



Mission Locale
Thur-Doller

GRAND EST

PROJET ASSOCIATIF

2025-2027



1 rue de la Thur 68800 Thann
03 89 37 56 09
accueil@mlthurdoller.com

Table des matières

PREAMBULE	1
LES PRINCIPES FONDATEURS DU RESEAU	2
1) La labellisation du réseau des Missions Locales	2
2) Le projet associatif.....	2
LE CONTEXTE DU TERRITOIRE	3
1) Le contexte socio-économique du territoire	3
2) Les ambitions de la Mission Locale Thur Doller.....	5
a- <i>Les bénéficiaires de la Mission Locale</i>	5
b- <i>Les ambitions futures de la Mission Locale : un accompagnement à 360° pour l'insertion des jeunes</i>	6
L'ORGANISATION DE LA MISSION LOCALE	6
1. L'organigramme et la gouvernance.....	6
2. Les principaux partenaires	7
3. L'ancrage territorial de la Mission Locale Thur Doller	8
LES AXES D'EVOLUTION ET DE PROGRESSION POUR LES ANNEES A VENIR	8
1. Les grandes orientations stratégiques	8
a- <i>Renforcer les dynamiques partenariales</i>	9
b- <i>Ajuster l'offre aux attentes et aux besoins des jeunes</i>	10
c- <i>Communiquer plus efficacement sur l'offre existante</i>	12

PREAMBULE

Le projet associatif de la Mission Locale Thur Doller constitue une démarche structurée visant à établir les bases de son développement pour les années 2025 à 2027. En articulant ses missions, valeurs et enjeux sur le territoire du Pays Thur Doller, ce projet entend à la fois guider les actions de l'association et servir d'outil de communication auprès de ses différents publics.

Engagement Principal

L'engagement de la Mission Locale se base sur deux principes fondamentaux et quatre priorités qui orientent ses actions :

Principes :

1. Attachement au principe associatif et éthique : engagement vis-à-vis des valeurs d'honnêteté, de responsabilité, de solidarité et de réalisation de soi, se traduisant par une approche respectueuse des jeunes, centrée sur l'écoute et l'accompagnement sans jugement.

2. Ancrage dans l'activité économique locale : la Mission Locale souhaite s'impliquer profondément dans le tissu économique du Pays Thur Doller, qui présente des caractéristiques rurales.

Priorités :

1. Reconnaissance de la spécificité de l'accompagnement : mettre en avant l'approche globale du soutien aux jeunes.

2. Développement des collaborations locales : renforcer les synergies avec divers acteurs du territoire.

3. Maintien et renforcement des capacités internes : assurer une structuration efficace et pérenne de l'association.

4. Partenariat avec les entreprises locales : consolider les liens et les actions en faveur des jeunes avec le monde économique.

Stratégie Adoptée :

La stratégie consiste à informer et à communiquer largement sur l'expertise de la Mission Locale, garantissant ainsi sa visibilité et sa légitimité auprès de tous les acteurs du territoire.

Résultats Attendus :

La Mission Locale vise plusieurs résultats clés :

- Valorisation de son impact : faire reconnaître sa plus-value sociale et professionnelle par les jeunes et les partenaires du territoire.
- Rôle d'observatoire de la jeunesse : devenir un vecteur d'analyse et de conseil sur les enjeux liés aux jeunes.
- Communication ciblée : adapter ses messages pour atteindre efficacement chaque public (élus, jeunes, entreprises, partenaires).

Actions Proposées :

Pour concrétiser ces objectifs, plusieurs initiatives sont envisagées, telles que :

- Des événements participatifs : des activités comme des rallyes d'orientation et des ateliers d'expression artistique stimuleront l'engagement des jeunes.
- Le développement de nouvelles offres de services : adapter les propositions aux besoins des jeunes et explorer des thèmes comme la citoyenneté, l'éducation au numérique et la santé.
- Le renforcement des liens avec les entreprises : accroître la compréhension des jeunes envers le monde du travail et les besoins des organisations locales.

Le projet se veut ainsi une feuille de route pour la Mission Locale Thur Doller, visant à établir un cadre propice à l'accompagnement des jeunes tout en renforçant les liens avec le territoire et ses acteurs clés, notamment les entreprises.

LES PRINCIPES FONDATEURS DU RESEAU

1) La labellisation du réseau des Missions Locales

Les Missions Locales remplissent une mission de service public pour l'insertion professionnelle et sociale des jeunes, leur rôle a été institutionnalisé en les intégrant au SPE (Service Public de l'Emploi). Elles sont financées par l'Etat et les collectivités territoriales et agissent quotidiennement auprès de 1.3 millions de jeunes¹.

Pour souligner cette singularité, l'Union Nationale des Missions Locales a engagé le réseau dans une démarche de labellisation. Cette démarche a pour objectif de faire connaître et démontrer la qualité de l'offre de service des Missions Locales. Elle permet aussi de garantir la conformité des prestations délivrées et l'égalité de traitement des demandes.

