

3 ACCUEILLIR

Lors d'une action de recrutement, difficile d'inviter de but en blanc à devenir chef ou cheftaine. Pour simplifier l'appel, il est nécessaire d'inviter à un second rendez-vous lors d'une activité d'accueil et de découverte du scoutisme. Lors de l'action de recrutement, c'est nous qui allons vers les jeunes adultes. Cette fois, nous les invitons à faire le déplacement pour en savoir plus. Cet accueil permet d'avoir un sas entre le monde où nous sommes allés les chercher et celui du scoutisme.

Cette action d'accueil et de découverte permet d'inviter ceux que l'on a rencontrés en action de recrutement, mais aussi les amis, les copains, les collègues des responsables déjà engagés dans le groupe. Accueillir, c'est laisser un espace à l'autre. Il faut prendre le temps d'écouter et s'intéresser à la personne que l'on accueille. On pourra ensuite, lors de la présentation du mouvement et de son projet, insister sur les arguments qui font échos à sa motivation.

Liste d'actions d'accueil et de découverte possibles

- Week-end découverte adultes (seuls ou avec enfants)
- Repas convivial, trappeur
- Apériscout
- Jeux de piste entre amis
- WE territorial chef, ...

Tous les outils pour organiser ces actions sont sur **Doc en stock, rubrique développement/recrutement**

Faire le bilan

La campagne se termine, comme tout projet, par une évaluation et un bilan :

- Quels sont les résultats ? Combien de contacts, d'invités ? Viennent-ils d'une action de recrutement ou ont-ils été invités ? Sont-ils prêts à revenir ?
- Comment s'est déroulé le projet et l'organisation de l'équipe ?
- Comment s'est déroulée la campagne de communication ? Combien d'affiches, d'annonces, de médias sollicités ? avec quels résultats ?
- Quel bilan financier ?
- Quelles sont les actions de recrutement à retenir pour une prochaine fois ?

Les ingrédients d'une activité d'accueil réussie

- Convivialité
- Rencontrer des chefs et cheftaines déjà engagés
- Vivre des activités scoutées
- Partager sur le but du mouvement : l'éducation des enfants et des jeunes
- Écouter ceux qui viennent
- Vulgariser notre jargon
- Montrer ce qu'on sait faire, les projets réalisés
- Accueillir individuellement
- Offrir le livret d'accueil du bénévole
- ...

Leviers de motivation

On identifie plusieurs leviers de motivations qui jouent sur le plaisir, la fierté d'être chef ou cheftaine Scouts et Guides de France :

- Acquérir des compétences et les valoriser
- Être Scout et Guide de France dans le monde et dans l'Église
- Être animateur et éducateur, construire des projets avec et pour des enfants et des jeunes
- Appartenir à une communauté locale conviviale.

- Quand sera-t-il nécessaire de planifier la prochaine campagne ? (dans le cas d'une ouverture de groupe par exemple, on enchaîne souvent les campagnes de recrutement à la suite).
- Comment les jeunes adultes intéressés pour nous rejoindre ont été accueillis ? Quel est leur prochain rendez-vous ? Le groupe est-il prêt à les accompagner ?

Ce bilan est crucial pour organiser la campagne suivante. Il permettra de repartir de cette expérience. C'est aussi important pour les personnes impliquées dans le projet. Ensuite, il est de coutume de fêter la fin du projet !

Construire une campagne de recrutement pour mon groupe



Comment appeler de nouveaux jeunes adultes à nous rejoindre ? Cette question récurrente face au besoin des groupes en développement a des réponses. La méthode qui est décrite dans ce document est basée sur les pratiques de nombreux groupes et territoires. Elle s'appuie sur le témoignage et l'expérience de tous ceux qui tentent, partout en France, de convaincre que le scoutisme est une chance pour les enfants, les adolescents et pour les jeunes adultes qui les encadrent.

Cette campagne consiste à proposer, pendant plusieurs semaines, une série d'actions de recrutements simples. Elle se termine par une activité d'accueil et de découverte pour les jeunes adultes. Pour y parvenir, nous vous invitons à entrer dans une méthode de projet en trois étapes : préparer, agir, accueillir.

Comme tout projet, il faudra recruter une équipe pour le porter et un pilote. Ce projet dure de un à trois mois, comme l'investissement qu'il demande. Cela permet de concentrer l'énergie des personnes



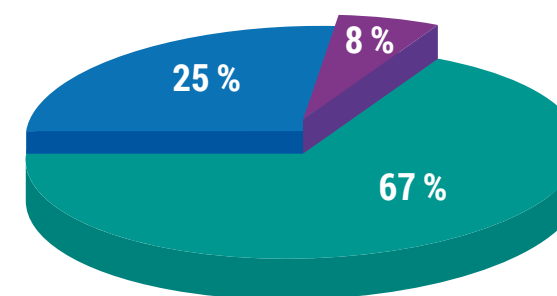
© Xavier-Ortolland

motivées sur plusieurs semaines sans qu'elle s'étiole dans le temps.

Cet outil est un guide pour le pilote de ce projet, nommé par le responsable de groupe. Cela peut être un adjoint, un chargé de mission, le responsable de groupe lui-même.

Bonne lecture, et bonne campagne !

Quelle est l'origine du recrutement des jeunes adultes qui s'engagent chez les SGDF ?



- **67 % par un appel interne** : membres de l'association qui deviennent chefs ou cheftaines après leurs années en tant que jeunes.
- **25 % par appel par le réseau** : personnes recrutées suite à une invitation par un ami, la famille, d'anciens scouts ou guides, investis dans le mouvement.
- **8 % par un appel en externe** : recrutement lié à une opération de recrutement ou une démarche individuelle de personnes qui n'ont pas de « vécu » scout ou guide.

