

ORGANISER UN APÉRISCOUT

DÉFINITION

C'est une action de recrutement et de rencontre qui a lieu dans un bar et où l'on joue la carte de la convivialité autour d'un verre et ... d'apéricubes !

Le principe est simple : chaque chef invite un ami non scout à boire un verre dans le bar. La conversation tournera vite sur le scoutisme et les plus values d'être bénévole chez les Scouts et Guides de France. Une consommation est offerte à chaque invité. Les responsables scouts et guides veilleront à ce que les autres personnes présentes dans le bar soient aussi intégrées à la conversation.

POURQUOI UNE ACTION DANS UN BAR ?

Recrutement de nouveaux jeunes adultes non scouts

Ce lieu de rencontre peut permettre au groupe SGDF de se faire connaître auprès d'une population que nous avons du mal à rencontrer. Le recrutement est rarement immédiat mais il permet une meilleure notoriété de notre mouvement. Souvent les jeunes ont déjà entendu parler du scoutisme mais ne le trouvent pas forcément dans l'air du temps. Cette présence dans les bars peut casser cette image.

De plus, il est plus facile pour un non scout d'accepter une invitation à boire un verre dans un bar avec des amis scouts que de venir camper ou sur une activité directement avec les enfants et les jeunes. L'aperiscout permet à un invité de découvrir la convivialité que vivent les jeunes adultes dans le mouvement.

Accueil des jeunes adultes déjà scouts qui recherchent un engagement local

Les chefs et cheftaines qui arrivent dans une nouvelle ville sont parfois à la recherche d'un groupe pour continuer de vivre leur engagement. En venant à un aperiscout, ils rencontrent en une seule soirée les représentants de plusieurs groupes du territoire, ils peuvent alors choisir le groupe qui leur correspond le mieux (emplacement géographique, co-éducation, projets du groupe ...). Grâce à la rencontre avec les chefs et cheftaines, ils se font une idée sur les différents groupes et créent déjà des liens.

Faire vivre la communauté de jeunes adultes

Les chefs du groupe seront contents de pouvoir se retrouver à un autre moment que lors des réunions scouts. Ils seront aussi fiers de vivre une expérience de recrutement qui les valorise : ce sont eux qui parleront le mieux de leurs actions, leur engagement, de ce que leur apporte le scoutisme ...

C'est aussi l'occasion de leur permettre de rencontrer d'autres jeunes et de faire de nouvelles connaissances avec des personnes qu'ils n'auraient pas forcément rencontrées dans la vie de tous les jours.

A l'approche des camps (avril, mai, juin), les chefs et cheftaines viennent à l'aperiscout pour compléter leurs maîtrises pour les camps. Il faudra cependant garder à l'esprit qu'il s'agit d'une opération de convivialité et pas d'une réunion de travail. Même si les accompagnateurs pédagogiques peuvent en profiter pour prendre quelques nouvelles des chefs et des projets, il n'est pas question d'y faire un atelier de formation ou de valider les dossiers de camp !

Objectif : convivialité et rencontre !

Mise en œuvre de l'action

1/ Préparation de l'action

La première étape consiste à cibler un bar et à rencontrer le gérant ; c'est la mission d'une personne de l'équipe du pôle développement (le responsable recrutement) qui pilotera cette action. Il est important d'expliquer clairement au gérant de l'établissement ce que nous allons proposer. Il sera plus facile selon les réalités locales de proposer l'événement en semaine ou le week-end. L'avantage de la semaine est de pouvoir occuper un établissement moins bondé, avec une cible qui correspond à nos attentes, dans une ambiance propice à la rencontre. C'est de plus un argument majeur pour les gérants : un tel événement permet de leur apporter des clients un soir de la semaine habituellement plus calme et moins fréquenté. Une date fixe (ex : 2^e mercredi du mois) permet de mieux asseoir l'événement dans le temps.

Le choix du bar est important : il doit être suffisamment fréquenté pour que les chefs et cheftaines puissent discuter avec d'autres, la population doit être plutôt jeune (entre 18 et 25 ans en moyenne), situé dans une zone accessible avec une préférence pour les zones de vie étudiantes ou le centre ville. La communication peut utiliser les réseaux sociaux (facebook, twitter ...). Elle permet de transmettre la date facilement (en quelques clics on informe plus de 200 personnes), rapidement (les chefs sont très souvent sur les réseaux sociaux) et efficacement (les chefs invitent ensuite leurs propres contacts). Une communication sur les réseaux sociaux une semaine avant est largement suffisante. En effet, les chefs et cheftaines sont souvent très pris et ont du mal à se projeter. Il peut être intéressant de tenir un listing de personnes n'étant pas sur un réseau social et les informant directement.