Selon l'Union Nationale des Missions Locales² cette démarche poursuit trois objectifs :

- « L'identification de l'action spécifique et innovante des Missions Locales avec les jeunes et les partenaires dans les territoires, dont les entreprises »
- « La garantie donnée aux financeurs et aux jeunes de la qualité et de la conformité de cette pratique commune et partagée par le réseau, s'appuyant sur un référentiel commun »
- « La valorisation de cette pratique, au sein du réseau national comme auprès des jeunes, des partenaires et des financeurs. »

2) Le projet associatif

En vue de sa labellisation pour monter un projet associatif concret, la Mission Locale Thur Doller a d'abord réalisé un diagnostic quantitatif et qualitatif de son territoire d'action, pour mettre en lumière les profils et les besoins des jeunes. Ce diagnostic permet une actualisation des données connues du territoire à partir d'une analyse des chiffres venant de sources officielles publiques. Il s'est poursuivi lors d'un atelier de travail ayant eu lieu en avril 2024, visant à cartographier l'offre et les besoins des jeunes selon les élus, partenaires et salariés de la Mission Locale qui les fréquentent. Il a été complété par l'analyse des données qualitatives issues de deux questionnaires, l'un à destination des jeunes et l'autre des partenaires, sur leurs connaissances et leurs besoins respectives quant à la Mission Locale.

Suite à ce diagnostic, la Mission Locale Thur-Doller a engagé les réflexions autour de sa stratégie future dans une démarche participative, lors de deux groupes de travail thématiques, en mai et juin 2024. Ces groupes ont permis aux salariés, élus et partenaires de la Mission Locale de réfléchir aux valeurs portées par la structure et à ses ambitions pour les prochaines années.



¹ Document du cadre de référence des Missions Locales, <https://www.unml.info/file?ID=22188&document=22189>

² Site de l'Union Nationale des Missions Locales, <https://www.unml.info/nos-actions/nos-dispositifs/label-reseau/>

LE CONTEXTE DU TERRITOIRE

1) Le contexte socio-économique du territoire

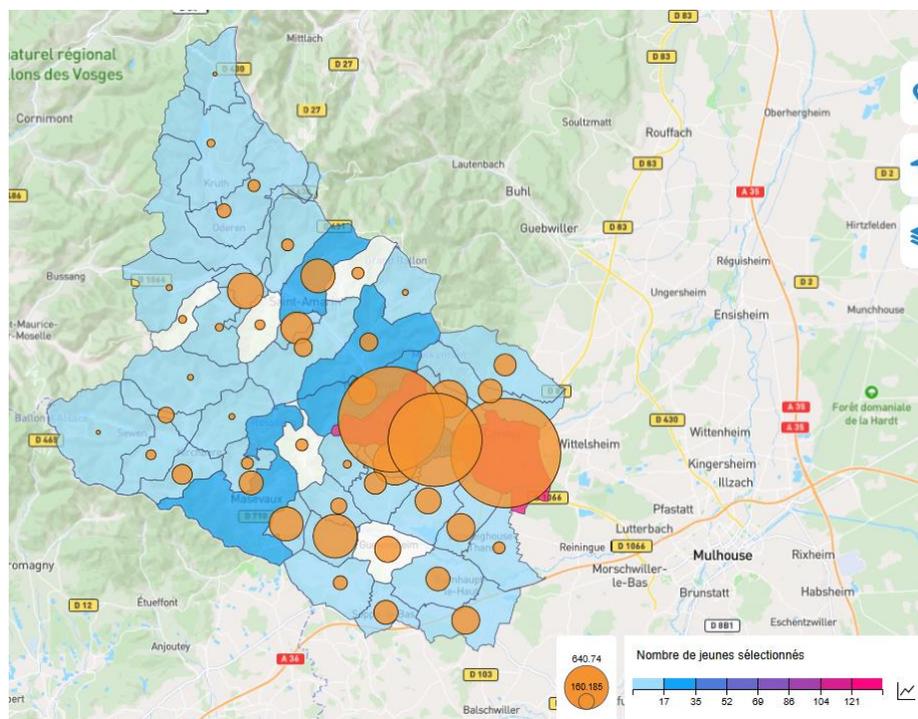
Les analyses quantitatives et qualitatives issues du diagnostic ont permis à la Mission Locale Thur Doller d'identifier les profils des jeunes sur le territoire et, plus largement, le contexte socio-économique de ce dernier. Durant le diagnostic, ont été abordées les problématiques de la démographie, de la scolarité, du logement, de la précarité, de l'emploi, du recours au soin, de la vie culturelle et sportive et des dynamiques partenariales.

