



« Animation d'un mouvement national de jeunes engagés sur les liens entre
pollutions environnementales et santé »

« *Génération cobayes, non merci* »

NOTE DE RESTITUTION FINALE
DU PORTEUR DE PROJET



Ministère de la Ville, de la Jeunesse et des Sports

Direction de la Jeunesse, de l'Éducation Populaire et de la Vie Associative
Institut National de la Jeunesse et de l'Éducation Populaire
Mission d'animation du Fonds d'Expérimentation pour la Jeunesse

95, avenue de France – 75650 Paris CEDEX 13 www.experimentation.jeunes.gouv.fr

INTRODUCTION

Ce projet a été financé par le Fonds d'Expérimentation pour la Jeunesse dans le cadre de l'appel à projets n°APOJ lancé en 2014 par le Ministère chargé de la jeunesse.

Le Fonds d'Expérimentation pour la Jeunesse est destiné à favoriser la réussite scolaire des élèves et améliorer l'insertion sociale et professionnelle des jeunes de moins de vingt-cinq ans. Il a pour ambition de tester de nouvelles politiques de jeunesse grâce à la méthodologie de l'expérimentation sociale. A cette fin, il impulse et soutient des initiatives innovantes, sur différents territoires et selon des modalités variables et rigoureusement évaluées. Les conclusions des évaluations externes guideront les réflexions nationales et locales sur de possibles généralisations ou extensions de dispositifs à d'autres territoires.

Le contenu de cette note n'engage que ses auteurs, et ne saurait en aucun cas engager le Ministère.

Ministère de la Ville, de la Jeunesse et des Sports
Direction de la Jeunesse, de l'Éducation populaire et de la Vie associative
Institut National de la Jeunesse et de l'Éducation Populaire
Mission d'animation du Fonds d'Expérimentation pour la Jeunesse

95, avenue de France – 75650 Paris CEDEX 13

Pour plus d'informations sur l'évaluation du projet, vous pouvez consulter le rapport d'évaluation remis au Fonds d'Expérimentation pour la Jeunesse par l'évaluateur du projet sur le site www.experimentation.jeunes.gouv.fr



FICHE SYNTHÉTIQUE DU PROJET

Cette fiche doit tenir en une seule page et être remplie en utilisant le cadre suivant.

| |
|--|
| <p style="text-align: center;">THÉMATIQUE : Développement des organisations de jeunes dirigées par des jeunes Numéro du projet : APOJ_47</p> |
| <p style="text-align: center;">LE DISPOSITIF EXPÉRIMENTÉ</p> |
| <p>Titre : Animation d'un mouvement national de jeunes engagés sur les liens entre pollutions environnementales et santé</p> |
| <p>Objectifs initiaux : Structurer et animer localement un mouvement national de jeunes engagés sur la santé environnementale. Mobiliser la jeunesse sur ces questions par l'information et la montée en compétences. Porter la voix de la jeunesse sur ces questions auprès des pouvoirs publics et des industriels.</p> |
| <p>Public cible : Les 16-35 ans, 200 000 jeunes touchés.</p> |
| <p>Descriptif synthétique du dispositif expérimenté : Action 1 : Informer un maximum de jeunes des liens entre pollutions et santé. Action 2. Sensibiliser les jeunes en les rassemblant grâce à des événements décalés et fédérateurs. Action 3 : Animer et former les membres de la communauté « Générations Cobayes » pour les transformer en acteurs du changement. Action 4 : Donner à agir aux jeunes où qu'ils se trouvent en France et faire entendre leurs voix.</p> |
| <p>Territoire(s) d'expérimentation : Échelon national, incluant des zones politiques de la ville.</p> |
| <p>Valeur ajoutée du dispositif expérimenté : Le dispositif développé nous a permis de créer et d'animer 11 groupes locaux de jeunes partout en France, de les former et d'inventer des modes de gouvernance et de mobilisation de ceux-ci.</p> |
| <p>Partenaires techniques opérationnels : (1) Partenaires initialement visés dans la convention : Animafac, RES, Région Ile-de-france, Magazine top Santé, Refedd, Notéo, Carrot mob (2) Partenaires effectifs de l'expérimentation : Animafac, Refedd, WARN, Réseau Environnement Santé</p> |
| <p>Partenaires financiers (avec montants): Région Ile-de-France 55 000, Région Aquitaine 8000, Région centre Val de Loire 7000, Région Rhône Alpes 20000, Région Hauts de France 3500, Région Normandie 3150, Fonds de développement de la vie associative 2800, Mairie de Paris, Mutuelle familiale 22500, Fondation Léa nature 10000, DomPlus 32500.</p> |

Durée de l'expérimentation :

(1) Durée initiale : 24 mois.

(2) Durée effective : 24 mois.

LE PORTEUR DU PROJET

Nom de la structure : Générations cobayes

Type de structure : Association Loi 1901

L'ÉVALUATEUR DU PROJET/ DU PROGRAMME

Nom de la structure : Agence Phare.

Type de structure : structure privée.



PLAN DE LA NOTE DE RESTITUTION

Proposition de plan à titre indicatif sachant que la structure générale et l'ensemble des items devront être traités.

Sommaire (ajouter les numéros de pages correspondantes)

Introduction

I. Rappel des objectifs et du public visé par l'expérimentation p.6

A. Objectifs de l'expérimentation p.6

B. Public visé et bénéficiaires de l'expérimentation (analyse quantitative et qualitative)

1. Public visé p.6

2. Bénéficiaires directs p.7

2.1. Statistiques descriptives

2.2. Analyse qualitative

II. Déroulement de l'expérimentation p.9

A. Actions mises en œuvre p.9

B. Partenariats p.10

1. Partenaires opérationnels

2. Partenaires financiers

C. Pilotage de l'expérimentation p.12

III. Enseignements généraux de l'expérimentation p.14

A. Modélisation du dispositif expérimenté p.14

B. Enseignements et conditions de transférabilité du dispositif p. 16

1. Public visé

2. Actions menées dans le cadre du dispositif

3. Impacts sur la structure

Conclusion p.17

Annexes obligatoires à joindre au fichier :

- **Tableau 1 sur les publics**
- **Tableau 2 sur les actions**
- **Tableau 3 sur les outils**
- **Tableau 4 sur l'exécution financière**

Introduction

I. Rappel des objectifs et du public visé par l'expérimentation

A. Objectifs de l'expérimentation

L'objectif de l'expérimentation était de déployer sur l'ensemble du territoire français un mouvement de jeunes engagés sur les liens entre pollutions et santé afin de stopper l'épidémie de maladies chroniques.

