

HAGUENAU Mission locale d'Alsace du Nord

Un accompagnement personnalisé des jeunes

Hier matin, la Mission locale d'Alsace du Nord avait convié à un petit-déjeuner les différents acteurs de ses programmes de parrainage de jeunes en insertion professionnelle. Un temps de rencontre qui a permis à chacun de partager ses expériences.



Le petit-déjeuner organisé par la Mission locale a permis aux différents acteurs des programmes de parrainage de se rencontrer, et d'échanger sur la manière qu'ils ont de travailler avec les jeunes. DOCUMENT REMIS.

Au menu du petit-déjeuner organisé par la Mission locale d'Alsace du Nord hier matin, il y avait du café, des galettes des rois, et des échanges. Professionnels, conseillers et bénévoles étaient invités à partager leurs expériences concernant les deux types de parrainages, individuel et collectif, proposés actuellement par la structure pour aider les jeunes à se

rapprocher de l'emploi. En plus du parrainage individuel, mettant en lien un jeune et un professionnel bénévole, la Mission locale propose également un parrainage collectif depuis 2015, dans le cadre du dispositif Garantie jeunes. « Ce sont des groupes de jeunes en situation de précarité familiale et ou sociale, explique Frédéric Woehrel, directeur de la Mission locale. Dans le

« L'idée, c'est de prendre en compte l'histoire de chacun. Pas de traiter le rapprochement vers l'emploi en masse. C'est de l'orfèvrerie. »

Jean-Michel Staerlé, président de la Mission locale

cadre de cet accompagnement collectif, le parrain ou la marraine réalise deux interventions : une auprès du groupe pour présenter l'entreprise, et une au sein même de l'établissement ». Deux approches qui permettent un accompagnement plus personnalisé des jeunes. « L'idée, c'est de prendre en compte l'histoire de chacun, explique le président de la Mission locale Jean-Michel Staerlé, pas de traiter le rapprochement vers l'emploi en masse. C'est de l'orfèvrerie ».

De l'horlogerie même, ou chaque acteur a son rôle à jouer. « Lorsqu'un jeune accompagné par la Mission locale se rapproche de son objectif professionnel, il va être adressé au programme de parrainage par une conseillère », explique

UN ATELIER DE COACHING

Bénévole auprès de la Mission locale, Pascal Messmer est intervenu à plusieurs reprises auprès de jeunes du programme de parrainage. Et a constaté des lacunes dans la connaissance du processus de recrutement. « Je dis souvent aux jeunes, chercher du travail, c'est déjà un travail. Il est très important par exemple de faire un bon dossier de candidature, qu'il soit clair, que l'intitulé soit bon. Alors pour qu'il comprenne l'enjeu, je leur fais parfois le sketch du recruteur et je leur explique comment ça se passe quand on doit trier des CV, pourquoi on en met certains de côtés. Comment on passe de 200 à 20. J'essaie aussi de leur expliquer que, contrairement à ce qu'ils peuvent penser, un CV ne permet pas de décrocher un travail. C'est un élément

de communication envoyé à l'employeur. Cela permet juste de décrocher un entretien. » Mais une fois le précieux entretien obtenu, reste encore à le réussir. Un objectif qui nécessite de maîtriser un certain nombre de codes, comme la ponctualité, la posture corporelle, ou encore la communication. Fort de son expérience, Pascal Messmer a donc proposé la création d'un atelier de coaching. Le premier aura lieu mi janvier, sur une journée. « Il s'agit de les aider à avoir une attitude positive. Leur apprendre ce qu'il faut dire, ce qu'il ne faut pas dire. Quelle posture adopter aussi. Mais toujours en étant positif. Ils connaissent leurs points de vigilance. L'idée, c'est de rester dans la bienveillance ».

Une fausse image de l'entreprise

Les parrains et marraines présents ce matin-là le reconnaissent, ils ont à lutter contre une certaine représentation que les jeunes ont de l'entreprise. « Certains ont peur du monde de l'em-

ploi, explique Pascal Messmer, ancien responsable des ressources humaines dans le Grand Est pour Orange. Ils ont l'image de sociétés qui embauchent les gens pour ensuite les licencier en masse. Il faut pouvoir leur montrer que c'est un lieu où l'on peut trouver du lien social, où l'on peut s'épanouir. »

« Pour eux, nous les industriels, on est suspects, avance de son côté Marc Becker, responsable de Schaeffler France. Ils ont un peu de l'industrie l'image de Zola. Quand ils visitent les usines, ils se rendent bien compte que c'est un peu différent, que les techniques se modernisent, mais on a un gros travail de communication à faire sur nos secteurs d'activité ».

Anne MELLIER