- Globalement, le territoire compte une population jeune importante (indice de jeunesse de 7,4 en 2020) mais au vieillissement notable (l'indice de jeunesse était de 10,4 en 2009)
- 13% des jeunes ne possèdent aucun diplôme, et 37% des jeunes sont diplômés du baccalauréat
- Un taux de scolarisation des 18-24 ans de 34%, dans les moyennes des territoires de comparaison. Les jeunes ayant répondu à l'enquête déclarent en majorité avoir souhaité leur déscolarisation (car ils ont atteint le niveau d'études souhaité, par exemple)
- 80% des jeunes vivent chez leurs parents
- 23% des 15-24 ans sont au chômage, un taux élevé et stable dans le temps
- Une jeunesse au revenu médian plus faible qu'ailleurs, bien qu'il soit en augmentation, et qui se précarise : augmentation des foyers allocataires CAF de moins de 25 ans entre 2016 et 2021
- Des jeunes de 15-24 ans vivant principalement chez leurs parents : 80% des jeunes sur le territoire de la ML sont dans cette situation, contre 81% à l'échelle de la CCVSA, 78% pour la CCTC et 85% pour la CCVDS. Des proportions supérieures à celle du Département : 77%
- Parmi les jeunes de 15-24 ans vivant seuls ou en couple, la majorité sont des locataires privés (65%) dans des proportions en moyenne plus basses que dans les territoires de comparaison (67% pour la CCTC, 70% dans la CCVDS, 71% pour le Département)
- Un nombre de logements vacants relativement élevé, impliquant la présence de logements disponibles sur le territoire (697 sur la CCVDS, 1521 sur la CCTC et 563 sur la CCVSA) mais un besoin de renforcer leur attractivité pour les jeunes du territoire
- Un taux d'équipement sportif et culturel dans les moyennes des territoires de comparaison
- 39 équipements sportifs pour 10 000 habitants, contre 42 pour la CCVSA, 33 pour la CCTC et 51 pour la CCVDS. Un tissu relativement étoffé (27 pour le Département)
- 2,3 équipements culturels pour 10 000 habitants, contre 2,5 pour la CCVSA, 2,7 pour la CCTC et 1,3 de la CCVDS. Des proportions qui s'inscrivent dans la moyenne départementale (2,2)
- La moitié des garçons de 10 à 14 ans sont des licenciés sportifs, contre 33% des filles de la même tranche d'âge
- Une part plus faible de licenciés chez les 20-29 ans, avec 14% d'hommes et 6% de femmes
- Un accès aux soins difficile, qui peut contribuer à la précarisation du public jeune
- La santé mentale est reconnue par les acteurs comme étant une problématique de plus en plus prégnante
- Peu de partenariats entre les acteurs de la santé
- La présence d'une psychologue à la Mission Locale pour travailler sur les problématiques de santé mentale et le diagnostic de certains troubles
- La présence du service « MonSoutienPsy » de la CPAM et Diapason, la Croix Bleue, le centre d'addictologie de Thann, le CSAPA : une offre existante mais parfois éloignée géographiquement du public, et qui ne suffit pas comme appui aux acteurs accompagnant les jeunes dans leur insertion
- Un enjeu autour de la prise en compte des situations de handicap
- 630 jeunes accompagnés par la Mission Locale, dont 467 NEET
- 2002 jeunes « en contact » (identifiés) avec la Mission Locale
- Une hausse de la part d'évènements organisés à destination des jeunes (ex. ateliers, information collective...)

- Parmi les jeunes répondants à l'enquête, une représentation genrée à l'équilibre, et une majorité de jeunes entre 19 et 30 ans, vivant principalement à Cernay ou Thann.
- Une connaissance de la Mission Locale qui diffère selon les dispositifs : la majorité connaît le CEJ, 69% ne connaît pas le SPOT
- 23% des répondants à l'enquête indiquant avoir besoin d'accompagnement dans le domaine social et dans celui du logement

D'autre part, les données quantitatives et qualitatives récoltées à propos des partenaires ont permis à la Mission Locale d'évaluer son ancrage territorial et l'état de ses relations partenariales.

- Parmi les répondants au questionnaire, une majorité d'individus travaillant pour une entreprise
- Des professionnels principalement situés sur le secteur de Thann et de ses alentours
- Une Mission Locale globalement connue des acteurs auprès des jeunes ayant répondu au questionnaire
- Une communication passant essentiellement par le réseau et le bouche-à-oreille
- 71% des répondants estiment avoir accès à l'information dont ils ont besoin concernant la Mission Locale
- La majorité des répondants aimerait interagir davantage avec la Mission Locale
- La moitié des répondants a déjà orienté un membre de leur public vers la Mission Locale
- Un besoin de développer davantage les visites d'entreprises et de faire découvrir autrement l'offre présente sur le territoire
- Dans le domaine de la santé, les partenariats sont encore à leurs prémices, mais la dynamique est lancée
- Besoin de rendre concrète la mission de chacun, car vision globale des actions mais peu de connaissance des détails