Nous avons découpé cet objectif en trois sous objectifs :

- **Objectif 1** : Structurer et animer un mouvement de jeunes engagés sur la santé environnementale ;
- **Objectif 2** : Mobiliser la jeunesse sur ces questions par l'information et la montée en compétences ;
- **Objectif 3** : Porter la voix de la jeunesse sur ces questions auprès des pouvoirs publics et des industriels.

Traduits dans quatre actions :

- **Action 1** : Informer un maximum de jeunes des liens entre pollutions et santé ;
- **Action 2** : Sensibiliser les jeunes en les rassemblant grâce à des événements décalés et fédérateurs ;
- **Action 3** : Animer et former les membres de la communauté « Générations Cobayes » pour les transformer en acteurs du changement ;
- **Action 4** : Donner à agir aux jeunes où qu'ils se trouvent en France et faire entendre leurs voix.

B. Public visé et bénéficiaires de l'expérimentation (analyse quantitative et qualitative)

1. Public visé

Notre public cible est les 16-35 ans, que nous divisons en trois groupes :

- **les lycéens**, que nous touchons principalement via nos conférences ou ateliers dans leurs établissements;
- **les étudiants**, que nous touchons par nos conférences, ateliers ou stands dans leurs campus, nos campagnes, nos temps de formation et de débats, et nos partenaires (le réseau Animafac, le Réseau des étudiants français pour le développement durable par exemple) ;
- **les jeunes actifs**, que nous touchons via nos stands, via nos campagnes et notre action en ligne, et via nos temps de formation et de débats.

2. Bénéficiaires directs

2.1. Statistiques descriptives

| | Bénéficiaires entrés l'année 1 | Bénéficiaires entrés l'année 2 | Bénéficiaires entrés l'année 3 | Bénéficiaires entrés pendant toute la durée de l'expérimentation | Bénéficiaires ayant abandonnés ou ayant été exclus en cours de dispositif |
|---|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|--|---|
| Nombre de bénéficiaires directement touchés par l'action | | | | | |
| Jeunes | 29591 | 49964 | 26090 | 105645 | |
| Adultes | 12639 | 21413 | 60875 | 94927 | |
| Nombre total de bénéficiaires | 42230 | 71377 | 86965 | 200572 | |

| | Bénéficiaires entrés pendant toute la durée de l'expérimentation |
|---|--|
| Nombre de bénéficiaires directement touchés par l'action à l'entrée du dispositif, par caractéristiques | |
| 1. Jeunes | |
| Âge | |
| Moins de 6 ans | |
| 6-10 ans | |
| 10-16 ans | |
| 16-18 ans | |
| 18-25 ans | 60172 |
| Autres : public de 25 à 35 ans | 80228 |
| Autres : (préciser) | |
| Situation | |
| Elèves en pré-élémentaire | |
| Elèves en élémentaire | |
| Collégiens | |
| Lycéens en LEGT | |
| Lycéens en lycée professionnel | |
| Jeunes apprentis en CFA | |
| Étudiants du supérieur | |
| Demandeurs d'emploi | |
| Actifs occupés | |
| Autres : information non connue | 200572 |
| Autres : (préciser) | |
| Niveau de formation | |
| Infra V | |
| Niveau V | |
| Niveau IV | |
| Niveau III | |
| Niveau III | |
| Niveau I | |
| Sexe | |
| Filles | 126360 |
| Garçons | 74212 |
| 2. Adultes | |
| Qualité | |
| Parents | |
| Enseignants | |
| Conseillers d'orientation-psychologues | |
| Conseillers principaux d'éducation | |
| Conseillers d'insertion professionnelle | |
| Animateurs | |
| Éducateurs spécialisés | |
| Autres : public touché au-delà de 35 ans | 60172 |
| Autres : (préciser) | |
| Réalisation | |
| Autre information concernant les bénéficiaires directement touchés par l'action à l'entrée du dispositif | |
| 1. Les jeunes bénéficiaires sont-ils inscrits et suivis par la mission locale (ML) ? | |
| Oui, tous les bénéficiaires directs sont inscrits et suivis par la ML | Oui, une partie des bénéficiaires directs est inscrite et suivie par la ML |
| Oui, une partie des bénéficiaires directs est inscrite et suivie par la ML | |
| Non, aucun bénéficiaire direct n'est inscrit et suivi par la ML | |
| Echelle et territoire d'intervention de l'action mise en place | |
| 1. L'action que vous menez dans le cadre de cette expérimentation est-elle à l'échelle : | |
| Communale (une ou plusieurs communes dans un même département) | Nationale |
| Départementale (un ou plusieurs départements dans une même région) | |
| Régionale (une seule région) | |
| Inter-régionale (2 et 3 régions) | |
| Nationale (plus de 3 régions) ? | |
| 2. Votre territoire d'intervention inclut-il des quartiers politique de la ville ? | |
| Oui, la totalité de mon territoire d'intervention est en quartiers politique de la ville | Oui, une partie de mon territoire |
| Oui, une partie de mon territoire d'intervention est en quartiers politique de la ville | |
| Non, mon territoire d'intervention n'inclut pas de quartiers politique de la ville | |

NOMBRE DE BENEFICIAIRES DIRECTS TOUCHES DEPUIS LE DEBUT DE L'EXPERIMENTATION :

- 353 205 visiteurs uniques via le site web du mouvement depuis 2013 ;
- 200 000 jeunes touchés par nos campagnes de sensibilisation depuis mi 2014 ;
- 60 000 jeunes reçoivent nos newsletters une fois par mois ;
- 989 sont adhérents ;
- 6 000 jeunes ont participé à au moins à un événement du mouvement.

