

# Le parrainage en 2023

Pratiques et initiatives repérées en  
Grand Est en matière de :

- repérage & recrutement-

- accompagnement & formation-

- fidélisation-

des parrains-marraines



# Introduction & précisions préalables

Le questionnaire proposé portait sur les trois pans essentiels de l'activité de parrainage :

- Le repérage et le recrutement des parrains-marraines
- L'accompagnement et la formation des parrains-marraines
- La fidélisation des parrains-marraines

L'élaboration et la diffusion de ce questionnaire auprès des structures porteuses du dispositif de parrainage en Grand Est ont été pensées en vue de mieux comprendre comment les pratiques se déploient dans lesdites structures.

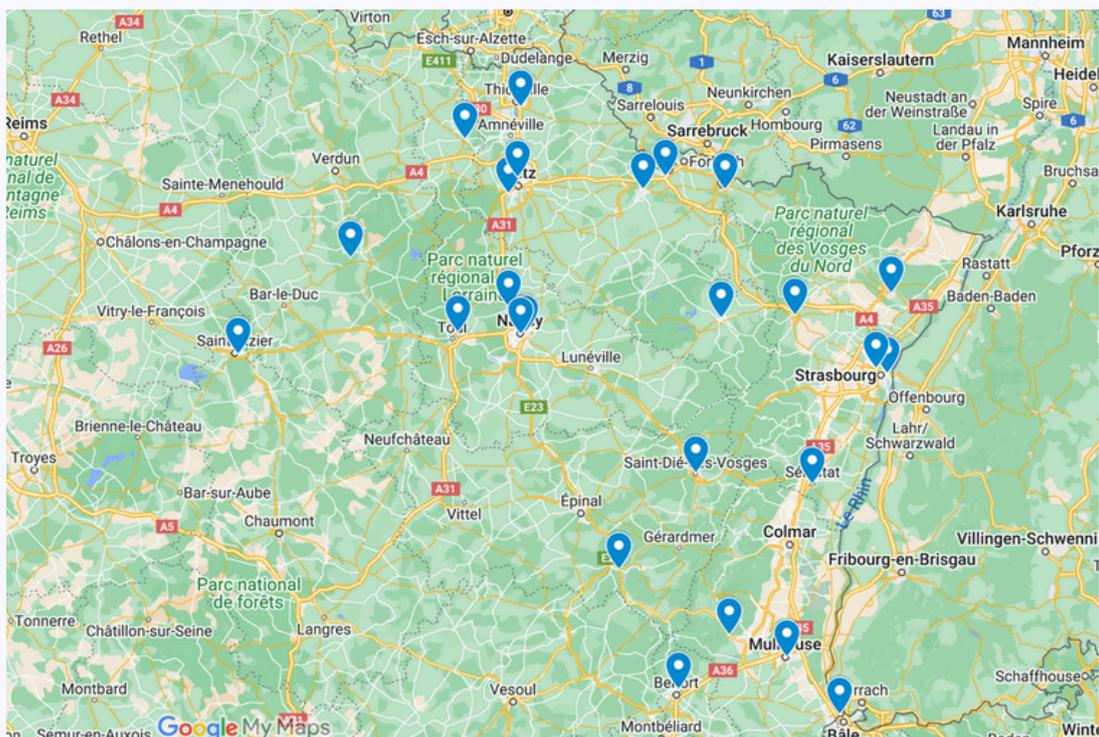
À travers ce document, nous n'avons pas la prétention de rendre compte d'un travail statistique scientifique. Par la mise en commun des retours obtenus, et leur partage, nous cherchons à nourrir les réflexions collectives (au sein des équipes, entre partenaires...) et individuelles (pratiques et postures de professionnel.les), à favoriser l'échange de pratiques, à permettre leurs évolutions.

**Qu'elles soient inspirantes, surprenantes, évidentes, réussies ou à perfectionner, sujettes à débat ou consensuelles... ces contributions feront l'objet de prochains échanges entre acteurs concernés.**

## Quelques données générales

Au total, en Grand Est, en 2023, ce sont 44 structures qui portent ce dispositif du parrainage dont 38 missions locales ; ce qui signifie que par convention avec la DREETS, ces structures bénéficient d'une allocation financière d'un montant de 305 € par jeune parrainé.e.