Jeunes accompagnés par la Mission Locale en comparaison à la densité de la population du territoire (source Imilo 2024 et INSEE 2020)

2) Les ambitions de la Mission Locale Thur Doller

La Mission Locale et ses partenaires ont lancé une réflexion conjointe sur le positionnement à adopter par la Mission Locale, en identifiant les freins et leviers que les jeunes peuvent rencontrer dans leur parcours sur le territoire d'action. Cela lui a ensuite permis d'imaginer la Mission Locale de demain, d'abord dans ses valeurs et son ambition générale.

a- Les bénéficiaires de la Mission Locale

Les partenaires et les salariés de la Mission Locale rendent compte de freins et de leviers jouant sur leur parcours des jeunes accompagnés, et pouvant ralentir ou accélérer leur insertion sociale et professionnelle. Ces freins et ces leviers ont été identifiés suite à un travail précis, concernant certaines problématiques ; mais bien évidemment, les réponses globales de la Mission Locale doivent être transversales et prendre en compte la multiplicité des enjeux de la vie des jeunes, qui se croisent et s'accumulent.

LES FREINS	LES LEVIERS
Des freins psychologiques à la mobilité : difficile de se projeter en dehors des lieux que l'on connaît, peu de pratique des transports en commun, pouvant s'expliquer par la peur de les pratiquer	De nombreuses aides actuellement mises en place pour favoriser les mobilités douces
Peu de connaissance des secteurs qui emploient, peu de motivation à les découvrir et à s'informer. Le bon salaire n'est plus une motivation et ne compense plus les compromis qu'il faut parfois faire (rythme soutenu, horaires atypiques) : les attentes des jeunes ne sont pas forcément en adéquation avec l'offre disponible	De nombreuses dynamiques partenariales avec les acteurs sur le territoire, permettant d'orienter au mieux le jeune en fonction de ses besoins
Des problématiques de santé mentale ou physique (addictions, handicaps...) avec un accès aux soins qui est parfois compliqué	De nombreuses actions mises en place pour favoriser l'insertion et se projeter dans une profession : forums, CIO, dispositifs d'intégration (SIAE)...
Des aides financières ciblant un public parfois moins large que celui de la Mission Locale (aides spécifiques aux jeunes des QPV, qui ne sont pas la majorité des jeunes sur le territoire)	Un bon maillage associatif de lutte contre la précarité : épicerie sociale, Restos du cœur, Emmaüs, le Petit Frère des Pauvres, Saint-Vincent-de-Paul...
Des freins liés à la précarité : manque de moyens financiers, accès au logement...	

La synthèse de tous ces éléments ont permis aux salariés, élus et partenaires d'établir un profil du public prioritaire, cumulant les freins cités plus hauts et dont les bénéfices tirés des leviers activables par la Mission Locale permettrait une aide à la fois immédiate et durable.

Le profil du public prioritaire

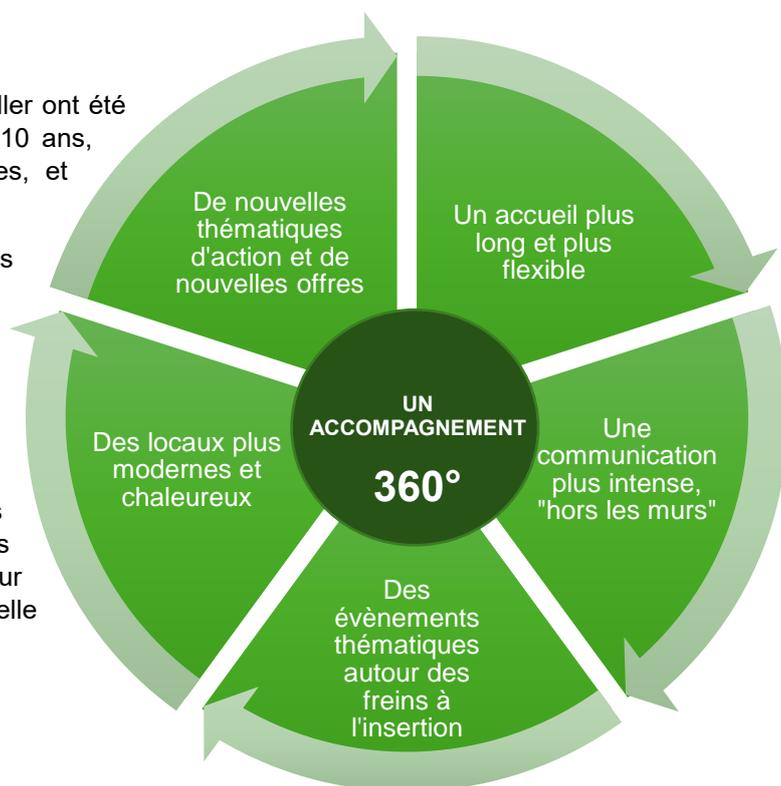
- Un jeune entre 18 et 30 ans
- Souffrant de problématiques d'isolement, qui se traduisent dans différentes thématiques
 - o Difficultés de mobilité (résidence en milieu rural)
 - o Santé psychique (isolement, addictions, repli sur soi, manque de confiance en soi)
- Sans projet professionnel
- Peu de qualifications et de diplôme

b- Les ambitions futures de la Mission Locale : un accompagnement à 360° pour l'insertion des jeunes

Les salariés de la Mission Locale Thur Doller ont été invité à imaginer la Mission Locale dans 10 ans, pour mieux cibler leurs ambitions globales, et ajuster leurs actions.