2.2. Analyse qualitative

Pour nos trois cibles nous avons mis au point trois profils de bénéficiaires :

- **les bénéficiaires « touchés »**, comprenant les 353 205 visiteurs uniques de notre site, bénéficiaires qui découvrent notre message au détour d'une navigation internet ;
- **les bénéficiaires « informés »** : comprenant les 200 000 jeunes qui ont participé à nos campagnes de sensibilisation depuis 2014, ce qui implique d'avoir mis le doigt sur les expositions à risques et pour un tiers d'entre eux d'avoir reçu des conseils personnalisés, ainsi que les 60 000 jeunes nous ayant laissé un mail pour pouvoir être informés ;
- **les bénéficiaires « sensibilisés »**, comprenant les 6 000 jeunes qui ont participé à nos événements physiques sur tout le territoire français ;
- **les bénéficiaires « engagés »**, comprenant les 1000 bénévoles et les adhérents engagés de régulièrement à quotidiennement dans le mouvement.

Le public touché est bien notre public cible initial. L'expérience nous a cependant permis de distinguer deux profils dans les rapports à l'information et à la consommation sur nos sujets, entre les 18-25 ans et les 25-35 ans.

3. Bénéficiaires indirects

II. Déroulement de l'expérimentation

A. Actions mises en œuvre

Action 1 : Informer les jeunes des liens entre santé et environnement :

Nos deux campagnes d'information par an :

- une campagne sur les cosmétiques (35000 participants) ;
- une campagne sur les liens entre cancers hormonaux dépendants et perturbateurs endocriniens (touché 18900 jeunes, dont 3504 ont demandé à recevoir des mails conseils) ;
- une campagne, sur les liens entre produits issus de la pétrochimie et perturbateurs endocriniens (a touché 85 000 jeunes, dont 3 500 qui se sont inscrits pour recevoir nos mails conseils) ;
- une campagne qui propose 30 recettes saines, faciles, pas chères pour montrer qu'une alimentation saine est accessible à tous ! (Accompagnée d'une [vidéo](#) vue 64 000 fois, les 30 recettes sous format d'un e-book ont été demandées par 3 800 jeunes) ;
- des partenariats presse avec : Konbini, Madmoizelle, Le Figaro, France culture, Néoplanète, l'Ecolomag, Bioalaune, Sud radio, Trendyshow, Hellocoton.fr, Place to be Cop21, Radio Campus Paris, Le Mouv', etc ;
- l'animation des réseaux sociaux : 22 000 jeunes suivent désormais notre page facebook sur laquelle nous relayons quotidiennement des informations sur nos sujets et notre mouvement ;

- notre plateforme web d'information alimentée régulièrement par la communauté de bénévoles : une centaine de publications, 350 000 visiteurs uniques sur le site.

Action 2 : Rencontrer les jeunes partout en France grâce à des événements décalés et fédérateurs :

Nous avons :

- réalisé un Tour de France début 2015 qui nous a permis de créer 15 groupes locaux dont 11 fonctionnent aujourd'hui dans les grandes villes étudiantes (Lille, Lyon, Paris, Rennes, Bordeaux, Caen, Marseille, Grenoble, Toulouse, Nantes, Montpellier) ;
- réalisé 35 conférences de sensibilisation devant 1000 personnes au total ;
- 30 ateliers Do It Yourself de fabrication de cosmétiques sains pour 600 personnes ;
- animé 22 stands sur des festivals ou salons, sensibilisant 65 000 personnes ;
- organisé des événements mensuels de recrutement et de sensibilisation dans chacun de nos groupes locaux chaque mois.

Action 3 : Animer et former les membres de la communauté « Générations Cobayes » pour leur donner les moyens d'être acteurs du changement :

- Nous avons continué les sessions de travail tous les mois pour le Conseil d'administration et les réunions hebdomadaires des équipes permanentes et dirigeantes. Cela nous a permis de recevoir 500 demandes de jeunes désirant s'impliquer dans le mouvement et de mener à bien le suivi des projets ;
- des séminaires de travail ont eu lieu deux fois par an pour les bénévoles porteurs de ces projets, afin de leur donner les moyens de les coordonner ;
- nous avons réalisé un week-end national de formation en octobre 2015 avec 100 bénévoles pendant deux jours afin de leur donner les outils pour mener à bien leurs actions et d'être mieux formés sur les questions de santé-environnement ;
- nous avons réalisé deux week-end nationaux de formation en avril avec 80 bénévoles pendant deux jours afin de les former sur les questions de santé-environnement et de réfléchir sur la stratégie de développement de l'association ;
- nous avons mis en place un challenge inter-ville pour les groupes locaux, pour donner un cadre et un suivi aux actions des bénévoles ;
- dont la contre-partie est un programme de formation tout au long de l'année, l'école des cobayes, avec plus de 20 tutoriels en ligne et deux journées « boost » de formation ;
- le Campus des Cobayes a eu lieu entre 2014-2015 et 2015-2016, formations dédiées aux enjeux de santé environnement, avec 16 sessions de rencontres avec les membres du comité scientifique et de soutien de Générations cobayes.

Action 4 : Porter la voix des jeunes :

- Nous avons continué de représenter la voix des jeunes engagés sur la santé-environnement ;
- Nous avons lancé le club des « entreprises qui vous veulent du bien », afin de promouvoir les start-up qui développent les solutions et produits sains attendus par notre communauté, de favoriser l'échange de bonnes pratiques entre elles et de mettre en avant des outils ou référentiels pour faire de la santé environnement une problématique de la responsabilité sociale des entreprises, avec 7 partenaires ;

- Nous avons publié un ouvrage de sensibilisation et vulgarisation scientifique sur notre sujet en 2015 « Et notre santé alors », dialogue entre les jeunes du mouvement et les membres de son Comité scientifique.

