

Fiche thématique

De l'identification à l'accompagnement des publics en précarité mobilité

Un service de mobilité durable et inclusif doit être adossé à des actions spécifiques pour repérer et adresser les publics en précarité-mobilité dans toute leur diversité. Sinon, son impact sera limité sur les changements de comportement de mobilité visés et il risquera de ne pas atteindre ses objectifs en matière d'inclusion. La conception et la mise en place de méthodes efficaces pour toucher les publics cibles est donc une étape essentielle pour permettre ensuite leur accompagnement.



3 LEVIERS POUR REPÉRER ET TOUCHER LES PUBLICS CIBLES DE SON PROJET

1 - MOBILISER ET ANIMER UN RÉSEAU DE DONNEURS D'ALERTE

2 - CAPTER LES PUBLICS AVEC L'ALLER VERS

3 - COMMUNIQUER AU SERVICE DU REPÉRAGE ET DE L'ADRESSAGE DES PUBLICS



LEVIER 1 - MOBILISER ET ANIMER UN RÉSEAU DE DONNEURS D'ALERTE

ÉTAPE 1 - Repérer des donneurs d'alerte

- Bien identifier et caractériser le(les) public(s)-cible(s) des projets.
- Identifier et rencontrer les structures, professionnelles et bénévoles qui ont l'habitude de travailler avec ce(les) public(s)-cible(s) sur son territoire. Cf. liste proposée en annexe.
- Mettre en place des animations sur la mobilité durable et inclusive auprès du grand public, écoles, centres sociaux, missions locales pour sensibiliser et détecter à la fois le(les) public(s)-cible(s) et des partenaires donneurs d'alerte (ex : fresque de la mobilité).
- Nouer des partenariats avec ces acteurs pour faire remonter des situations de précarité mobilité et élargir les publics touchés.

ÉTAPE 2 - Mobiliser un réseau de donneurs d'alerte

- Définir les modalités d'actions des donneurs d'alerte : ex - une fiche de repérage (renseignée par le donneur d'alerte à chaque fois qu'il rencontre une personne susceptible d'avoir besoin de l'accompagnement puis transmise à la structure porteuse), un formulaire en ligne, un numéro de téléphone générique, etc.
- Créer un kit de communication à destination des donneurs d'alerte (ex : plaquette informative, guide sur la précarité mobilité, etc.).
- Participer aux rencontres régionales ou départementales des acteurs de lutte contre la précarité mobilité pour sensibiliser les acteurs et renforcer l'écosystème locale de la mobilité durable et inclusive.

ÉTAPE 3 - Pérenniser un réseau de donneurs d'alerte

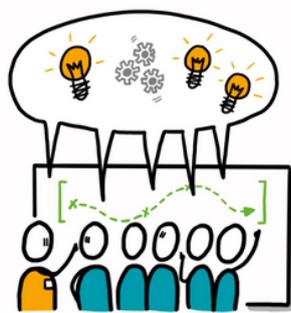
- Organiser des événements autour de la mobilité durable et inclusive pour convier les partenaires et les faire témoigner.
- S'associer à eux pour des événements qu'ils organisent sur d'autres thématiques liées (ex : la ruralité, l'accès à l'emploi, l'accès aux prestations sociales, l'aménagement du territoire, etc.)
- Prendre contact avec les structures régulièrement car le personnel peut changer, systématiser la présentation de la mobilité durable et inclusive et du projet aux nouveaux arrivants.
- Inviter les nouveaux partenaires à assister à une réunion du comité de pilotage du projet pour donner une idée du terrain et des solutions proposées.
- Offrir des espaces d'entraide et de soutien entre professionnels dans le suivi des projets.

DIFFICULTÉS RENCONTRÉES :

> Tenir dans le temps car risque d'essoufflement des personnes engagées et turn-over dans les structures, or l'animation du réseau sur le long court est indispensable pour lutter contre le non-recours aux dispositifs d'accompagnement à la mobilité durable et inclusive.

> Constituer et pérenniser un réseau de donneurs d'alerte s'il n'y a pas au préalable un portage politique fort pour le projet.

> Manque de financements pour la mobilisation des donneurs d'alerte (à la fois pour financer le temps d'animation et leur temps à eux pour participer à la démarche).



Lucie D-O / En Réflexions



LEVIER 2 - CAPTER LES PUBLICS AVEC L'ALLER VERS

OBJECTIF : Capturer les publics les plus invisibilisés et les plus éloignés des services (habitants des Quartiers Prioritaires de la politique de la Ville (QPV), habitant·es des territoires ruraux, personnes éloignées du numérique, personnes avec des difficultés de langage, etc.) en proposant une action de terrain pour aller les rencontrer dans l'espace public (maraudes, équipes mobiles), dans les lieux accueillant du public (permanences), ou encore à leur domicile (porte-à-porte).

AVANTAGES :

- Méthode d'intervention qui couple le repérage (via les secteurs géographique et les lieux ciblés), l'adressage (rencontre du public-cible) et l'information/sensibilisation aux enjeux de la MDI (convaincre à bénéficier de l'action).
- Posture professionnelle d'écoute, de non-jugement, favorisant un contact riche qui permet la création d'une relation de confiance.
- Pratique pro-active : Permet de lutter contre le non-recours et le renoncement aux droits.



Lucie D-O / En Réflexions

DIFFICULTÉS RENCONTRÉES :

- > Pour les actions de porte-à-porte à domicile : problèmes d'insécurité posés pour les ambassadeur·ices et portes fermées. Plus-value d'un passage à domicile qui reste à démontrer par rapport à une action sur l'espace public qui est accueillie plus positivement car moins intrusive.
- > Pour les actions dans l'espace publics : Météo (pluie, canicule, etc.).