Ces ambitions doivent se refléter dans chacune des réponses et solutions pratiques offertes par la Mission Locale, pour garantir un accompagnement complet et intégré des jeunes : diagnostic 360°.

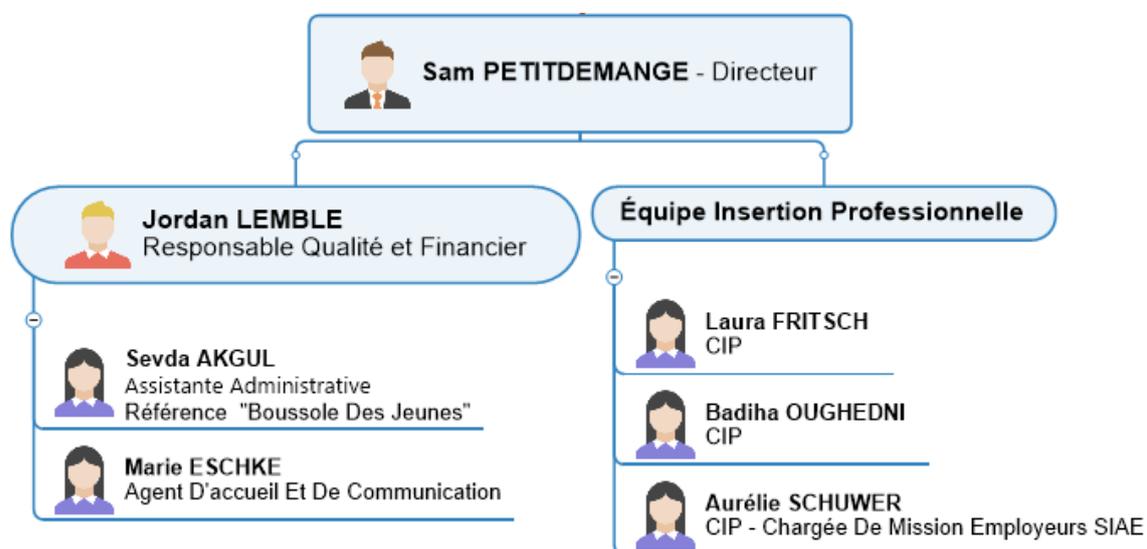
Grâce à ces différents objectifs, la Mission Locale peut garantir d'apporter des réponses transversales, agissant dans tous les domaines de la vie du jeune, pour favoriser son insertion globale, professionnelle et sociale.



L'ORGANISATION DE LA MISSION LOCALE

1. L'organigramme et la gouvernance

1.1 Organigramme au 1^{er} mars 2025



1.2 Gouvernance de la Mission Locale

Le Conseil d'Administration est constitué par 4 collèges :

- Collège des Elus des collectivités territoriales,
- Collège des représentants de l'Etat, et des établissements publics,
- Collège des organisations professionnelles et syndicales,
- Collège des associations.

Il se compose au maximum de 20 membres dont 5 représentants au maximum par collège.

Membres de droit 2024 :

NOM	Prénom	F/H	Fonction	Nom Structure	Ville Structure	Candidat
COLLEGE 1 - Elus des collectivités territoriales						
KIPPELEN	Christophe	H	Maire	Mairie de Roderen	CC THANN-CERNAY	Membre de droit Président
BOHRER	Alain	H	Adjoint au Maire	Mairie de Cernay	CC THANN-CERNAY	Membre de droit Vice-Président
HIRTH	Bernard	H	Maire	Mairie de Sentheim	CC DOLLER	Membre de droit Trésorier
STUTZ	Eddie	H	Maire	Mairie de Malmerspach	CC SAINT AMARIN	Membre de droit Secrétaire

COLLEGE 2 - Représentants de l'Etat et des établissements publics						
NICOLAS	Thierry	H	Conseiller Régional	Région Grand Est	CONSEIL REGIONAL	Membre de droit
DIETH	Stéphane	F	Responsable des Politiques de l'Emploi DDETSPP	DDETSPP Grand Est	ETAT	Membre de droit
MESSARA	Stéphanie	F	Directrice	France Travail	THANN	Membre adhérent
BASTOUL	Jérémy	H	Directeur	CIO	GUEBWILLER	Membre de droit

COLLEGE 3 -Les organisations professionnelles et syndicales						
KELLER	Arnaud	H	DRH	Entreprise	Endress Hauser	Membre adhérent

COLLEGE 4 - Les associations						
CHANEL	Anne	F	Directrice	SIAE	EPICEA	Membre adhérent
ZIMMERMANN	Annie	F	Directrice	Association	CSC de Thann	Membre adhérent

2. Les principaux partenaires

Les acteurs du Réseaux Pour l'Emploi (RPE) : France Travail, Cap Emploi et la Collectivité Européenne d'Alsace

Les 2 Centres Sociaux Culturels (CSC) du territoire : CSC de Thann et CSC Agora de Cernay.

