

VERSION ABREGEE DU MANUEL

meilleures pratiques

pour

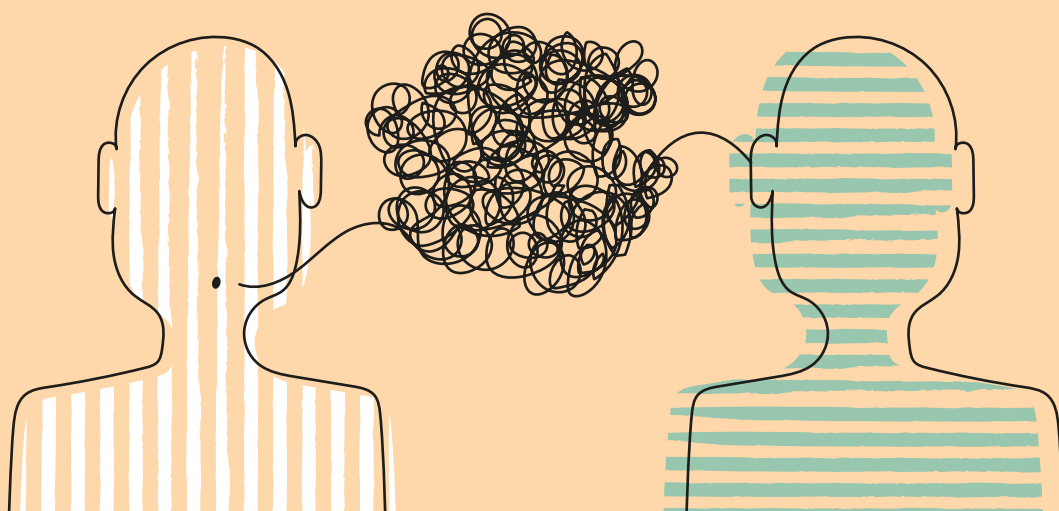
RECRUTER

de jeunes bénévoles

dans

les services d'écoute téléphonique

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union





Projet européen



Meilleures pratiques pour recruter de jeunes bénévoles dans les services d'écoute téléphonique

Version abrégée du manuel

2019

ERASMUS + PROGRAMME 2014-2020
Key Action 2 – Cooperation for Innovation and the exchange of good practices –

Strategic Partnership

Project Number : 2016 – 1 – DE02-KA204-003302



Le soutien de la Commission européenne à la production de cette publication ne constitue en aucun cas une approbation de son contenu qui ne reflète que l'opinion de ses auteurs. La Commission ne peut être tenue pour responsable de l'utilisation qui pourrait être faite des informations qui y figurent.

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein

Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung trägt allein der Verfasser; die Kommission haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben.



Ce manuel a été publié en février 2019

Pour plus d' information

IFOTES www.ifotes.org

CONTACTS :

IFOTES Europe e. V., Hagen, Germany

europa@ifotes.org

IFOTES, Rolle, Switzerland

info@ifotes.org

SOS Amitié - www.sos-amitie.com

La Main Tendue - www.143.ch

Fédération des Centres de Télé-Accueil de Belgique - www.tele-accueil.be



SOMMAIRE

1. INTRODUCTION	9
1.1 Objectif du projet	
1.2 Thématiques	
1.3 Partenaires	
1.4 Méthodes	
1.5 Résultats	
2. ANALYSE DE LA SITUATION ACTUELLE	11
2.1 La situation actuelle des bénévoles en Services d'Ecoute Téléphonique (TES)	
2.2 Les jeunes de TES	
2.3 Formation TES	
2.4 Conclusion	
3. POURQUOI RECRUTER DE JEUNES BÉNÉVOLES.	13
3.1 Les jeunes bénévoles : avantages et arguments pour les TES	
3.2 Les jeunes bénévoles : avantages et arguments pour la société	
3.3 Les jeunes bénévoles : avantages et arguments pour eux-mêmes	
3.4 Les objections des TES au recrutement de jeunes bénévoles	
3.5 Conclusions	
3.6 Recommandations	
4. STRATÉGIES LOCALES, NATIONALES ET INTERNATIONALES POUR LE RECRUTEMENT DE JEUNES BÉNÉVOLES.	16
4.1 Au niveau local	
4.2 Au niveau national	
4.3 Au niveau international	
4.4 Recommandations	
5. UTILISER DIFFÉRENTS MÉDIAS ET INTERNET DANS LE RECRUTEMENT	18
5.1. Utilisation générale des médias et d'internet	
5.2 Où les jeunes cherchent-ils des informations ?	
5.3 Qu'est-ce qui motive les jeunes à faire du bénévolat ?	
5.4 Quelles améliorations peuvent apporter les services d'écoute ?	
5.5 En résumé	
5.6 Trois recommandations concrètes	
6. COMMUNICATION, OPERATIONS DE PROMOTION, DE PUBLICITÉ ET AUTRES MOYENS POUR MOTIVER ET IMPLIQUER DE JEUNES BENEVOLES..	20
6.1 Méthodes	
6.2 Défis	
6.3 Actions utiles	
6.4 Outils efficaces dans les pratiques et la politique de recrutement des services d'écoute:	
6.5 Soutien aux jeunes dans leur pratique	
6.6 En résumé	
7. MODÈLES ET CONCEPTS PERMETTANT L'AMÉLIORATION DES PRATIQUES DE RECRUTEMENT DE JEUNES BENEVOLES.	22
7.1. 5 axes de recommandations	
8. CONCLUSIONS.	25
REMERCIEMENTS	27