B. Partenariats

1. Partenaires opérationnels

| Nom de la structure partenaire | Type de structure partenaire | Rôle dans l'expérimentation |
|---|--|---|
| Animafac | Association Loi 1901, réseau associatif. Réseau national de 12 000 associations répartis sur l'ensemble du territoire | Le partenariat porte sur la mise à disposition de locaux et de biens matériels (notre structure a disposé de locaux au sein de leurs bureaux à Paris), l'échange de visibilité (communication et transmission d'informations auprès de leurs membres par le biais de newsletter notamment) et la co-construction de projets pour leurs membres (interventions régulières dans les événements locaux ou régionaux organisés par le réseau). Appui pour le développement du mouvement sur l'ensemble du territoire (dans le cadre du Tour de France et des WEAC d'Animafac) |
| Réseau des étudiants français pour le développement durable | Association Loi 1901, réseau associatif. Le REFEDD est un réseau de plus de 100 associations étudiantes présentes partout en France et engagées en faveur du développement durable sur leur campus et dans leur ville. | Institutionnel et opérationnel : échanges de visibilité, présence respective aux événements, mutualisation des réseaux pour toucher un maximum de jeunes etc. Appui pour le développement du mouvement sur l'ensemble du territoire et auprès des étudiants (dans le cadre du Tour de France notamment, événements locaux...) |

| | | |
|----------------------------|---|---|
| We are ready now | Association Loi 1901 | Appui pour le développement du mouvement sur l'ensemble du territoire et auprès des étudiants (événements locaux...) |
| Réseau Environnement Santé | Association Loi 1901, réseau associatif Réseau national créé pour mettre les questions d'environnement et de santé au cœur des politiques publiques et agir pour une meilleure prise en compte des données scientifiques validées et la mise en œuvre du principe de précaution. | Selon les thématiques abordées par Générations Cobayes, les experts scientifiques du RES interviennent généralement en amont pour nous aider dans la définition des messages et appuyer leur valeur scientifique, mais également lors de nos temps d'échanges et de formations avec nos membres, ou lors de conférences plus grand public que nous organisons sur les campus. |

2. Partenaires financiers

| Financements | Part de ces financements dans le budget total de l'expérimentation (hors évaluation) en % |
|--|---|
| Fonds d'Expérimentation pour la Jeunesse | 40 000 - 9 % |
| Cofinancements extérieurs à la structure | 326980 - 86 % |
| Autofinancement | 17740 - 5 % |

C. Pilotage de l'expérimentation

En 2015, nous avons défini un nouveau schéma de gouvernance, ainsi qu'un parcours d'engagement de nos bénévoles, associés à des méthodes issues de la sociocratie : élection par holocratie, horizontalité, collégialité, co-construction des projets, constructivité des échanges et non-violence de la communication.

Cette adaptation a été mise en place pour répondre à l'évolution du mouvement, notamment à sa prise d'ampleur, ainsi qu'aux demandes de nos bénévoles.

- Réunion du bureau toutes les deux semaines, ouverte aux membres du CA (responsables du mouvement et l'animation de ses différents projets).

Les membres du bureau sont les personnes qui portent les projets liés à la vie démocratique et les missions qui assurent la pérennité de l'association (ressources humaines, suivi des démarches administratives et financières) ;

- Réunion de l'équipe permanente une fois par semaine, au sein de cette équipe un point campagne et un point équipe « animation » par semaine ;

- Le Conseil d'administration est renouvelé de une à deux fois par an, notamment lors de l'assemblée générale d'avril, avec une redéfinition des membres. Leurs rôles et projets précis ainsi que les nouveaux membres en charge du bureau sont ensuite définis lors d'un séminaire dédié (en mai).

Il est constitué du bureau élu, des membres de l'équipe permanente ainsi que des coordinateurs de projets nationaux (environ 15-20 personnes).

Les porteurs de projets sont choisis par holocratie, c'est-à-dire une élection sans candidat, afin de clarifier les envies et attentes de chacun, ainsi que les capacités d'engagement réelles et effectives pour l'association. Ils portent un à plusieurs projets, selon leur choix et leur disponibilité. Ils se réunissent une fois par mois en dîner pour suivre et partager l'avancement des projets de l'association et prendre les décisions importantes.

- Séminaire de deux jours avec tous les bénévoles des groupes locaux en avril pour se former, partager les bonnes pratiques, se rencontrer, créer des dynamiques, décider des grands orientations de l'association pour les trois prochaines années ;

- Séminaire de deux jours avec tous les bénévoles des groupes locaux en octobre pour se former, partager les bonnes pratiques, se rencontrer, créer des dynamiques ;

- Séminaire de trois jours avec les membres du conseil d'administration pour le partage des valeurs et de la vision stratégique en mai ;

- Séminaire de trois jours avec les membres du conseil d'administration pour le partage des valeurs et de la vision stratégique en novembre.

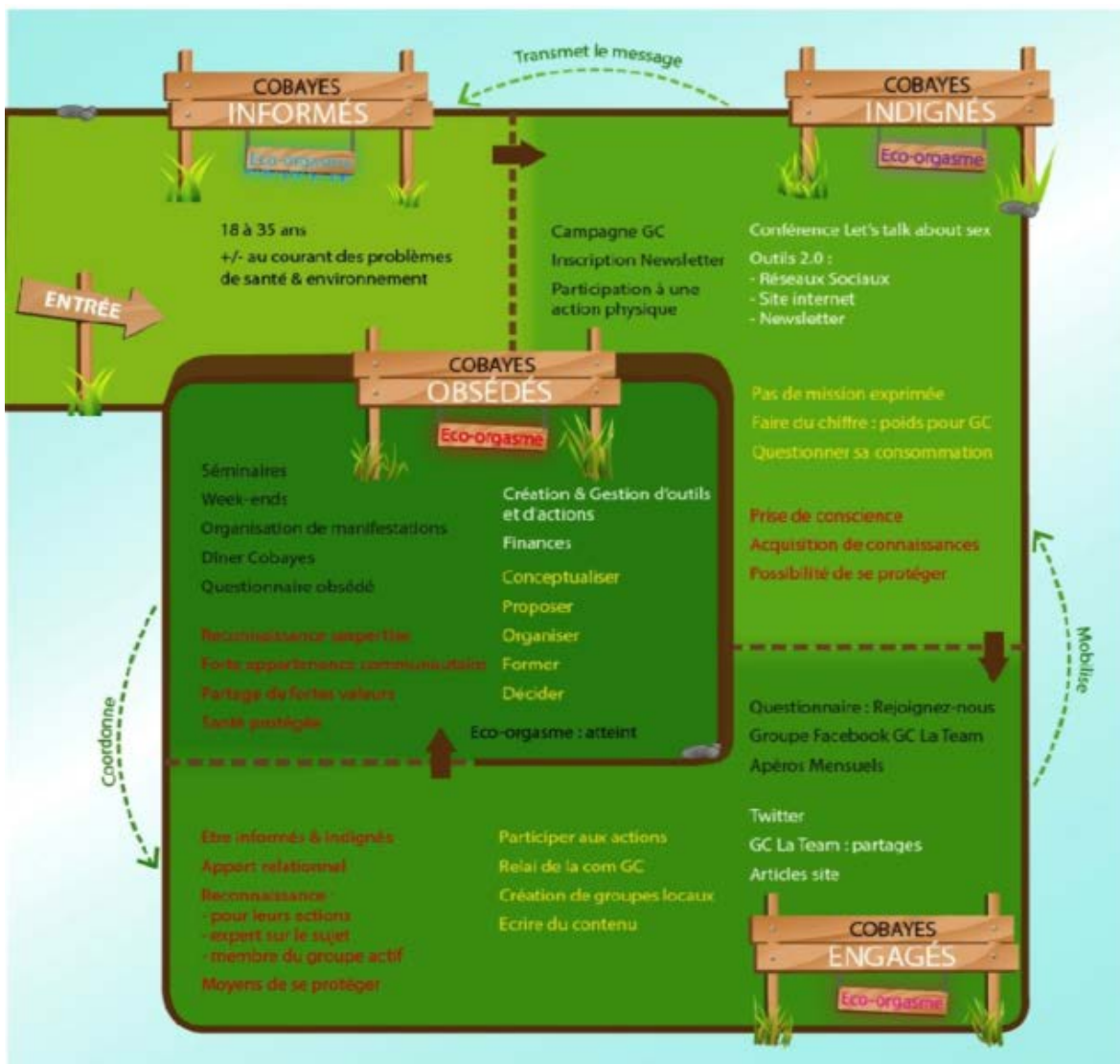
III. Enseignements généraux de l'expérimentation