Les 6 Structures d'Insertions par l'Activité Economique (SIAE)

Les acteurs de la santé : MDPH, le CRM, la CPAM, la CAF

Les acteurs du logement : SURSO, Aléos

Les acteurs sociaux : Caritas, Emmaüs et la banque alimentaire

Les acteurs économiques : le Ciné Croisière, les Communautés de Communes, les PME/TPE

3. L'ancrage territorial de la Mission Locale Thur Doller

La Mission Locale de Thann compte 4 antennes sur son territoire :

- Les locaux de la Mission Locale à Thann
- Une permanence à la mairie de Cernay
- Une permanence à la mairie de Masevaux-Niederbruck
- Une permanence à la mairie de Saint-Amarin

De plus, la Mission Locale Thur Doller possède deux accueils itinérants sous forme de véhicules aménagés, nommés « SPOT #1 : animation-orientation » et « SPOT #2 : bureau mobile ». Ces dispositifs permettent d'atteindre les zones isolées, en particulier les secteurs les plus ruraux, qui ne disposent pas d'antenne à proximité.

A l'intérieur, les jeunes sont accueillis, participent à des temps d'animations et d'activité, s'informent sur les possibilités d'orientation, de formations et d'accompagnement vers l'insertion et l'emploi.

LES AXES D'EVOLUTION ET DE PROGRESSION POUR LES ANNEES A VENIR

1. Les grandes orientations stratégiques

Les axes de travail définis par la Mission Locale Thur Doller, établis grâce à un processus collaboratif entre les salariés et les partenaires, peuvent s'articuler autour des priorités stratégiques suivantes :

1. Insertion professionnelle : développer des programmes et des partenariats pour favoriser l'accès à l'emploi des jeunes, en proposant des stages, des contrats d'apprentissage et des formations adaptées aux besoins du marché du travail.

2. Accompagnement personnalisé et de qualité : poursuivre l'accompagnement individualisé des jeunes, en les aidant à définir leurs projets professionnels et en les orientant vers les ressources disponibles, qu'elles soient internes ou externes à la Mission Locale.

3. Mobilité et accessibilité : travailler à l'amélioration de la mobilité des jeunes afin de faciliter leur accès à des opportunités d'emploi ou de formation, en développant des solutions adaptées de transport, en mobilisant ceux déjà existants et en sensibilisant à l'importance de la mobilité professionnelle.

4. Prévention et sensibilisation : informer et sensibiliser les jeunes sur des thématiques essentielles telles que la santé, le logement, la gestion financière et la citoyenneté, afin de les aider à acquérir des compétences de vie globale.

5. Partenariats renforcés : établir et maintenir des collaborations solides avec les entreprises locales, les organismes de formation, les collectivités et autres acteurs du territoire pour créer un réseau d'opportunités et de ressources qui bénéficieront aux jeunes.

6. Innovation et digitalisation : intégrer les nouvelles technologies dans l'accompagnement des jeunes pour leur offrir des outils modernes d'information et de recherche d'emploi, tout en favorisant l'auto-formation et l'acquisition de compétences numériques.

7. Évaluation et suivi des résultats : mettre en place des indicateurs de performance pour évaluer l'impact des actions menées

A- Renforcer les dynamiques partenariales

La Mission Locale Thur Doller a conscience de l'importance d'agir collectivement en collaborant avec les différents acteurs du territoire pour faciliter l'insertion des jeunes et lutter plus efficacement contre les freins. Les partenaires identifiés incluent non seulement ceux travaillant dans les domaines de la précarité et de l'accès à l'emploi, mais aussi les employeurs potentiels capables d'offrir des stages ou des emplois aux jeunes suivis par la Mission Locale.

Pour atteindre cet objectif, les salariés de la Mission Locale ont identifié deux axes stratégiques principaux :

1. Développer l'interconnaissance : cela implique de renforcer les relations avec d'autres services qui accueillent le public cible. En établissant des liens solides et en partageant des informations, les différents acteurs pourront mieux orienter et accompagner les jeunes dans leur parcours d'insertion.