1 . INTRODUCTION

1.1 Objectif du projet

L'objectif du projet YOUTHES était de partager les expériences et le savoir-faire des services d'écoute par une mise **en commun des réflexions et des pratiques concernant le recrutement de jeunes bénévoles.**

1.2 Thématiques

Les thèmes et sujets étudiés pendant le projet sont les suivants :

- Pyramide des âges dans les associations autonomes organisations d'écoute. Différences et points communs.
- Analyse des résultats et des données des projets précédents QuaLiS et TESVolSat concernant l'âge et la motivation des bénévoles
- Partage des expériences et des principes des Associations partenaires concernant le recrutement de jeunes bénévoles.
- Formation et soutien des jeunes bénévoles : besoins spécifiques et caractéristiques de ce groupe.
- Equilibre bénévolat-vie privée pour les jeunes bénévoles : nombre d'heures et durée de l'engagement.

1.3 Partenaires

IFOTES Europe (IE) - Allemagne

SOS Amitié France (SOS) - France

Kirkens SOS i Bjørgvin (KIRB) - Norvège

Telefono Amico Italia (TAI) - Italie

Magyar LelkiElsősegélyTelefonoszolgálatokSzövetsége (LESZ) - Hongrie

Telefonseelsorge (CENTRE D'ECOUTE) –Autriche

Studio Rucli (SR) - Italie

PalvelevaPuhelin (PP) renommée Kirkonkeskusteluapua - Finlande

1.4 Méthodes

Pendant le projet les associations partenaires ont tenu six réunions et ateliers pour échanger et développer des stratégies de recrutement et l'utilisation de divers medias.

Les résultats ont été développés à partir des ateliers et de deux questionnaires. Le compte-rendu des résultats a été présenté suivant un ordre thématique.

YOUTHES Questionnaire A pour les partenaires du projet. L'enquête portait sur le recrutement des jeunes, les avantages pour les jeunes, les avantages pour les associations et pour la société, et sur l'utilisation des medias et d'internet dans ce recrutement. Tous les partenaires ont répondu à ce questionnaire, donnant ainsi une vue globale de la situation dans onze pays d'Europe (Autriche, Belgique, Finlande, France, Allemagne, Hongrie, Italie, Hollande, Norvège, Slovaquie et Suisse).

YOUTHES Questionnaire B pour les jeunes en Europe. L'enquête portait sur la motivation, les améliorations nécessaires dans les associations et l'information. Le questionnaire ouvert sur internet entre Décembre 2017 et Mars 2018. A obtenu 315 réponses de l'ensemble des 11 pays partenaires. 84 % des réponses provenaient de jeunes de 20 à 34 ans, dont un tiers de 25 à 29 ans. Les trois quarts sont de sexe féminin. Près de la moitié étaient bénévoles dans des CENTRE D'ECOUTE et 10 % étaient d'anciens bénévoles. 42% n'étaient pas bénévoles au moment de leur réponse.

1.5 Résultats

Les partenaires conçu un **manuel des meilleures pratiques** qui détaille les résultats du projet et les recommandations aux associations d'écoute qui souhaitent améliorer le recrutement de jeunes volontaires par une information ciblée et une formation spécifique. Le manuel est disponible pour tous les centres d'écoute les associations d'écoute et n'importe quelle autre ONG qui souhaite recruter des jeunes.

La version complète du manuel est disponible en anglais sur les sites web des associations partenaires.

Un abrégé du manuel a été traduit par les soins des partenaires et membres d'IFOTES dans les 10 langues suivantes :

- Anglais
- Allemand
- Français
- Italien
- Espagnol
- Néerlandais
- Slovène
- Finnois
- Norvégien
- Hongrois

Tous ces résumés sont accessibles sur le site IFOTES www.ifotes.org et, pour chaque langue, sur le site web du partenaire IFOTES du pays concerné.

Note:

TES Telephone Emergency Service = Service d'Ecoute téléphonique

2 . ANALYSE DE LA SITUATION ACTUELLE

2.1 La situation actuelle des bénévoles en Services d'Ecoute Téléphonique (TES)

Pour commencer, le groupe de travail a décrit la situation en Europe au démarrage du projet, à partir d'un sondage des **organisations partenaires** (YOUThe survey1 data from members).

Les réponses ont fait apparaître que la majorité des écoutants a plus de 50 ans : 77,04 % d'entre eux ont entre 50 et 79 ans et 76 % sont des femmes.

Ces chiffres confirment le déficit en jeunes écoutants (par définition, des jeunes de 20 à 34 ans), et nous interrogent sur l'avenir et l'impact social de nos services.