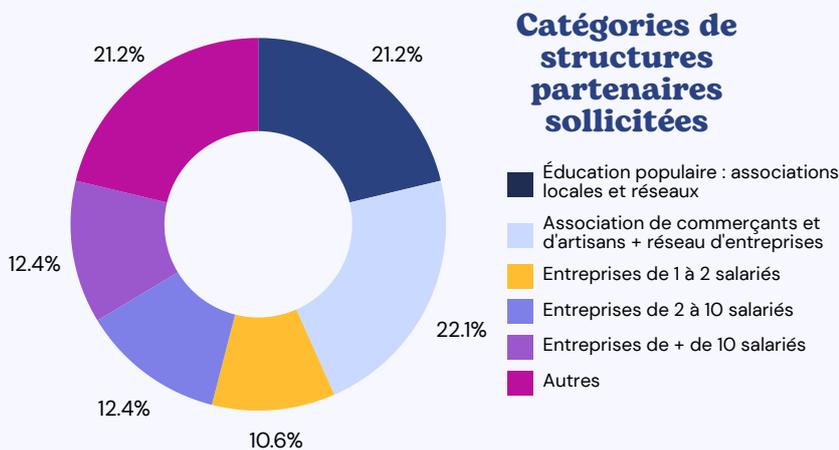
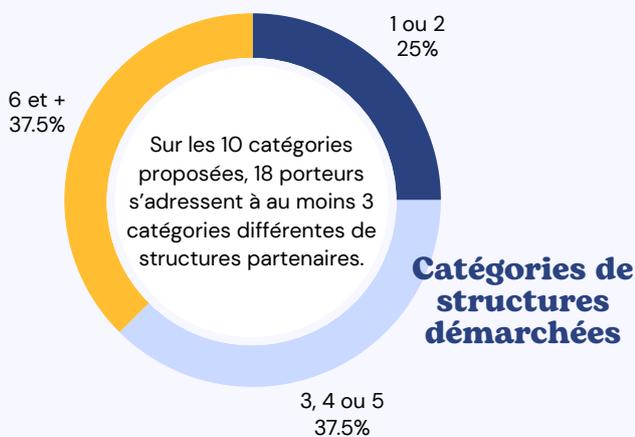
Sur ces 44 structures auxquelles ont été adressées le questionnaire, 24 ont répondu (dont 19 missions locales)



# Repérage & recrutement

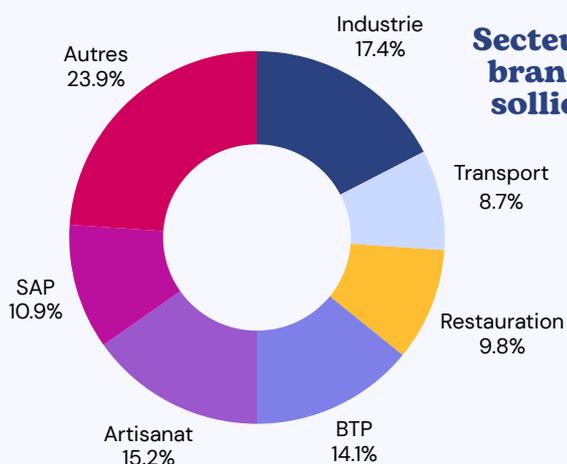
Le repérage et le recrutement de parrains-marraines constituent une problématique à part entière de ce dispositif. Pour certaines structures, **les parrains-marraines** qui sont dans le même temps **volontaires, encore en activité et disponibles, relèveraient presque de... la mythologie.**

On ne met pas tous ses œufs dans le même panier. La **multiplicité des voies de repérage et de recrutement** constitue pour les répondants une condition a minima pour trouver des parrains-marraines. En effet, globalement, les porteurs du parrainage s'adressent à un large éventail d'employeurs :



A l'image de cette multiplicité de voies investies, **aucun type de structure employeuse ne semble « mise de côté »** :