2. Augmenter les partenariats avec les employeurs : cet axe vise à établir des collaborations étroites avec les entreprises locales. En proposant un accompagnement personnalisé, la Mission Locale peut encourager les employeurs à s'engager davantage dans le processus d'insertion, en offrant par exemple des formations adaptées ou des opportunités d'embauche.

Pour atteindre l'objectif, il est essentiel de mettre en place un plan d'action structuré et efficace :

Objectif 1 : faire connaître la Mission Locale auprès des employeurs

Le recrutement récent de deux Chargées de la Relation avec les Entreprises va contribuer à renforcer les liens avec les acteurs de l'économie, favoriser le retour à l'emploi des jeunes et redonner la confiance aux employeurs pour l'embauche d'un jeune. Cette démarche devra s'inscrire dans un contexte plus global de la loi pour le plein emploi et du Réseau Pour l'Emploi.

Actions :

1. Identification des parties prenantes

Positionner le CRE (Chargé de Relation Entreprise), le CIP (Conseiller en Insertion Professionnelle) et les entreprises dans le cadre de cette action. Chaque acteur doit avoir un rôle clairement défini dans les interactions avec les employeurs.

2. Organiser des temps conviviaux

- Fréquence : organiser ces événements une fois par trimestre.
- Lieux : alterner les lieux en visitant chaque fois une entreprise différente. Cela permettra aux employeurs de montrer leur environnement de travail tout en facilitant les échanges.
- Format : réunions autour d'un petit-déjeuner pour favoriser une atmosphère détendue avec le partage des opportunités d'emplois, la découverte des secteurs d'activité, la proposition d'immersion en entreprise (PMSMP)...forums « orientation-emploi-formation », portes ouvertes, ateliers de présentation, job Dating.

Objectif 2 : faciliter les partenariats et développer l'interconnaissance.

La notoriété de la Mission Locale est cruciale pour atteindre ses objectifs et renforcer son impact auprès des jeunes et des partenaires. Voici un plan d'action détaillé pour améliorer la visibilité et l'efficacité des actions proposées.

1. Organisation des temps conviviaux

Actions : organiser des petit-déjeuner thématiques où chaque acteur pourra présenter ses activités et contributions. Mettre en avant des témoignages de bénéficiaires pour valoriser les actions de la Mission Locale.

- Fréquence : organiser ces événements une fois par trimestre
- Ressources nécessaires : un espace pour accueillir ces rencontres (salle de réunion, restaurant partenaire, etc.).
- Matériel de communication (flyers, affiches, supports de présentation).
- Suivi : évaluer la satisfaction des participants et l'impact de ces rencontres sur les collaborations.

2. Développer les partenariats entre EPCI, SIAE, entreprises et associations du territoire

Objectif : renforcer les synergies entre les différentes structures pour une meilleure efficacité.

- Fréquence : organiser ces événements une fois par semestre

Activités proposées :

- Organiser des ateliers « qui fait quoi ? » où chaque structure se présente et partage ses ressources.
- Mettre en place des matinées « vis ma vie » où les acteurs peuvent découvrir le fonctionnement des autres structures.
- Contacts privilégiés : les chargés de relation avec les entreprises.
- Suivi : créer un tableau de bord pour visualiser les partenariats établis et les actions menées ensemble.

3. Label « Information Jeunesse »

Faire la demande de labellisation auprès du CRIJ (Centre Régional Information jeunesse) et ainsi faire partie du Réseau Information Jeunesse.

b- Ajuster l'offre aux attentes et aux besoins des jeunes

Lors du diagnostic, il est devenu clair pour tous les acteurs impliqués que les besoins et les attentes des jeunes ont considérablement changé au fil des décennies. Par conséquent, bien que les actions de la Mission Locale demeurent cruciales pour l'insertion de certains publics, elles peinent à répondre aux aspirations des jeunes, qui ne recherchent plus les mêmes solutions ou qui préfèrent une approche différente pour atteindre leurs objectifs.

Grâce à l'analyse des données quantitatives et qualitatives recueillies dans le cadre de ce projet d'établissement, les employés de la Mission Locale ont pu identifier le fossé qui peut exister entre l'offre et les attentes des jeunes. Ils ont ainsi élaboré une stratégie pour ajuster cette offre. Dans un premier temps, il est essentiel de mieux comprendre les inadéquations existantes afin d'améliorer l'accompagnement des jeunes. Par la suite, des pistes d'actions complémentaires, visant à « aller plus loin », ont été proposées, en s'appuyant sur les deux priorités définies par les employés.