2.2 Les jeunes de TES

Un questionnaire adressé aux directeurs des organismes d'écoute (YOUThe questionnaire A for members) a permis de préciser la **situation des jeunes bénévoles** : ils représentent en général moins de 5% des écoutants, sont de sexe féminin et ne restent qu'un an ou deux, ce qui est le minimum requis par la plupart des TES.

Pour contacter, recruter, former et motiver de jeunes bénévoles, les TES consacrent 20 à 30% de leurs temps et 0 à 10% de leur budget.

2.3 Formation TES

Il n'y a aucune **formation** spécialisée pour les jeunes, et la majorité des organisations (18 sur 20) n'ont aucun outil spécifique pour eux. Il n'y a pas non plus de différence dans la durée de la formation, qui s'étale de 40 à 120 heures et de 3 à 24 mois selon les TES. Ces formations longues sont une **garantie de qualité**, une bonne manière de vérifier la motivation des candidats et d'obtenir des écoutants engagés sur le long terme. Une formation exigeante permet de mieux préparer et impliquer les écoutants. Les TES ne souhaitent pas sacrifier la qualité et l'exigence de la formation pour recruter les jeunes bénévoles. (YOUThe questionnaire A for members).

2.4 Conclusion

A la vue des résultats du sondage (YOUThe survey1 data frommembers) et du questionnaire (YOUThe questionnaire A for members), mettant en évidence le manque d'investissement et d'implication dans le recrutement et la formation des jeunes, les débats du groupe lors des premières réunions a révélé **les fortes réticences des TES pour le recrutement de jeunes écoutants**. Néanmoins, l'ensemble du groupe l'ensembledugroupe a achevé les travaux convaincu des avantages de la présence de jeunes bénévoles.

« Il y a tout d'abord une intuition, puis l'organisation de cette intuition en idées et en *projets* ; enfin l'accomplissement de ces plans dans la réalité. Notez bien qu'au départ, tout vient de votre imagination » Napoleon Hill

3 . POURQUOI RECRUTER DE JEUNES BÉNÉVOLES

« Pourquoi devrions-nous recruter des jeunes ? » a été l'une des premières questions posées au départ du projet. Ses conclusions montrent que les jeunes bénévoles apportent de nombreux « plus » tant au service d'écoute qu'à la société dans son ensemble.

Traditionnellement les écoutants bénévoles sont des adultes et des personnes âgées. Une nouvelle pyramide des âges aura d'évidentes conséquences sur les méthodes de travail dans les TES mais celles-ci devraient être facilement résolues.

3.1 Les jeunes bénévoles : avantages et arguments pour les TES

Les ateliers de brainstorming ont fait émerger les opinions et idées suivantes:

- Les jeunes bénévoles nous donnent **accès aux nouvelles technologies**.
- Du fait de leur situation, ils sont plus **disponibles**.
- Ils sont **dynamiques, enthousiastes, innovants et motivés**.
- Les jeunes sont **plus drôles !** Du coup le service d'écoute est plus amusant et c'est un plaisir pour tous.
- Ils ont **soif d'apprendre et d'innover**. Ils incitent les bénévoles plus âgés au changement.
- Les jeunes bénévoles ont **des relations avec les jeunes et peu vent donc recruter d'autres jeunes**.
- Ils ont une **compréhension partagée des problèmes de leur génération**.
- Ils parlent le **même langage que les jeunes appelants** et sont donc d'excellents écoutants pour les jeunes appelants et chatteurs.
- Ils archivent tout **juste leurs études** et sont donc plus au fait des dernières recherches en sciences humaines.

Recruter de jeunes volontaires est un gage de survie pour les organismes de TES dans l'avenir. Par ailleurs, les jeunes volontaires donnent aux TES une image moderne et vivante.

3.2 Les jeunes bénévoles : avantages et arguments pour la société

La présence de jeunes écoutants dans les TES a une influence sur l'ensemble de la société. La formation et ac-

tivité dans les organismes d'écoute préparent mieux les jeunes gérer des crises faire face et aux situations difficiles. Ils sont **plus attentifs à l'autre et aux autres**. Ils deviennent des **citoyens engagés**, ce qui se ressent dans leur vie personnelle et professionnelle où ils font la preuve des **avantages de l'écoute**.

Comme écoutants, les jeunes **sauvent des vies**. Avec de jeunes écoutants, les centres offrent un meilleur service aux jeunes.

3.3 Les jeunes bénévoles : avantages et arguments pour eux-mêmes

Dans ce projet nous avons utilisé 3 questionnaires. Dans le dernier, nous avons interrogé les jeunes adultes sur l'activité en TES. Il apparaît que la motivation la plus forte pour eux est de se **sentir utile**. 96 % des réponses identifient cet aspect comme le plus important ou très important dans leur motivation. Les jeunes adultes ne cherchent pas seulement des bénéfices pour eux-même, ils veulent donner quelque chose au monde et aux autres.

Près de 90 % des réponses indiquent comme importante ou très importante la possibilité de **développer leur personnalité**. Le travail d'écouter leur offre une excellente opportunité d'avoir une compréhension plus profonde de la vie et une vision plus large de la société actuelle. Les écoutants sont confrontés à des misères et des souffrances dont ils ont souvent été préservés jusqu'alors. La pratique de l'écoute dans les TES développe empathie et maturité.