RETOUR D'EXPERIENCE

Association Mobilex (Strasbourg)



Mise en place d'une action d'ambassadeur·ices (ou « habitant·es-relais ») ayant pour mission d'aller à la rencontre de bénéficiaires potentiels dans l'espace public ou en porte-à-porte pour mieux les orienter vers un dispositif d'accompagnement individuel ou collectif à la mobilité durable et inclusive.

Quelle est la plus-value de la démarche ?

La force du dispositif réside dans le fait que les ambassadeur·ices sont issues du même milieu et partagent le même langage et des expériences de vie similaires à ceux des habitant·es du quartier. Cette posture de pair ou de tiers de confiance permet un contact plus personnalisé et un discours moins technique qui facilite le passage à l'action.

Quels profils d'ambassadeur·ices, et comment les accompagner dans leur prise de fonction ?

- **Profil :** en réinsertion, CDDI, pas de compétences spécifiques demandées.
- **Formation :** par un ou des partenaires experts sur la mobilité durable et inclusive, et en pratique directement sur le terrain (les ambassadeur·ices novices travaillent en binôme avec une ambassadeur·ice plus expérimenté·e).
- **Exemples d'outils d'accompagnement :** journal de bord des visites et exercice de prise de recul pour exprimer ce qui les a marqué dans la journée.



LEVIER 3 - COMMUNIQUER AU SERVICE DU REPÉRAGE ET DE L'ADRESSAGE DES PUBLICS

Comment s'adresser directement aux publics cibles et pas seulement aux donneurs d'alerte ?

- Utiliser les outils classiques pour aller vers les ménages : flyers (distribués lors d'événements grand public, laissés au domicile des ménages), affiches, panneaux d'affichage numériques, journaux municipaux, numéro unique, ...
- Chercher également des alternatives aux supports de communication classiques pour répondre au profil de chaque public cible (ex : avoir des supports dessinés pour faciliter la communication avec les publics qui ne maîtrisent pas le français ou utiliser les réseaux sociaux pour les publics jeunes). Ex : Kit de communication éhop solidaires
- Simplifier le message : éviter le jargon interne, aller au message clé pour qu'il soit compréhensible par tou·te·s
- Ne pas stigmatiser le public-cible : plutôt que de parler de précarité mobilité, on peut parler de difficultés pour se déplacer.
- Éviter toute forme d'injonction, c'est parfois culpabilisant et souvent inefficace, et expliquer le bien-fondé d'un changement de pratique. Si la personne comprend ce bien-fondé, elle adoptera les nouvelles pratiques sur le long terme, et elle aura gagné en autonomie et en confiance.



POINT DE VIGILANCE : Lorsque les moyens sont limités, il est plus efficace de se concentrer sur un ou deux outils avec une campagne de grande ampleur que de multiplier les outils avec peu de moyens mis dans chaque.



DES RESSOURCES POUR APPROFONDIR

Retours d'expérience de « Détection & soutien renforcés » dans le cadre du programme Slime, programme de détection de la précarité énergétique piloté par le réseau Cler

Le dispositif Slime repose entièrement sur une démarche d'aller vers pour identifier les ménages mal ciblés par les dispositifs classiques de l'action sociale ou de l'amélioration de l'habitat. L'organisation de la chaîne de détection des ménages, notamment par la mobilisation d'un réseau de donneurs d'alerte, est donc essentielle (Voir le retour d'expérience de l'association les Locaux Moteurs et son réseau d'habitants-relais en pages 3-15).

« Agir hors les murs », entretien avec Johann Laloué & Mylène Galimi, coordinateur et médiatrice France Services de Cluny en Saône-et-Loire

Ce document détaille les étapes à réaliser et les actions possibles pour des France services désireuses de se lancer dans la création de modalités d'actions (ateliers, animation, événements...) en dehors du lieu physique d'une France services afin de capter les publics les plus éloignés de ces services.



N'oubliez pas de consulter notre Centre de ressources : mobilité-durable-inclusive.fr !



Annexe : Qui sont les donneurs d'alerte ?

Type de public cible	Exemples de structures pouvant être mobilisées comme donneuses d'alerte ou prescriptrices
Bénéficiaires des minimas sociaux / en situation de précarité financière	Caisses d'allocation familiale (CAF) ; Centres communaux et intercommunaux d'action sociale (CCAS - CIAS) ou centres départementaux CDAS ; Associations (de l'ESS, caritatives), Bailleurs sociaux ; Centres socio-culturels ; Mutualité sociale agricole (MSA)
En recherche d'emploi	France Travail ; CAF
En insertion	Entreprises d'insertion ; Missions locales
En formation	France Travail ; Centres de formation
En situation de précarité énergétique	Espaces France Renov' ; Fournisseurs d'énergie et d'eau ; Agence nationale pour l'amélioration de l'habitat (ANAH) et ses opérateurs (Soliha...) ; Bailleurs sociaux ; Fonds social d'aide pour le logement (FSL) ; Associations d'auto-réhabilitation accompagnée ; Collectivités porteuses d'un dispositif Slime et leurs partenaires opérationnels ; ..
En situation de handicap	Associations locales de personnes à mobilité réduite (APF, APAJH...) ; établissements d'accueil de jour notamment ESAT ; autres associations locales en lien avec les handicaps psychiques et/ou cognitifs ; services d'aide à domicile
Jeunes	Mission locale ; CAF ; CROUS ; Centres sociaux-culturels ; associations étudiantes
Seniors	Services d'aides à domicile ; Caisses de retraite ; MSA
Migrants	Associations d'aide aux migrants ; services départementaux en charge de l'accueil des jeunes migrants
TOUS	Maisons France Service ; Associations d'usagers (marche, vélo, transport en commun) ; mairies ; agences locales de mobilité

