
JOURNÉE



Service Jeunesse de la FWB



Cabinet de la Ministre de la Jeunesse



Cabinet du Ministre de l'Enseignement supérieur



Cabinet de la Ministre de l'Education