Les opportunités d'interagir dans des groupes réunissant des âges différents sont plutôt rares. Les groupes de loisirs ou d'activités bénévoles sont le plus souvent très homogènes. Les centres peuvent offrir aux jeunes la possibilité d'être connus et de travailler avec des adultes et des personnes âgées. La **diversité des âges** est une chance pour tous.

3.4 Les objections des TES au recrutement de jeunes bénévoles

Au démarrage de ce projet, les centres émettaient diverses objections au recrutement de jeunes bénévoles:

- La formation est un investissement conséquent. Or le futur à court terme des jeunes est souvent imprévisible. Lorsqu'un jeune quitte l'organisation aussitôt formé mais sans avoir écouté, celle-ci peut se sentir trahie.
- Les jeunes bénévoles ne sont pas toujours très investis dans l'écoute. Ils ont de nombreuses activités et l'écoute n'est que l'une d'entre elles.
- Enfin, on peut douter qu'un jeune ait suffisamment d'expérience de la vie pour la pratique de l'écoute en TES.

3.5 Conclusions

YOUThes fait émerger de nombreux arguments en faveur du recrutement de jeunes bénévoles. Au départ, presque aucun des partenaires n'avait de jeunes écoutants. Certains des partenaires admettaient la nécessité de recruter des jeunes, mais beaucoup n'étaient pas d'accord. Au cours du projet, après trois enquêtes et de nombreux ateliers d'échanges, les avantages qu'apportent la présence de jeunes paraissent évidents.

L'obstacle principal au recrutement de jeunes est la crainte de les voir partir sitôt formés. C'est, semble-t-il, un a priori négatif, mais les avantages de la présence de jeunes sont si évidents que l'on doit pouvoir dépasser ce problème.

Les TES forment les jeunes à l'écoute, tant au téléphone qu'au chat. Au-delà de l'écoute en TES, ils seront de meilleurs écoutants dans leur vie quotidienne. Dans leur entourage, ils peuvent témoigner que la parole entendue soulage des blessures de la vie. Leur façon d'écouter permet aux autres d'en faire l'expérience au-delà même de leur temps d'activité en TES. Tout cela est bénéfique pour l'ensemble de la société.

Nous avons interrogé les jeunes bénévoles sur leur vision du travail d'écouter. Les réponses ont été une révélation. Le plus important pour les jeunes est l'opportunité de pouvoir aider quelqu'un, le sentiment d'être utile. Leurs motivations sont plus profondes et plus intimes que nous ne le pensions.

3.6 Recommandations

1. Le principal obstacle au recrutement de jeunes paraît être la crainte de les voir partir trop tôt. Les services d'écoute devraient réévaluer ce « partir trop tôt ». Si le jeune exerce comme écoutant ne serait-ce qu'un an, cela vaut la peine de le recruter et de le former.
2. Les TES devraient reconsidérer leur compréhension de l'anonymat. Si les jeunes pouvaient parler à leurs amis de leur activité d'écouter, cela permettrait de recruter plus de jeunes.
3. Les TES devraient parler davantage des écoutants comme membres actifs de la société. Les jeunes cherchent à être des contributeurs utiles aux autres. Ils offrent à nombre de personnes autour d'eux la chance d'être écouté et entendu. C'est un plus certain pour la communauté.

4 . STRATÉGIES LOCALES, NATIONALES ET INTERNATIONALES POUR LE RECRUTEMENT DE JEUNES BÉNÉVOLES

Les avantages pour les services d'écoute et la société dans son ensemble en matière de recrutement et de formation de jeunes bénévoles ont été démontrés. Quelles stratégies pourraient être développées pour assurer un équilibre entre les générations au sein des TES ?

4.1 Au niveau local

- **Changer les mentalités** pour que toutes les personnes impliquées (recruteurs, formateurs...) soient convaincues des avantages pour l'association : une image plus moderne, une aide pour les nouvelles technologies et les médias sociaux, un organisme où des personnes de tous âges puissent travailler ensemble dans un même objectif.
- **Communiquer** : des enquêtes sur les besoins et les attentes des jeunes, dans le cadre des actions du TES, pourraient servir de base à la mise en œuvre d'une stratégie de communication claire et ciblée avec des outils de communication destinés spécifiquement aux moins de 35 ans: présence sur les médias sociaux, création de contenus numériques et mises à jour régulières. L'impact de la communication de bouche à oreille entre pairs parmi les jeunes ne doit pas être sous-estimé.
- **Entretenir des relations étroites** avec les organismes de jeunesse locaux, les écoles et les universités
- **Adapter** les contrats, le nombre d'heures de présence requis aux possibilités des jeunes adultes occupant un emploi et ayant une famille, ainsi que les méthodes de formation utilisées.
- **Promouvoir l'idée** qu'acquérir des compétences d'écoute est une expérience qui change la vie sur le plan personnel et social.