Il est aussi important de mobiliser un maximum le réseau scouts et guides :

- les chefs et cheftaines : ceux-ci doivent se sentir à la fois invités et acteurs de cette action. Ils doivent aussi être des ambassadeurs auprès de leurs amis et penser à les inviter à la soirée.
- L'équipe territoriale et particulièrement les accompagnateurs pédagogiques, qui sont les meilleurs relais auprès des chefs et cheftaines.
- Les responsables de groupe qui sont informés de ce qui se vit en territoire en faveur de la communauté des jeunes adultes. Cela permet d'éviter d'éventuelles ambiguïtés vis-à-vis de la responsabilité de l'animation de la communauté des jeunes adultes, et d'expliquer l'intérêt des événements locaux et territoriaux sur ce point.

Enfin, dans l'idéal mais parfois difficilement réalisable, une réunion avec l'ensemble des participants scouts est essentielle pour avoir un discours commun et être crédible. On peut utiliser la page « Parler des Scouts et Guides de France » du guide de l'ASP Pour Tous pour donner des repères aux chefs et cheftaines. Cette page peut être mise à disposition des chefs et cheftaines au début de la soirée.

Les clés de la réussite

- un lieu adapté et des responsables scouts accueillants qui vont à la rencontre
- une équipe projet mobilisée et qui mobilise le réseau
- un travail en amont sur les besoins des groupes
- une réflexion avec les équipes de groupe sur l'accueil de nouveaux jeunes et la place qu'on est prêt à leur donner au sein du groupe
- proposer des thèmes de temps en temps pour susciter le buzz et renouveler l'intérêt

2/ Déroulement de l'action

L'action doit avoir lieu durant 2 à 3h. On donne une heure de fin pour éviter d'avoir à gérer les éventuels dérapages de fin de soirée. L'équipe investit le bar avec un nombre de chefs et cheftaines selon la taille du lieu. Ils seront habillés de préférence avec des tee-shirts « Scouts pourquoi pas toi » et un foulard. La chemise n'est pas appropriée à ce type d'action. L'idéal est de se retrouver dans le bar après la sortie du travail et des cours, soit vers 19h30. Tous les participants sont invités à porter leur foulard.

Le but de l'action est LA RENCONTRE. Les chefs doivent aller vers les clients, s'intéresser à eux et présenter les Scouts et Guides de France. Il est donc important d'avoir un discours commun préparé avec l'ensemble des participants. Il est préférable de proposer l'action en semaine. Il est important de pouvoir proposer quelque chose à grignoter : les apéritifs ! Il s'agit alors d'avoir un prétexte pour rentrer en contact avec les clients du bar pour débiter la discussion.

Au cours de la conversation, on n'hésitera pas à prendre les coordonnées (et particulièrement le téléphone) des personnes qui semblent intéressées pour venir découvrir une activité. On peut aussi créer un groupe sur un réseau social et inviter les contacts à venir rejoindre ce groupe. Il faudra alors diffuser régulièrement des informations pour qu'ils aient envie d'en savoir plus sur les Scouts et Guides de France.

Les organisateurs doivent porter une attention particulière à l'orientation des scouts qui cherchent un groupe local. Après avoir proposé quelques apéritifs et entamé la discussion, il faut déterminer leurs attentes et leur présenter rapidement des chefs et cheftaines des groupes du territoire.

Un recrutement n'est réussi que s'il est finalisé par un chef ou une cheftaine d'un groupe. L'équipe territoriale est en charge de :

- organiser l'événement
- initier le recrutement
- faciliter le contact avec les groupes.

3/ Pérénnisation des contacts

Chaque chef et chaque cheftaine transmet ses contacts au responsable recrutement qui pilote l'action pour centralisation.

Il est important par la suite que dans les 48h, la personne soit contactée dans l'idéal par le chef ou la cheftaine qui a récupéré ses coordonnées ; elle sera alors invitée à venir sur une animation du groupe le plus proche de là où elle habite.

Cette phase d'accueil est primordiale pour que la personne ait envie de revenir et par la suite d'adhérer aux Scouts et Guides de France. Cette phase doit être travaillée avec les chefs et cheftaines mais aussi avec les responsables de groupe.

Le BUDGET

- 50€ de matériel de communication (ex : banderoles SGDF en vente à la boutique).
- 50€ d'apéritifs
- 50€ de boisson (pour les boissons des invités). Négocier avec le gérant des cocktails aux couleurs des SGDF (orange, bleu, rouge et vert) sans alcool !

Les POINTS D'ATTENTION

- la gestion des abus de boisson : une bonne entente avec le barman permet de détecter les débordements.
- la question de l'alcool et du scoutisme : les deux ne vont pas de pairs. C'est l'occasion de discuter informellement autour des questions d'alcool. Pourquoi ne pas proposer des cocktails sans alcool ? Proposer une sensibilisation sur les dangers de l'alcool.
- l'interterritorialité n'est pas à privilégier dans ce genre d'événement afin de ne pas surcharger les effectifs et de trop mélanger les communautés de jeunes adultes.