A. Modélisation du dispositif expérimenté

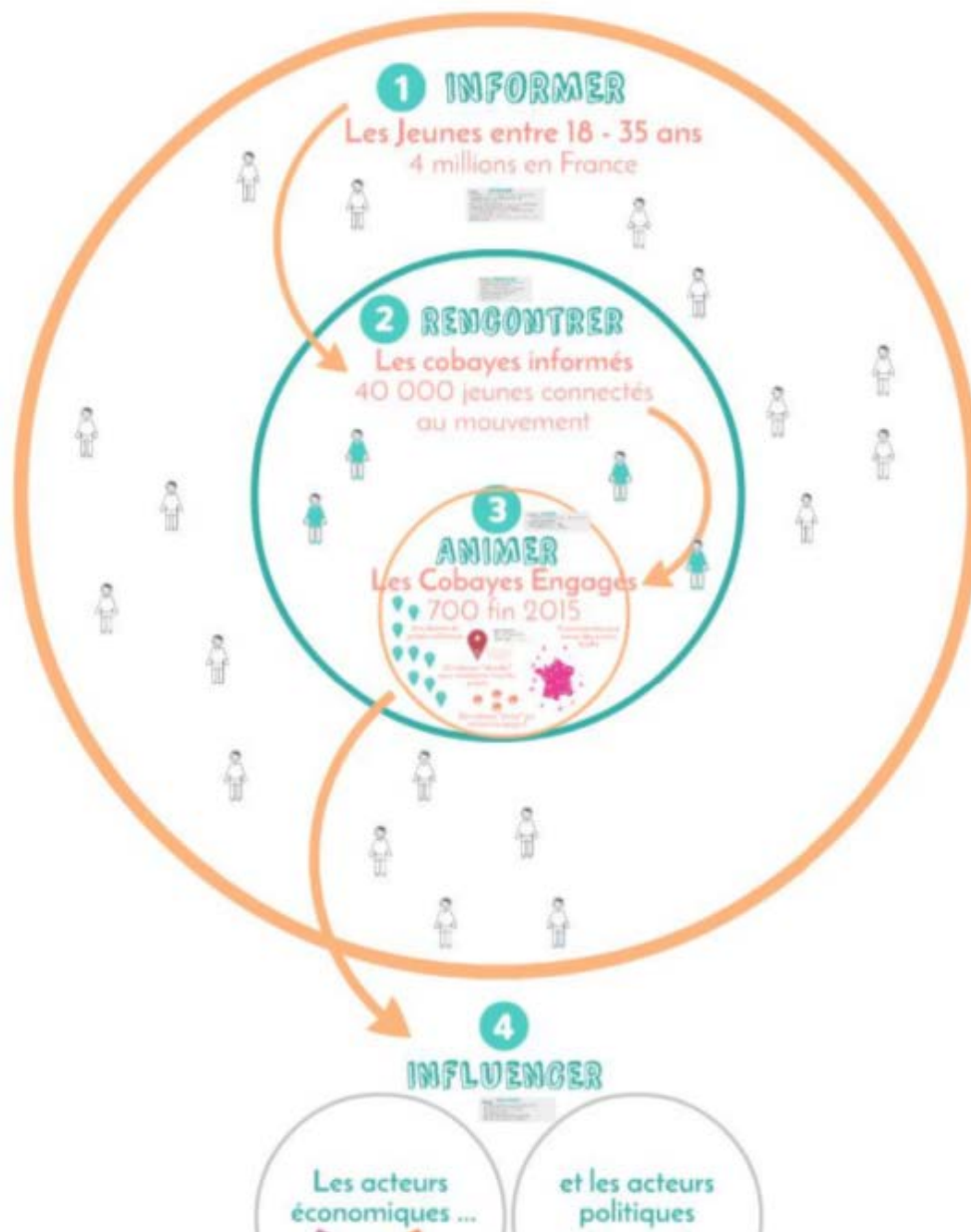
Le dispositif expérimenté nous a permis de :

- réaliser un Tour de France et ainsi mobiliser les jeunes autour de la santé environnement dans 15 groupes locaux ;
- construire et continuer à améliorer la gouvernance sociocratique du mouvement, et ainsi mener en 2015 une réflexion approfondie sur notre gouvernance pour réussir le changement d'échelle tout en gardant notre horizontalité, et pour permettre à chaque nouveau bénévole de trouver sa place et de s'épanouir dans le mouvement ;
- recruter un deuxième salarié permanent pour continuer à développer le mouvement ;
- créer, développer et mettre en œuvre des outils de gouvernance innovants permettant de mobiliser les jeunes dans des conditions d'engagement et avec des codes qui sont les leur.