4.2 Au niveau national

Il appartient aux dirigeants et aux membres des conseils d'administration nationaux, qui doivent d'abord être convaincus de la nécessité de recruter et de former de jeunes bénévoles, d'initier des changements, de prendre des décisions et de les mettre en œuvre.

- **L'image** dans la communication nationale doit être inclusive et présenter des personnes de tous horizons et de

touts âges.

- «Un ambassadeur» ou « parrain » avec une image positive parmi les jeunes devrait devenir le «visage» de l'organisation, la représenter dans les campagnes nationales et relayer ses actions sur les médias nationaux et sociaux.
- **La formation** devrait être identique dans les différents postes afin de permettre aux jeunes bénévoles de poursuivre leur activité au sein des TES même s'ils doivent quitter la région pour des raisons personnelles ou professionnelles.
- **Relations** avec des universités ou des instituts de recherche : les étudiants en psychologie ou en sciences sociales sont susceptibles d'être séduits par la qualité de la formation dispensée par les TES. Mais les écoles de commerce ne doivent pas être négligées : leurs étudiants sont les dirigeants, les administrateurs et les donateurs de demain
- **Les projets** tels que les événements nationaux, les congrès doivent impliquer les jeunes et prendre en compte les sujets qui les concernent.

4.3 Au niveau international

- **Les délégués d'IFOTES** doivent faire un retour à leurs fédérations nationales pour les informer des résultats et conclusions de ce projet.
- **Le rôle d'IFOTES** est d'aider ses membres à adopter un nouveau point de vue sur la participation des jeunes bénévoles.
- **Plate-forme Web** : IFOTES pourrait réserver quelques pages aux jeunes bénévoles pour fournir des informations sur son réseau européen (discussions, réunions et échanges entre écoutants de différents pays).
- **Congrès** : IFOTES pourrait encourager les jeunes bénévoles à y participer en leur proposant des frais d'inscription moins élevés ainsi que des ateliers sur les problèmes qui leur sont spécifiques.
- **Une campagne de lobbying** en faveur de l'intégration d'un article dans la Convention Européenne des Droits de l'Homme affirmant qu'être entendu est un droit humain fondamental.
- **Une journée internationale de l'écoute**, un événement d'une journée en Europe pourrait servir à mettre en lumière les avantages pour les individus et pour la société toute entière que constitue le fait d'être écouté.

4.4 Recommandations

- Motiver les services à tous les niveaux, convaincre et communiquer largement sur les avantages multiples pour les organisations d'écoute, pour les jeunes et pour la société dans son ensemble.
- Utiliser tous les nouveaux moyens de communication et les médias sociaux pour créer une image moderne, inclusive et attrayante.
- Accueillir les jeunes bénévoles, être attentif à leurs besoins et attentes spécifiques et s'adapter à ces besoins.

5. UTILISER DIFFÉRENTS MÉDIAS ET INTERNET DANS LE RECRUTEMENT

5.1. Utilisation générale des médias et d'internet

Le projet a cartographié l'utilisation générale des médias et d'internet en vue de recruter de jeunes bénévoles pour le travail au sein des services d'écoute. L'enquête révèle que la pratique actuelle est caractérisée par une utilisation statique des médias et d'internet, avec des différences majeures en termes de compétence, de connaissance et de motivation dans leur utilisation.

Tous les postes ont leur propre **site WEB**. Ceux-ci sont faciles à trouver et ont une page d'accueil informative, mais seuls quelques postes utilisent le site ou Facebook pour cibler plus particulièrement les jeunes et les recruter comme bénévoles.

Les postes ont différentes solutions pour permettre aux jeunes de passer de **Facebook** à leur site afin de les informer sur la manière de poser une candidature. Pour les jeunes, il serait important qu'il y ait des méthodes simples et faciles d'accès pour trouver les informations et poser sa candidature.

Aujourd'hui seule une moitié des postes offrent la possibilité de remplir un **formulaire de candidature** en ligne.

Il y a sans doute d'autres raisons qui expliquent l'usage aléatoire et limité des médias et d'internet pour le recrutement de jeunes mais les deux raisons les plus importantes sont les suivantes :

- L'organisation n'a pas les compétences et les connaissances nécessaires
- L'organisation ne veut pas parier sur les jeunes bénévoles parce qu'ils ne restent que peu de temps et qu'il n'y a donc pas de retour sur l'investissement fait pour leur formation.

5.2 Où les jeunes cherchent-ils des informations ?

Les jeunes utilisent des **mots-clés** quand ils effectuent une recherche d'informations sur **Google** à propos des lignes d'écoutes ou des organisations similaires. Après enquête auprès des membres nous avons établi que les dix mots-clés les plus pertinents sont : aide téléphonique, aide, travail bénévole, bénévolat, suicide, dépression, anonymat, solitude, crise, écoute.

Ces mots-clés doivent être intégrés dans la stratégie de recrutement via **Facebook** et le **site internet** en les utilisant dans les textes publiés sur ces sites. La conscience de cette stratégie est inégale d'un poste à l'autre.