- Bien sûr, les entreprises de 3 salariés et plus, sont souvent évoquées : 28 fois (2 items proposés)
- Les services publics le sont à 10 reprises (1 seul item)
- Les structures relevant de l'éducation populaire sont évoquées à 24 reprises (2 items étaient proposés)
- Les « très petites structures » sont évoquées 19 fois (au travers des associations de commerçants et d'artisans et des entreprises de 1 à 2 salariés)



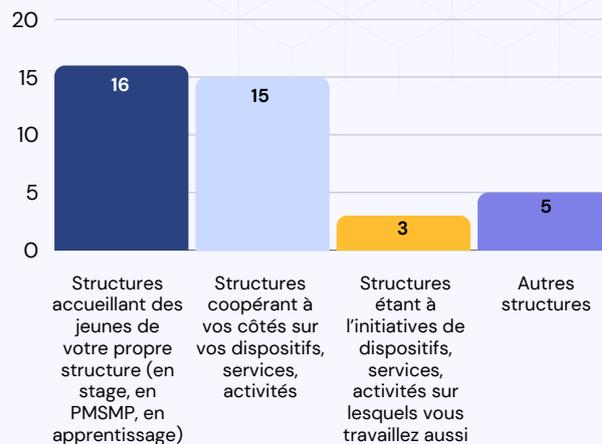
De même en ce qui concerne les secteurs d'activités et branches professionnelles sondés, **la multiplicité est de mise**. Les secteurs et branches relevant de la catégorie « autres » sont aussi multiples : agriculture, automobile, commerce et grande distribution, santé et social, espaces verts, animation

*A plusieurs reprises sont évoquées les vertus du « bouche à oreille » qui peut s'appuyer fortement sur le réseau des « déjà parrains-marraines », voire des anciens. Ces bénévoles constituent une cohorte d'ambassadeurs efficaces. Sont aussi évoqués : les élus locaux, des intervenants ponctuels, voire le réseau personnel des répondants et/ou de leurs collègues*

# Repérage & recrutement (suite)

Les **coopérations préalables** par ailleurs (c'est-à-dire hors dispositif de parrainage), orientent indéniablement le recrutement de parrains-marraines :

- Seuls deux porteurs affirment s'adresser uniquement à des structures avec lesquelles ils ne travaillent pas en dehors du dispositif de parrainage.
- Les 22 autres affirment s'adresser :
  - Pour 16 d'entre elles à des structures accueillant déjà des jeunes (en stage, en PMSMP, en apprentissage...)
  - Pour 15 d'entre elles à des structures coopérant par ailleurs à leurs côtés (sur des dispositifs, des services, des activités...)

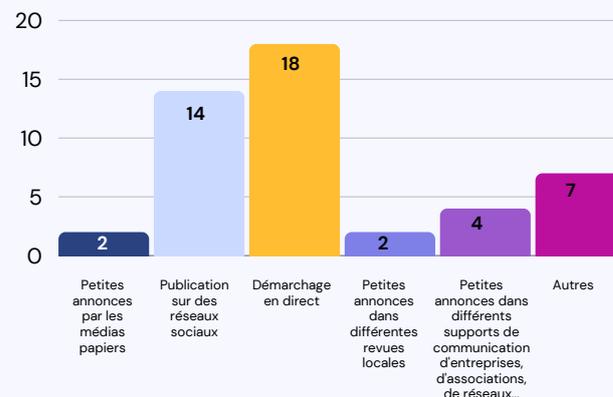


D'autres conditions sont évoquées comme favorables pour le recrutement de parrains-marraines :

- Le **partage de locaux** avec d'autres structures influe sur l'orientation des recherches
- La **réputation** (du dispositif), à tel point qu'un répondant signale qu'il « arrive régulièrement que ce soit les parrains-marraines qui [les] contactent en premier »

En ce qui concerne la **médiatisation du dispositif**, en cohérence avec certaines réponses aux questions précédentes, c'est le **démarchage en direct** qui est plébiscité (à 18 reprises sur 24). Les publications sur les **réseaux sociaux** tiennent haut la main la deuxième place des canaux utilisés pour communiquer autour de ce dispositif.