L'appel vers des milieux externes est plus complexe. Cela demande souvent de déployer beaucoup d'énergie pour des résultats moindres. Comme le public visé ne connaît pas notre « culture », nous devons être encore plus vigilants lors de l'accueil pour que chacun trouve sa place et découvre le scoutisme à son rythme. C'est une source très importante pour nous ouvrir à de nouveaux publics et contrer l'effet de l'entre-soi. C'est parfois aussi la seule possibilité pour créer une dynamique d'ouverture dans des lieux où nous n'avons pas de réseau. C'est principalement pour réussir une campagne tournée vers cet appel en externe que cet outil a été conçu. Il est la synthèse de nombreuses pratiques réussies dans toute la France.

Équipe nationale développement. Coordination : Mathieu Bellay - © Studio graphique/L. Cristofoli - V1 : mai 2015.

1 PRÉPARER

L'analyse

- Quels sont les besoins ? Quelles sont nos ressources actuelles ? en chefs ? en cadres ? pour quand ? formation ? etc.
- Les jeunes adultes du secteur : quelles cibles ? Lister les différents publics que l'on peut recruter : étudiants, aumônerie, jeunes parents, jeunes pro, etc. Diversifier les profils.
- Quels lieux fréquentent-ils ? Quelles actions peut-on y faire ? -> brainstorming.
- Préparer l'accueil : si on accueille de nouvelles personnes, non scouts, qu'est-ce que ça change pour nous ? Nos points de vigilance, comment les accueillir ?

Le plan d'action

- Lister des actions de recrutement : les plus simples, efficaces (meilleur rapport énergie-temps/résultats). Il vaut mieux des actions simples et répétées.
- Lancer une campagne de communication (affiches, Internet, journaux, etc) en parallèle et simultanément des actions de recrutement.
- Avoir une ou plusieurs actions de découverte et d'accueil. On y invite les personnes rencontrées en actions de recrutement. Les jeunes adultes du groupe peuvent aussi inviter des copains.
- Répartition des tâches, avec toute l'équipe de groupe, les parents, les anciens, les réseaux...

Tous les outils utiles pour la démarche de recrutement sont à retrouver sur sgdf.fr, dans l'espace chefs-cadres / rubrique « Vos ressources ».

AGENDA DE LA CAMPAGNE DE RECRUTEMENT

Mois - année

Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
					1	2
			Analyse et plan d'action			
3	4	5	6	7	8	
CAMPAGNE DE COMMUNICATION						
	Action de recrutement				Action de recrutement	
10	11	12	13	14	15	16
CAMPAGNE DE COMMUNICATION						
		Point d'équipe		Action de recrutement		Action de recrutement
17	18	19	20	21	22	23
CAMPAGNE DE COMMUNICATION						
		Action de recrutement	Point d'équipe	Action de recrutement		
24	25	26	27	28	29	30
		Action de recrutement			Action de découverte et d'accueil (cf. p. 4)	
31	1	2	3	4	5	6
					Bilan (cf. p. 4)	

■ Réunion d'équipe ■ Action de recrutement

Faire le point en équipe

- Quels résultats obtenus sur les actions de recrutement ?
- Pour quelle énergie dépensée ?
- Adapter le plan d'action en fonction de ces résultats.
- Quelles actions doit-on répéter, modifier ou annuler ?
- Faire le point sur les relances : chaque personne rencontrée doit être rappelée et invitée personnellement à l'action de découverte et d'accueil (cf. p. 4).

Formation des recruteurs

- Les meilleurs recruteurs sont les jeunes adultes, mais il faut les former un minimum avant.
- 10 points de repères pour réussir son action de recrutement :
 - trouver la bonne phrase d'accroche
 - choisir sa tenue
 - écouter plus que parler
 - saisir les bons leviers
 - savoir argumenter contre les préjugés
 - savoir mettre fin à la discussion si besoin
 - parler de son propre engagement
 - connaître les quatre leviers de motivation (cf. p. 4)
 - utiliser les supports de communication
 - finaliser l'entretien en prenant les coordonnées pour rappeler dans les prochains jours
- Pour s'entraîner, une mise en situation permet de prendre confiance.

2 AGIR

Liste d'action de recrutement possible

À partir de l'analyse du lieu, de la cible recherchée, des lieux identifiés, lister vos propres actions. Voici quelques exemples :

- Tenir un stand sur un lieu public : parc, fac, place...
- Distribuer des flyers dans les gares les soirs de retour ou de départ des étudiants
- Présenter le mouvement à une réunion des jeunes travailleurs
- Présenter un projet compagnon réalisé aux terminales du lycée catholique
- Animer une soirée conviviale dans une résidence universitaire
- Participer aux animations du Point d'Information Jeunesse
- Faire une annonce à la messe suivie par un verre d'amitié
- Présenter le mouvement aux groupes de préparation au baptême, au mariage
- Organiser une activité scout de proximité (ASP)
- ...

Les supports de communication

Affiches, vidéos, bâches, kakémonos, conseils, dossier de presse personnalisable, guide médias, présentation personnalisable, dépliants... tous les outils et supports de communication sont disponibles dans **Doc en stock / rubrique communication**. Ils sont également en vente sur laboutiqueduscoutisme.com

Pour donner de la visibilité à ton groupe, tu peux également t'appuyer sur la plateforme qui permet de créer et animer facilement des sites pour les groupes et les territoires : sites.sgdf.fr