5.3 Qu'est-ce qui motive les jeunes à faire du bénévolat ?

Dans l'enquête les jeunes bénévoles des services d'écoute ont souligné trois facteurs :

1. Le premier est de savoir qu'ils sont utiles aux autres et que le travail bénévole fait d'eux de bons écoutants et leur donne une expérience vécue qui peut être utile dans leur vie et leur développement.
2. Le deuxième est la possibilité de recevoir un certificat attestant qu'ils ont terminé la formation et accomplie les exigences minimales pour cette activité.
3. La troisième est que la formation et l'expérience pratique les qualifient pour intervenir dans un autre poste d'écoute s'ils viennent à déménager.

5.4 Quelles améliorations peuvent apporter les services d'écoute ?

Les organismes nationaux devraient avoir des bénévoles ou des **employés compétents et expérimentés pour l'utilisation efficace et actualisée des médias et d'internet.**

Le mieux serait que les postes locaux, en collaboration avec la direction centrale, puissent créer et publier du contenu sur leur propre site. Il faudrait veiller à sa mise à jour constante : actualités, annonces d'événements, articles, messages concernant l'organisation.

Les jeunes eux-mêmes disent qu'une communication efficace doit les émouvoir à travers des **photos, des vidéos et des histoires.** Une interaction immédiate avec des employés ou des bénévoles prêts à parler de leur expérience dans le service d'écoute serait un plus pour les visiteurs des site web.

5.5 En résumé

Les TES en Europe ont les moyens et les outils nécessaires pour utiliser efficacement les médias et internet pour le recrutement de jeunes volontaires.

Cependant peu de partenaires utilisent ces moyens. Les sites web et les pages Facebook sont statiques et non dynamiques comme elles pourraient l'être.

Le contact ciblé vers les jeunes est quasi inexistant. Il y a donc un potentiel important de développement et d'amélioration. Pour la définition de stratégies, nous suggérons de s'appuyer d'abord sur ce qui motive les jeunes au bénévolat en écoute.

5.6 Trois recommandations concrètes

1. Créer votre propre plan stratégique pour utiliser médias et internet afin de recruter de jeunes bénévoles.
2. Partir de ce qui motive les jeunes pour un engagement en TES.
3. Trouver les personnes compétentes pour faciliter l'utilisation des médias sociaux dans votre organisation.

6. COMMUNICATION, OPERATIONS DE PROMOTION, DE PUBLICITÉ ET AUTRES MOYENS POUR MOTIVER ET IMPLIQUER DE JEUNES BENEVOLES.

Une **enquête** a été réalisée auprès de plus de **300 jeunes** pour savoir ce qui plaît à ce groupe d'âge et ce qui les stimule.

La réflexion autour du *YOUTHes project* insiste sur le fait que la motivation est un facteur essentiel de réussite.

6.1 Méthodes

Les sondages concernant les méthodes utilisées actuellement pour sensibiliser et recruter de jeunes bénévoles en TES établissent les éléments suivants :

- le TES doit proposer des contenus de formation attrayants pour les jeunes ;
- formation reconnue à l'échelle européenne qui dans le contexte de mobilité actuelle une formation reconnue à permettrait aux jeunes de prolonger leur engagement en cas de déménagement;
- les compétences et talents autres que l'écoute traditionnelle sont actuellement sous exploités.

6.2 Défis

L'engagement de jeunes bénévoles présente de nouveaux défis qui nécessitent des solutions adaptées :

- un soutien psychologique est nécessaire afin de leur permettre de prendre la décision de s'engager;
- leurs emplois du temps surchargés impliquent un raccourcissement de la période de recrutement ;
- une offre de soutien et de conseil peut éviter la perte de motivation dans les premiers temps de l'engagement.

6.3 Actions utiles

Les actions suivantes semblent plus particulièrement efficaces dans le cadre du recrutement de jeunes bénévoles

- :
- les recours aux médias et à la presse ;
 - l'organisation d'enquêtes d'ateliers ;

- la présence du TES sur les réseaux sociaux grâce à des bénévoles formés et réactifs;
- le recours aux réseaux familiaux, amicaux et professionnels des bénévoles pour recruter ;
- la recherche de contact et de coopération avec les universités ;
- l'utilisation du bénévolat comme une occasion de permettre à des jeunes de découvrir et d'améliorer leurs compétences à l'écoute *in situ* ;
- la participation du TES à des festivals, expositions, événements comme la journée internationale de la Santé Mentale ;
- le recours à des interviews et vidéos de célébrités, de jeunes écoutants ou de jeunes appelants.

6.4 Outils efficaces dans les pratiques et la politique de recrutement des services d'écoute:

- campagnes de recrutement sur la base d'outils identiques utilisables dans tous les organes de communication ;
- éviter le verbiage en faveur de l'usage de mots clés et veiller à leur intégration systématique dans les articles et interviews;
- développer per la coopération avec les autres ONG entreprises et institutions locaux et nationales ;
- mise à disposition de modules de formation sur la toile, opportunités de travail bénévole dès la période de sélection.