En revanche, **seuls cinq porteurs sur 24 utilisent les petites annonces** dans différentes revues locales (revues municipales, intercommunales, départementales...) ou différents supports de communication d'entreprises, d'associations, de réseaux... pourquoi cette sous-utilisation ?



*Certains n'hésitent pas à envoyer à des structures partenaires le CV de jeunes à parrainer. Certains secteurs offrent des opportunités étonnantes : cinéma, zones d'activités commerciales, salon des associations.*

*Toutes ces opportunités permettent de diffuser des supports de communication créés par les structures. Parmi ces supports, les répondants évoquent des flyers (10 fois), des brochures (3 fois), et même des vidéos (2 fois).*



Enfin, nous avons demandé aux répondants leur **ressenti vis-à-vis du temps consacré au repérage/recrutement de parrains-marraines**.

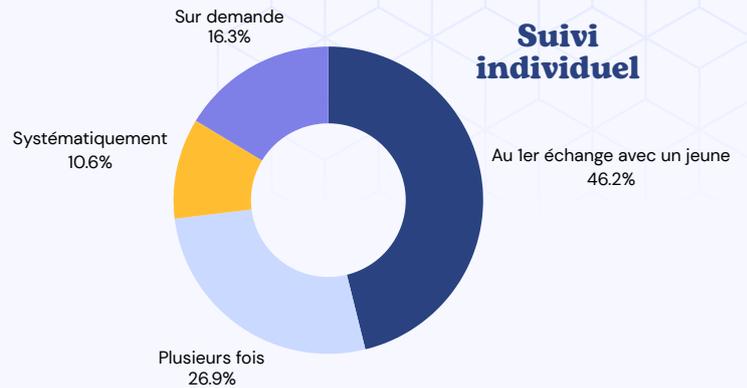
- 6 le considèrent comme trop chronophage, dont 5 au regard du nombre de parrains décelés ET 1 au regard de l'intérêt du dispositif de parrainage (et 2 sur les 2 items)
- 5 estiment qu'il n'est pas vraiment chronophage
- 13 jugent que le temps passé est adapté à ce dispositif

# Accompagnement & formation

Sur les 4 items les plus sollicités (entre 15 et 17 fois sur 24), 3 évoquent un échange entre le conseiller et le parrain **à l'occasion du premier rendez-vous du parrain avec un jeune**.

A l'inverse, les 3 items les moins sollicités (entre 2 et 5 fois sur 24) évoquent une **intervention systématique** (= à chaque rendez-vous entre le parrain et un jeune) du conseiller auprès du parrain.

Beaucoup (17 sur 24) évoquent des **interventions « à la demande »** des parrains-marraines



Quelle qu'en soit la fréquence, **cet échange conseiller/parrain peut prendre différentes formes** selon les répondants. Il peut :

- Avoir lieu avant le RDV avec le jeune (préparation)
- Avoir lieu après (débriefing), parfois avec un support écrit complémentaire
- Se traduire par la présence du conseiller lors du RDV avec le jeune

**L'accompagnement collectif des parrains est de mise dans deux tiers des structures**, avec une prédominance :

- Des groupes de plus de trois parrains selon 8 répondants (et 3 parrains au maximum pour 3 structures)
- Et des regroupements annuels pour 8 structures, à défaut de regroupements mensuels pour 3 d'entre elles ou trimestriels pour 4 autres.

## Parmi les structures qui pratiquent l'accompagnement collectif :

1. La moitié considère organiser **essentiellement de l'échange de pratiques**, c'est-à-dire :

- Pour la plupart (8 sur 9) : se raconter ses interventions ("*je fais comme-ci, comme ça*") et ses expériences ("*il m'est arrivé ci ou ça*")
- Pour beaucoup d'entre elles et eux (6 et 7 sur 9) : partager sur ce qui met mal à l'aise, et ce qui favorise le confort de l'action de parrainage

3. les **supports utilisés** sont ainsi énumérés :

- 17 structures affirment utiliser des outils propres à l'accompagnement des parrains/marraines.
- 10 évoquent des supports pédagogiques créés spécifiquement
- 9 parlent de « notes au fil de l'eau ».
- A l'inverse, 4 seulement utilisent **UNIQUEMENT** des supports non spécifiques

2. 11 sur 19 considèrent organiser **essentiellement de la diffusion d'information et délivrer de la formation en direction des parrains**.