Nos modèles d'engagement :



NOS 4 PUBLICS ET NOS 4 MISSIONS



B. Enseignements et conditions de transférabilité du dispositif

1. Public visé

Les conditions importantes à nos yeux pour réussir à mobiliser les 16-35 ans :

- la formation et la prévention de pairs à pairs ;
- l'horizontalité et la souplesse de la gouvernance (facilité à y prendre part, facilité pour la remettre en cause de façon constructive) ;
- la souplesse de l'engagement (des modalités d'engagement très variées et non définitives) ;
- l'importance de la communauté humaine et des valeurs pour l'engagement.

2. Actions menées dans le cadre du dispositif

Les actions que nous avons menées sont transférables facilement grâce aux outils créés qui sont libres et que nous présentons régulièrement à nos partenaires associatifs, publics et privés.

Les principaux outils :

- la conférence des 7 commandements de l'éco-orgasme comme outils de prévention santé : 1h30 de conférence gesticulée dans les campus, et sa version lycée, les 7 commandements de l'éco-drague ;
- les dépliants correspondants à ces deux formats, que nous distribuons sur nos stands et qui sont aussi nos outils de communication média ;
- les ateliers Do It Yourself, cosmétiques et désormais alimentation, ateliers d'1h30 pour apprendre à fabriquer ses produits sains ;
- les jeux que nous avons créés pour les stands sur les festivals ;
- notre outil de campagne en ligne : un questionnaire d'auto évaluation de ses risques et de conseils santé adapté au profil du bénéficiaire, des mails-conseils accessibles sur notre site ;
- les infographies que nous partageons ;
- les méthodes de gouvernance et d'animation, dans le cadre de la sociocratie : journées de formations, challenge interville, école en ligne, etc ;
- création d'un club de start-ups autour de nos sujets.

3. Impacts sur la structure

Nous sommes passés depuis 2014 d'une communauté de 30 000 à 60 000 jeunes, de 150 à 1 000 bénévoles, avec la création d'une dizaine de groupes locaux actifs. Notre gouvernance a évolué vers un fonctionnement toujours plus sociocratique et horizontal.

Nous menons chaque année pour préparer l'assemblée générale une enquête en interne auprès de nos bénévoles pour mieux connaître leur composition, leurs attentes, leur vision du mouvement.

Conclusion

Le dispositif expérimenté nous a permis de transformer l'essai de nos campagnes de communication innovantes en allant à la rencontre des jeunes partout en France.

Nous sommes désormais présents en régions, tout en ayant enrichi notre identité, et les start-ups qui nous veulent du bien ont embarqué dans l'aventure !

Nos trois réussites :

- La structuration nationale d'un mouvement de 460 000 jeunes dont 1000 bénévoles ;
- L'occupation de l'espace public et médiatique des enjeux de santé et d'environnement ;
- Le développement d'un nouveau modèle d'organisation horizontale et apprenante.

Nos trois défis pour la suite :

- Changer encore d'échelle : 60 000 jeunes c'est bien ... mais beaucoup trop peu comparé aux enjeux de santé publique ;
- Montrer l'exemple : nous devons être en mesure d'apporter des solutions concrètes aux 18-35 ans pour qu'ils protègent leur santé !
- Être incontournable : comme les questions du SIDA ou du Tabac, les enjeux santé-environnement doivent être au cœur des politiques publiques pour stopper la crise sanitaire.

Annexes obligatoires à joindre au fichier :

➤ Tableau 1 sur les publics

| | Bénéficiaires entrés l'année 1 | Bénéficiaires entrés l'année 2 | Bénéficiaires entrés l'année 3 | Bénéficiaires entrés pendant toute la durée de l'expérimentation | Bénéficiaires ayant abandonnés ou ayant été exclus en cours de dispositif |
|---|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|--|---|
| Nombre de bénéficiaires directement touchés par l'action | | | | | |
| Jeunes | 29591 | 49964 | 26090 | 105645 | |
| Adultes | 12639 | 21413 | 60875 | 94927 | |
| Nombre total de bénéficiaires | 42230 | 71377 | 86965 | 200572 | |

| | | Bénéficiaires entrés pendant toute la durée de l'expérimentation |
|---|--|--|
| Nombre de bénéficiaires directement touchés par l'action à l'entrée du dispositif, par caractéristiques | | |
| 1. Jeunes | | |
| Age | | |
| Moins de 6 ans | | |
| 6-10 ans | | |
| 10-16 ans | | |
| 16-18 ans | | |
| 18-25 ans | | 60172 |
| Autres : public de 25 à 35 ans | | 80228 |
| Autres : (préciser) | | |
| Situation | | |
| Elèves en pré-élémentaire | | |
| Elèves en élémentaire | | |
| Collégiens | | |
| Lycéens en LEGT | | |
| Lycéens en lycée professionnel | | |
| Jeunes apprentis en CFA | | |
| Étudiants du supérieur | | |
| Demandeurs d'emploi | | |
| Actifs occupés | | |
| Autres : information non connue | | 200572 |
| Autres : (préciser) | | |
| Niveau de formation | | |
| Infra V | | |
| Niveau V | | |
| Niveau IV | | |
| Niveau III | | |
| Niveau II | | |
| Niveau I | | |
| Sexe | | |
| Filles | | 126360 |
| Garçons | | 74212 |
| 2. Adultes | | |
| Qualité | | |
| Parents | | |
| Enseignants | | |
| Conseillers d'orientation-psychologues | | |
| Conseillers principaux d'éducation | | |
| Conseillers d'insertion professionnelle | | |
| Animateurs | | |
| Éducateurs spécialisés | | |
| Autres : public touché au-delà de 35 ans | | 60172 |
| Autres : (préciser) | | |
| Réalisation | | |
| Autre information concernant les bénéficiaires directement touchés par l'action à l'entrée du dispositif | | |
| 1. Les jeunes bénéficiaires sont-ils inscrits et suivis par la mission locale (ML) ? | | |
| Oui, tous les bénéficiaires directs sont inscrits et suivis par la ML | | Oui, une partie des bénéficiaires directs est inscrite et suivie par la ML |
| Oui, une partie des bénéficiaires directs est inscrite et suivie par la ML | | |
| Non, aucun bénéficiaire direct n'est inscrit et suivi par la ML | | |
| Echelle et territoire d'intervention de l'action mise en place | | |
| 1. L'action que vous menez dans le cadre de cette expérimentation est-elle à l'échelle : | | |
| Communale (une ou plusieurs communes dans un même département) | | Nationale |
| Départementale (un ou plusieurs départements dans une même région) | | |
| Régionale (une seule région) | | |
| Inter-régionale (2 et 3 régions) | | |
| Nationale (plus de 3 régions) ? | | |
| 2. Votre territoire d'intervention inclut-il des quartiers politique de la ville ? | | |
| Oui, la totalité de mon territoire d'intervention est en quartiers politique de la ville | | Oui, une partie de mon territoire |
| Oui, une partie de mon territoire d'intervention est en quartiers politique de la ville | | |
| Non, mon territoire d'intervention n'inclut pas de quartiers politique de la ville | | |