6.5 Soutien aux jeunes dans leur pratique

- veiller à la **bonne atmosphère** du poste ;
- assurer un **soutien et accompagnement** de la part des responsables de poste psychologues et travailleurs sociaux ;
- **allègement du quota des heures d'écoute** et aménagement des heures d'écoute ;
- **indemnisation de certains temps d'écoute** notamment pour les nuits et les congés ;
- **inviter des experts** dans le domaine de la psychologie ou d'autres scientifiques renommés pour des interventions dans postes d'écoute..

6.6 En résumé

- établissement de programmes de formation compatibles avec une mobilité entre les postes d'écoute ;
- possibilité de choisir entre plusieurs tâches autres que l'écoute téléphonique;
- accroître la présence au sein du monde associatif et la visibilité dans les médias.

7. MODÈLES ET CONCEPTS PERMETTANT L'AMÉLIORATION DES PRATIQUES DE RECRUTEMENT DE JEUNES BÉNEVOLES

La motivation de l'équipe bénévoles et responsables confondus est indispensable pour réussir le recrutement des jeunes. Des directeurs de poste, des bénévoles et responsables du recrutement qui font confiance aux jeunes pour ce type de mission sont, dans un premier temps, des éléments clés de succès.

D'autre part il est indispensable que les jeunes connaissent l'existence de notre organisation et qu'ils sachent qu'ils peuvent avoir un rôle et une place dans les lignes d'assistance téléphonique. Ils peuvent ainsi aider d'autres personnes et prendre leur part de responsabilité dans la société tout en gagnant sur les plans de l'épanouissement personnel et de l'expérience ; un document venant attester de leurs compétences et du travail accompli doit être mis en place.

Pour toucher le public des jeunes il convient d'utiliser les médias en plus des outils et des vecteurs de communication traditionnels.

La toile, Facebook et les relations sociales des écoutants constituent aujourd'hui le triptyque plus efficace. Il est important de se tenir au courant des vecteurs de communication les plus utilisés par cette tranche d'âge. L'objectif doit être de rencontrer les jeunes là où ils passent le plus de temps (sur internet) afin d'y faire figurer des informations utiles et intéressantes concernant notre organisation pour les inciter à prendre contact avec nous d'une façon simple. Pour ce faire il est indispensable que l'association soit bien au fait de l'usage d'internet ou qu'elle puisse payer quelqu'un pour cette tâche.

Internet n'est cependant pas le seul vecteur de communication. Les rencontres personnelles restent essentielles. Entrer en contact avec des lycées, des écoles et des universités constitue une autre piste.

Des aménagements structurels peuvent également être nécessaires. Il faut réfléchir et changer éventuellement d'anciennes règles et pratiques notamment pour ce qui est de la durée des plages d'écoute et de l'engagement, de l'anonymat, des politiques de recrutement et de formation. Dans le contexte de mobilité de la société actuelle il pourrait être possible d'être simplement transféré sur un autre poste.

Quand les jeunes se sentent bien dans l'organisation ils sont prêts et désireux de s'engager dans la durée, ou à y revenir plus tard dans leur vie. Ils sont particulièrement sensibles à la qualité de la formation, qui doit se prolonger tout au long de l'engagement.

Les jeunes doivent se sentir bien intégrés dans l'organisation. Ils doivent sentir que leur place est centrale et non marginale. Ils doivent être pris au sérieux et être impliqués aux différents stades des prises de décision. Les jeunes s'engagent pour une durée plus longue quand ils se sentent respectés et que la qualité de leur travail est reconnue.

7.1. 5 axes de recommandations

1. INCITEZ LE PERSONNEL À APPRÉCIER LA VALEUR DES JEUNES BÉNÉVOLES !

- Utilisez différents moyens pour motiver : ateliers, discussions aux niveaux local et national et avec les bénévoles, le personnel et l'organisation.
- Changer les mentalités : n'ayez pas peur des jeunes qui partent trop tôt

2. FAIT CONNAÎTRE LES TALENTS JEUNES !

- Engager des experts pour développer un plan de communication stratégique
- Utiliser les canaux de communication modernes
- Établir des contacts personnels avec les jeunes par le biais d'écoles, d'universités et d'événements nationaux et locaux

3. RÉFLÉCHISSEZ ET ADAPTEZ LES RÈGLES, LES HABITUDES ET LES MÉTHODES DE RECRUTEMENT !

- Mobilité : elle permet aux volontaires formés de travailler dans n'importe quel poste de votre organisation, même dans des organisations de services d'écoute téléphonique à l'étranger
- Intégrer des jeunes bénévoles dans l'organisation et leur donner des responsabilités
- Estimer et encourager les talents des jeunes
- Reconsidérer l'anonymat à l'activité en service d'écoute **téléphonique**. Laissez les jeunes bénévoles parler de leur engagement
- Demander aux nouveaux bénévoles d'accepter de s'engager au moins un an en TES.