Quant aux contenus de l'information et de la formation, voici ces contenus privilégiés :



Enfin, nous avons demandé aux répondants leur **ressenti vis-à-vis du temps consacré à l'accompagnement et la formation de parrains-marraines**.

- 5 le considèrent comme trop chronophage, dont 3 par rapport au nombre de parrains/marraines accompagnés et 2 au regard de l'intérêt du dispositif de parrainage
- 5 estiment qu'il n'est pas vraiment chronophage
- 14 jugent que le temps passé est adapté à ce dispositif

# Fidélisation

Parmi les 23 répondants, 18 déclarent **une durée de fidélisation des parrains/marraines de plus d'un an.**

Les structures justifient les départs de parrains/marraines :

- Le plus souvent par des changements de situation personnelle ou professionnelle essentiellement (19 fois)
- Viennent ensuite le manque de disponibilité (15 fois) puis la fatigue et les raisons de santé (12 fois)
- Sont peu évoquées les raisons relationnelles (6 fois)
- Ou encore l'impact de l'action même du parrainage (2 fois)

Du côté des organisations potentiellement fournisseuses de parrains/marraines, **l'obstacle principal à la fidélisation semble relever du manque de volontariat** en leur sein. La difficulté est grande à pérenniser les personnes dans leur rôle de parrains-marraines.

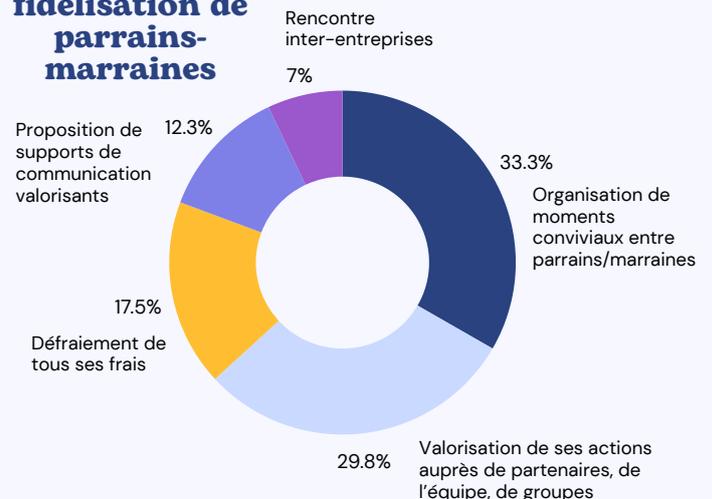
Face à cet obstacle (et aux autres moins souvent relevés), les structures porteuses du dispositif de parrainage développent différentes approches :

- Organisation de moments conviviaux entre parrains/marraines (19 fois)
- Valorisation de ses actions auprès de partenaires, de l'équipe, de groupes (17 fois)
- Défraiement de tous ses frais (10 fois)
- élaboration de supports de communication valorisants (7 fois)
- Rencontres inter-entreprises (4 fois)

*Des structures évoquent des initiatives telles que la diffusion sur les réseaux sociaux des réussites des jeunes ET des parrains/marraines, ou encore la mise en avant de la « marque employeur » avec recueil de témoignage*



## Stratégie de fidélisation de parrains-marraines



Enfin, nous avons demandé aux répondants leur **ressenti vis-à-vis temps consacré à la fidélisation de parrains-marraines.**

- 3 le considèrent comme trop chronophage
- 5 estiment qu'il n'est pas vraiment chronophage
- 16 jugent que le temps passé est adapté à ce dispositif

# Merci aux 24 structures qui ont répondu à ce questionnaire !



Direction régionale  
de l'économie, de l'emploi,  
du travail et des solidarités



Rédacteur en chef : Isabelle CORNETTE  
Textes : Johan CHANAL  
Mise en page : Marion GUERICOLAS (C&T)  
Édition : Décembre 2024