➤
➤ **Tableau 2 sur les actions**

| | Description synthétique de chaque action | Durée en mois | Effectifs | ETP | Type de personnel concerné (qualifications) | Achats | Prestations de services | Autre (préciser) |
|------------------------------------|---|------------------------------------|-----------|-----|--|--|---|--|
| 1. Préparation du projet | De juin 2014 à juin 2016 | | | | | | | |
| Campagnes d'information sur le web | Choix de la cible, du format, du thème, du message, du ton, recherche des contenus et des prestataires, des partenariats, médias, consultation des partenaires scientifiques | 2 mois de préparation pour chacune | 2 | 1,5 | Le chargé de communication avec le soutien d'un volontaire en service civique + bénévoles | | | |
| Tour de France | Préparation des étapes, prise de contact avec les partenaires (associations, entreprises, universités) locaux, mobilisation des bénévoles, préparation des outils de communication | 4 mois | 2 | 1,5 | Le délégué général de l'association avec le soutien d'un volontaire en service civique + bénévoles | | Graphistes pour les visuels, impression d'outils de communication | Produits partenaires offerts gracieusement (nourriture et échantillons de démonstration) |
| L'école des cobayes | Création du programme et des contenus pour les tutoriels, communication et mobilisation des bénévoles et des intervenants + création programme, contenu, logistique des journées <u>boost</u> et mobilisation des bénévoles | De août à juin | 2 | 1,5 | Un salarié chargé de l'animation des bénévoles + Formation et contenu par un service civique + un bénévole chargé de l'école + bénévoles | | | |
| Le challenge interville | Lancement du challenge, mobilisation et communication auprès des bénévoles, préparation des « épreuves », du jury et des points | Un mois en septembre | 1 | 1 | Un salarié chargé de l'animation des bénévoles + un bénévole chargé du challenge + bénévoles | | | |
| La colo' des cobayes | Préparation du programme, de la logistique, choix des intervenants/formateurs, communication auprès des bénévoles | 2 mois | 3 | 2 | Un salarié chargé de l'animation des bénévoles + 2 services civiques + des bénévoles | | | |
| Le sommet des cobayes | Préparation du programme, de la logistique, choix des intervenants/formateurs, communication auprès des bénévoles, préparation des moments <u>sociocratiques</u> et stratégiques | 2 mois | 3 | 2 | Un salarié chargé de l'animation des bénévoles + 2 services civiques + un bénévole en charge de la vie démocratique du mouvement + des bénévoles | | | |
| Les séminaires | Préparation du programme, de la logistique, choix des intervenants/formateurs | 1 mois | 2 | 1 | Un salarié chargé de l'animation des bénévoles et un bénévole + bénévoles | | | |
| Le campus des cobayes | Prise de contact avec les intervenants, création du programme, organisation logistique, communication autour de l'événement | 2 mois | 1 | | Un bénévole porteur de projet + autres bénévoles | | | |
| Les conférences | Création et écriture de la conférence, formation des bénévoles pour l'animer | En continu | 1 | 0,5 | Écriture par un bénévole, formation par un service civique | | | |
| Les festivals | Préparation des animations, prise de contact et dossier de candidature pour les festivals, recrutement et formation des bénévoles | De février à mai | 1 | | Un bénévole porteur de projet + autres bénévoles | | Édition et impression d'outils de communication | Produits partenaires offerts gracieusement (nourriture et échantillons de démonstration) |
| Les Do It Yourself | Création du contenu, des recettes et explications scientifiques, organisation et communication autour des événements | En continu | 1 | 0,5 | Formation et contenu par un service civique + un bénévole | Matériel pour premières | | |
| Le club entreprise | Recrutement et jury des entrepreneurs | Deux mois | 1 | 1 | Un salarié + bénévoles | | | |
| 2. Mise en œuvre du projet | De juin 2014 à juin 2016 | | | | | | | |
| Campagnes d'information | Création des contenus et supports de communication, mise en ligne de ceux-ci, communication autour de ceux-ci, mobilisation du réseau de partenaires associatifs et médiatiques, envoi des contenus | 1 mois de campagne pour chacune | 2 | 1,5 | 1 chargé de communication avec le soutien d'un volontaire en service civique | | Graphistes, informaticien, dessinatrice de BD, rédacteurs | |
| Tour de France | 15 étapes d'une semaine, avec dans chaque ville : une conférence, une soirée festive de mobilisation et de recrutement, un séminaire de formation des bénévoles et de création du groupe local + rencontres de partenaires locaux | 4 mois | 2 | 1,5 | Le délégué général de l'association avec le soutien d'un volontaire en service civique | Location d'un van, frais de transports et de missions | | Produits partenaires offerts gracieusement (nourriture et échantillons de démonstration) |
| L'école des cobayes | Création montage, diffusion et communication autour des tutoriels, animation et formation des bénévoles pendant les journées <u>boost</u> | De août à juin | 2 | 1,5 | Un salarié chargé de l'animation des bénévoles + Formation et contenu par un service civique + un bénévole chargé de l'école + bénévoles | Défrayements transports et nourriture pour les journées <u>boost</u> | | |
| Le challenge interville | Communication, suivi des fiches actions, soutien aux bénévoles | D'octobre à mai | 1 | 1 | Un salarié chargé de l'animation des bénévoles + un bénévole chargé du challenge + bénévoles | | | |
| La colo' des cobayes | Animation des ateliers et temps collectifs, formation des bénévoles | En octobre | 3 | 2 | Un salarié chargé de l'animation des bénévoles + 2 services civiques + des bénévoles | Défrayements transports, hébergement, nourriture | | |
| Le sommet des cobayes | Animation des ateliers et temps collectifs <u>sociocratiques</u> et stratégiques, formation des bénévoles | En mai | 3 | 2 | Un salarié chargé de l'animation des bénévoles + 2 services civiques + un bénévole en charge de la vie démocratique du mouvement + des bénévoles | Défrayements transports, locaux, nourriture | | |
| Les séminaires | Animation du séminaire, formation et encadrement des bénévoles, intervention des formateurs extérieurs | En mai et septembre | 2 | 1 | Un salarié et un bénévole + bénévoles | Défrayements transports et nourriture | | |
| Le campus des cobayes | Animation des sessions du campus avec l'intervenant | De septembre à mai | 1 | | Un bénévole porteur de projet + autres bénévoles | | | |
| Les conférences | Organisation et animation des conférences | En continu, conférence d'1h30 | 1 | 0,5 | Animation par des bénévoles, soutien à l'organisation par un service civique | | | |
| Les festivals | Animation d'un stand pendant la durée des festivals | De mai à septembre | | | Bénévole | Défrayements éventuels | | |
| Les Do It Yourself | Animation de l'atelier | En continu, atelier d'une heure | 1 | 0,5 | Animation par des bénévoles, soutien à l'organisation par un service civique | Déplacements éventuels | | |
| Le club entreprise | Animation des entrepreneurs et des actions de sensibilisation communes | De mars à février | 1 | 1 | Un salarié + bénévoles | | | |