4. CONTRIBUEZ À LA MOTIVATION DES JEUNES BÉNÉVOLES !

- Offrir une formation de qualité, attrayante et certifiée
- Souligner les avantages en termes de développement personnel et d'expérience de vie
- Donner aux jeunes bénévoles l'opportunité de faire partie d'une communauté internationale (IFOTES)

5. PARTAGEZ L'IMPORTANCE DES COMPÉTENCES D'ÉCOUTE DANS LA SOCIÉTÉ !

- Développer des méthodes pour montrer à quel point une bonne écoute peut motiver des citoyens à s'engager et contribuer à la santé mentale et sociale

8 . CONCLUSIONS

Le projet YOUThES a ouvert de nouvelles perspectives en matière de **motivation pour le recrutement de jeunes bénévoles**. Au début, certains partenaires ont reconnu le besoin de jeunes bénévoles, mais d'autres en doutaient. Au cours du projet, nous avons mené plusieurs ateliers, une enquête et deux questionnaires. À la fin du projet, les partenaires ont identifié les avantages apportés par les jeunes adultes au sein d'un service d'écoute..

Néanmoins, il reste des **obstacles à surmonter** et des problèmes à résoudre. Le plus gros obstacle au recrutement de jeunes bénévoles semblait être le temps relativement bref passé par les jeunes bénévoles dans le travail en service d'écoute. Les organisations sont habituées à une situation où les bénévoles restent **écoutants** pendant plusieurs décennies. Cela peut être considéré principalement comme un problème de mentalité. Quand il y a tant d'avantages à avoir de jeunes bénévoles, le problème ne devrait pas être difficile à résoudre. Par exemple, les nouveaux bénévoles pourraient s'engager à travailler comme **écoutant** pendant au moins un an.

Le TES forme les jeunes bénévoles à **l'écoute et au dialogue téléphoniques**, mais ils deviennent également **de meilleurs auditeurs dans leur vie quotidienne** dehors. Ils augmentent les possibilités d'écoute des personnes dans leurs communautés et font comprendre que, en cas de malheur, parler peut aider. Ces aspects sont importants au regard de la société tout entière.

On a demandé aux jeunes bénévoles comment ils voyaient le bénévolat en tant qu'écouter. Les résultats ont été révélateurs. Auparavant, on les pensait principalement motivés par des avantages tels que la formation de qualité et des mentions utiles sur un CV. Cependant, l'aspect le plus important pour les jeunes bénévoles était la **possibilité d'aider les autres et le sentiment d'être utile**. Leur motivation est plus intérieure qu'on ne l'avait imaginé.

REMERCIEMENTS

Bénévoles et professionnels ayant contribué au développement du projet :

IFOTES Europe: Stefan Schumacher (Germany), Michael Grundhoff (Germany), Tina Duvivier (France), Marianne Maas (Belgium), Jaap Jakobs (The Netherlands), Samikannu Peter Jeganatha Pillai (Spain), Milena Jelen (Slovenia), Sonja Karrer (Switzerland), Susanna Winter (Finland), Dirk Meyer (Germany), Ben De la Mar (The Netherlands).

SOS Amitié France : Renée Cheval, Arnaud d’Avezac, Pierre Gutzwiller (France)

Kirkens SOS i Bjørgvin: Leif Jarle Theis (Norway)

Telefono Amico Italia: Monica Petra (Italy)

LESZ: Eva Brandisz, Melinda Medgyaszai, Attila Adam (Hungary)

Telefonseelsorge Austria: Astrid Hoeffler (Austria)

Studio Rucli: Diana Rucli, Elena Misdariis (Italy)

Palveleva puhelin/Kirkon keskusteluapua: Titi Gavert (Finland)

Pays européens où le projet a été mis en œuvre et diffusé, et organisations d’écoute concernées :

Allemagne: IFOTES Europe e.V. - www.ifotes.org/en/ifotes-europe; Katholische Konferenz für Telefonseelsorge; Evangelische Konferenz für Telefonseelsorge - www.telefonseelsorge.de

Autriche: Telefonseelsorge - www.telefonseelsorge.at

Belgique: Fédération des Centres de Télé-Accueil de Belgique - www.tele-accueil.be; Federatie van Tele-Onthaaldiensten - www.tele-onthaal.be; Telefonhilfe - Anonyme Lebenshilfe - www.telefonhilfe.be

Espagne: Teléfono de la Esperanza - www.telefonodelaesperanza.org

Finlande: Palveleva puhelin/Kirkon keskusteluapua - www.kirkonkeskusteluapua.fi; FAMH/Kriisipuhelin - www.mielenterveysseura.fi

France : SOS Amitié - www.sos-amitie.com

Hongrie: Magyar Lelki Elsosegely Telefonszolgálatok Szövetsége (LESZ)- <https://sos116-123.hu>

Italie: Telefono Amico Italia - www2.telefonoamico.it; Studio Rucli – www.studiorucli.it; ARTESS – Association for Research and Training on Emotional Support Skills – www.art-ess.org

Norvège: Kirkens SOS I Norge - www.kirkens-sos.no

Pays_Bas: Sensoor/deLuisterlijn - www.deluisterlijn.nl

Slovène: Association of Slovenian TES - www.telefon-samaritan.si

Suisse: IFOTES - International Federation Of Telephone Emergency Services – www.ifotes.org; Die Dargebotene Hand/La Main Tendue/Telefono Amico - www.143.ch