Objectif 1 : mieux comprendre les inadéquations existantes entre l'offre de la Mission Locale et les besoins des jeunes

1.1 : Créer deux groupes de travail avec des jeunes, pour mieux cerner leurs attentes concernant le monde l'emploi et pour déconstruire avec eux les stéréotypes sur leur génération

1.2 : Créer une instance représentative des jeunes : un groupe élu, un référent, qui puisse être présent lors des réflexions, notamment sur les manières d'interpeller les publics invisibles

Autres actions : constituer et animer un réseau de jeunes référents (ambassadeurs). Envisager un conseil de jeunes

1.3 : Développer des questionnaires semi-guidés pour s'assurer de l'adéquation des prochaines actions avec leurs attentes : enquête de satisfaction de service rendu

Objectif 2 : se positionner en expert sur l'accompagnement des jeunes

Action prioritaire : créer un « espace d'accueil convivial » au sein de la Mission Locale de type « pôle jeunesse » visible par les jeunes. Réaménager les locaux afin de les rendre plus attractifs pour les jeunes et qualitatifs pour l'équipe.

Impulser des actions « jeunesse » (avec et pour les jeunes : forum, films, rallye, ...). Renforcer l'accès à la formation continue pour les salariés. Poursuivre le développement des relations avec l'Education Nationale.

Autres actions à mener : proposer des conférences (telles « comprendre et manager les jeunes générations » ; « le droit au non recours » ...). Rendre visible l'accompagnement par la Mission Locale des jeunes en création d'activité et valoriser leurs initiatives. Mettre en valeur la Labellisation de la Mission Locale et l'amélioration continue.

2.1 : accompagner les conseillers vers une certification pour augmenter la qualité de leur accompagnement

2.2 : renforcer la sensibilisation des conseillers autour des bonnes pratiques en matière d'accueil et d'accompagnement (ex. plutôt proposer un deuxième entretien que de faire durer le premier au-delà de 40', partage de bonnes pratiques, développer des processus en matière de transfert d'informations...)

2.3 : maintenir et poursuivre les forums « orientation-métier-apprentissage » sur l'ensemble du territoire en partenariat avec l'Education Nationale, le DCIO et les établissements scolaires.

2.4 : renforcer la connaissance des agents en termes de dispositifs de santé : formations, intégration aux groupes de travail CLSM

- Former les salariés, informer les employeurs, les partenaires clés de la Mission Locale
- Mettre en place des processus communs avec les employeurs / partenaires clés, en assurant le portage d'information

2.5 : créer des espaces d'informations thématiques au niveau de l'accueil

- Dynamiser les locaux : solliciter une décoratrice d'intérieur pour aménager les lieux, réorganiser l'espace d'accueil et les bureaux des conseillers

2.6 : étoffer l'équipe de la Mission Locale pour développer l'offre de services

Pour aller plus loin : valoriser les secteurs d'emploi peu attractifs

- Faire témoigner des jeunes accompagnés épanouis dans le secteur
- Proposer un accompagnement aux entreprises peu attractives pour qu'elles puissent se valoriser
- Lancer une campagne sur les réseaux sociaux pour valoriser ces métiers

Pour aller plus loin : travailler sur la mobilité

- Accompagner les jeunes dans leur découverte du territoire Sud-Alsace : journée à Mulhouse, accompagnement à la prise de transports
- Organiser des « visites actives » : une visite d'entreprise et un temps culturel et de découverte du territoire
- Réfléchir à la création d'une auto-école sociale sur le territoire d'intervention de la Mission Locale

C- Communiquer plus efficacement sur l'offre existante

Parmi les champs encore peu investis par la Mission Locale Thur Doller, la communication a été identifiée comme un domaine essentiel par les salariés pour les années à venir. Ils souhaitent notamment que la Mission Locale s'engage dans une communication plus pro-active, pour capter des publics parfois invisibles et/ou qui ne sont pas en situation de faire la démarche eux-mêmes d'une aide à leur insertion.

Cela suppose que toutes les futures initiatives de communication doivent adopter une approche d'« aller-vers », ce qui implique de se dérouler en dehors des locaux de la Mission Locale afin de s'intégrer dans le quotidien des publics visés. Parallèlement, il convient de développer les actions de communication réalisées à travers les supports numériques (ex : LinkedIn, montages vidéos, diffusion sur grand écran...TikTok...).

Objectif : garantir la proximité sur notre territoire en développant le « aller-vers »

1. Engager un Community Manager pour une meilleure communication numérique
2. Mettre à jour les outils de communication de la Mission Locale pour améliorer l'accompagnement
 - Site internet
 - Livrets d'accueil
 - Plaquette de communication en direction des partenaires
3. Redynamiser le SPOT et redéfinir sa stratégie de déploiement

Actions prioritaires : travailler la stratégie en partenariat avec le CSC de Thann pour le SPOT#1 qui se déploie sur le territoire de Thann principalement. Renouveler l'offre d'animation proposée dans le cadre du SPOT. Définir un plan d'action avec les partenaires du reste du territoire pour le SPOT#2 en privilégiant la proximité à travers le « bureau mobile » ; associer des partenaires au déploiement et à la présence.

4. Label « Information Jeunesse »

Faire la demande de labellisation auprès du CRIJ (Centre Régional Information jeunesse) et ainsi faire partie du Réseau Information Jeunesse.