| 3. Achèvement du projet | De juin 2014 à juin 2016 | | | | | | | |
|-------------------------|---|-----------------|---|-----|--|--|---------------------------------|--|
| Campagnes d'information | Bilan des campagnes | 2 semaines | 2 | 1,5 | 1 chargé de communication avec le soutien d'un volontaire en service civique | | | |
| Tour de France | Edition d'un carnet de voyage du Tour comme bilan de celui-ci, soirée de clôture, lancement des débuts des groupes locaux | 1 mois | 2 | 1,5 | Le délégué général de l'association avec le soutien d'un volontaire en service civique | | Edition et impression du livret | |
| L'école des cobayes | Bilan à chaque fin d'année | En juin-juillet | 2 | 1,5 | Un salarié chargé de l'animation des bénévoles + Formation et contenu par un service civique + un bénévole chargé de l'école + bénévoles | | | |
| Le challenge interville | Jury final et cadeaux | En mai | 1 | 1 | Un salarié chargé de l'animation des bénévoles + un bénévole chargé du challenge + bénévoles | | | |
| La colo' des cobayes | Lancement des groupes locaux et groupes projets suite à la formation des bénévoles | En octobre | | | | | | |
| Le sommet des cobayes | Lancement des groupes locaux et groupes projets suite à la formation des bénévoles | En mai | | | | | | |
| Les séminaires | Lancement des nouveaux projets nationaux portés par les bénévoles coordinateurs formés pendant le séminaire | | | | | | | |
| Le campus des cobayes | Bilan du campus | En juin | 1 | | Un bénévole porteur de projet + autres bénévoles | | | |
| Les conférences | Questionnaires de satisfaction éventuellement | En continu | | | Par le bénévole ayant réalisé la conférence | | | |
| Les festivals | Bilan des festivals | Septembre | | | Bénévole | | | |
| Les Do It Yourself | Questionnaires de satisfaction éventuellement | En continu | | | Par le bénévole ayant réalisé la conférence | | | |
| Le club entreprise | Bilan de l'action avec les entrepreneurs membres | En février | 1 | 1 | Un salarié + bénévoles | | | |

-
- **Tableau 3 sur les outils** (à insérer à la fin du rapport)

| Nom de l'outil | Fonction (préciser si ce sont des outils de pilotage, de suivi, de communication, de formation, de sensibilisation, etc.) | Utilisateurs ou destinataires | Format (papier, électronique, etc.) | Transférable en dehors de l'expérimentation (oui/non) |
|---|--|--|--|---|
| Tour de France de création de 15 groupes locaux | Outil pour la création en 2015 de nos 15 groupes locaux | Jeunes voulant être bénévoles partout sur le territoire | | Oui |
| <u>Ecole des cobayes</u> | Outil de formation des bénévoles | Bénévoles de l'association, mais ouvert au grand public concernant les tutoriels | Tutoriels en ligne + 2 journées de formation par an | Oui |
| <u>Challenge intervilles</u> | Outil de mobilisation et de suivi des bénévoles | Bénévoles des groupes locaux | Jeu auquel les groupes locaux prennent part avec des points à gagner, un jury, et des cadeaux pour les groupes ayant gagné le plus de points (réalisé le plus d'actions) | Oui |
| Colo' des cobayes | Outil de formation des bénévoles | Bénévoles | Journées de formation | Oui |
| Le sommet des cobayes | Outil de formation des bénévoles | Bénévoles | Journées de formation | Oui |
| La conférence des 7 commandements de | Outil de sensibilisation | Grand public | Conférence | Oui |
| Le dépliant des 7 commandements | Outil de sensibilisation | Grand public | Flyer/poster | Oui |
| Les ateliers <u>Do I Yourself</u> | Outil de sensibilisation | Grand public | Atelier (<u>PPT</u> + format) | Oui |
| Animations pour cadre festifs et festivals | Outils de sensibilisation | Grand public | Jeux et animation | Oui |
| Outil de campagne en ligne | Outils de sensibilisation | Grand public | Questionnaire en ligne | Oui |
| Infographies et contenus de vulgarisation | Outils de sensibilisation | Grand public | Infographies | Oui |



Fonds d'Expérimentation pour la Jeunesse

Ministère de la Ville, de la Jeunesse et des Sports

Direction de la Jeunesse, de l'Éducation Populaire et de la Vie Associative
Institut National de la Jeunesse et de l'Éducation Populaire
Mission d'animation du Fonds d'Expérimentation pour la Jeunesse

95, avenue de France – 75650 Paris cedex 13

Téléphone : 01 40 45 93 22

www.experimentation.jeunes.gouv.fr