



Insertion professionnelle des bénéficiaires de l'aide sociale : rapport sur les besoins en information des entreprises bernoises

résumé du rapport

Modifié le	31.07.2020
Auteur-e	BSS Volkswirtschaftliche Beratung AG
Traduction	Division linguistique de la Direction de la santé, des affaires sociales et de l'intégration

Table des matières

0.	Synthèse	3
7.	Conclusion.....	4
7.1	Mobiliser plutôt qu'informer	4
7.2	Distinguer besoins d'information généraux et besoins d'information spécifiques	5
7.2.1	Besoins d'information généraux	5
7.2.2	Prédominance des besoins d'information spécifiques	5
7.3	Clarifier les règles entourant les engagements à l'essai et les stages	6
7.3.1	Besoin de coordination	7
8.	Recommandations.....	7

0. Synthèse

Mobiliser plutôt qu'informer :

- La majorité des entreprises (86 %) qui recherchent des informations à propos de l'insertion professionnelle des bénéficiaires de l'aide sociale trouvent ce qu'elles recherchent. La qualité de l'offre d'information existante semble donc suffisante.
- La difficulté en la matière réside plutôt dans le fait que seul un petit nombre d'entreprises recherchent des informations à ce sujet (20 % de l'ensemble des entreprises interrogées). Il s'agit donc à l'avenir, pour les milieux politiques, de concentrer leurs efforts sur la diffusion des informations existantes afin qu'elles atteignent un public d'entreprises plus large.
- Les entreprises qui s'informent à ce sujet ont déjà une vision positive de l'insertion professionnelle. La grande majorité d'entre elles ont déjà engagé des bénéficiaires de l'aide sociale et pourraient s'imaginer renouveler l'expérience. Améliorer l'offre d'information existante n'aurait donc qu'un impact limité : le nombre d'entreprises accueillant des bénéficiaires de l'aide sociale ne s'accroîtrait guère dans la mesure où celles qui auraient recours à ces informations envisagent déjà d'en engager. Ainsi, plutôt que de développer l'offre existante, il conviendrait de l'adapter pour qu'elle touche un plus grand nombre d'entreprises, c'est-à-dire d'étendre son public cible.
- Le potentiel est élevé : 57 % des entreprises qui ne se sont encore jamais renseignées sur le sujet pourraient envisager de recruter des bénéficiaires de l'aide sociale. Ce chiffre correspond à 44 % de toutes les entreprises interrogées. Pour exploiter ce potentiel, nous recommandons de miser davantage sur des mesures de communication mobilisatrices. Il s'agit en effet de mobiliser plus que de simplement informer. Ce n'est que de cette manière qu'il sera possible de rassembler davantage d'entreprises autour du thème de l'insertion professionnelle.

Distinguer les besoins d'information généraux des besoins d'information spécifiques :

- Les résultats de l'étude montrent clairement qu'une distinction de fond doit être opérée entre besoins d'information généraux sur la thématique globale de l'insertion professionnelle et besoins d'information spécifiques concernant des cas particuliers, notamment les aptitudes des bénéficiaires de l'aide sociale et la charge d'encadrement supplémentaire qu'ils génèrent. Les informations relevant de cette seconde catégorie sont déterminantes car les entreprises établissent généralement un rapport coûts-bénéfices avant de prendre une décision d'engagement.
- Pour répondre à ces deux types de besoins, il est nécessaire de recourir à des canaux d'information distincts.
 - Internet constitue le principal canal pour les besoins généraux, qu'il s'agisse du cadre entourant l'insertion professionnelle ou des mesures de soutien destinées aux entreprises. Les entreprises effectuent des recherches en ligne et consultent autant de pages internet que nécessaire jusqu'à ce qu'elles aient trouvé l'information qu'elles recherchent. Plus qu'une centralisation de l'offre d'information sur une seule et même plateforme, nous recommandons par conséquent de mettre à profit les divers sites d'information pour atteindre les groupes cibles les plus variés et ainsi profiter de l'accès qu'ils offrent vers de nouveaux publics. Cette opération nécessite toutefois une coordination entre les différents prestataires d'informations, qui devrait selon nous être initiée par la Direction de la santé, des affaires sociales et de l'intégration (DSSI).
 - S'agissant des informations qu'elles ne peuvent pas trouver en un clic sur internet, les entreprises aimeraient pouvoir poser leurs questions à une personne compétente, par

exemple via une permanence téléphonique ou encore en échangeant directement avec une conseillère ou un conseiller en insertion professionnelle.

– Pour répondre aux besoins d'information spécifiques, deux canaux importants ont été mis en évidence :

- la possibilité d'engager des bénéficiaires de l'aide sociale à l'essai ou dans le cadre de stages. Cette solution permettrait aux entreprises d'évaluer les aptitudes des candidates et candidats en situation réelle et a été citée par 71 % des entreprises interrogées comme étant l'aide la plus utile en la matière.
- la possibilité de s'entretenir avec des conseillères et des conseillers en insertion professionnelle. Les résultats de l'étude révèlent que ces personnes jouent un rôle important dans la transmission d'informations, et pas uniquement dans le placement de bénéficiaires de l'aide sociale. Elles peuvent non seulement répondre aux questions d'ordre général des entreprises mais aussi et surtout à leurs questions spécifiques portant sur des cas particuliers.

Clarifier le cadre juridique :

Concernant l'engagement des bénéficiaires de l'aide sociale à l'essai ou dans le cadre de stages, un défi de taille existe : beaucoup d'entreprises ne seraient prêtes à tenter l'expérience que si elles n'avaient pas à payer un salaire complet. Or, si elles agissent ainsi, elles craignent d'être accusées de sous-enchère salariale. Cette insécurité dissuade bon nombre d'entre elles de participer à l'insertion professionnelle des bénéficiaires de l'aide sociale. Nous recommandons donc à la DSSI d'entamer un dialogue avec les partenaires sociaux à ce sujet et de formuler des règles claires pour encadrer le recours aux engagements à l'essai et aux stages, car les entreprises ont besoin de sécurité juridique.

7. Conclusion

7.1 Mobiliser plutôt qu'informer

Pour autant qu'elles les recherchent, les entreprises trouvent dans leur grande majorité (86 %) des informations sur le thème de l'insertion professionnelle des bénéficiaires de l'aide sociale. La qualité de l'offre d'information existante semble donc suffisante. Il n'y a pas de nécessité de l'améliorer.

Le principal défi dans ce domaine consiste davantage dans le fait que les entreprises n'éprouvent souvent pas le besoin de se renseigner sur ce thème. A nos yeux, il est donc important d'amener un plus grand nombre d'entre elles à s'intéresser à la question de l'insertion professionnelle. Les efforts doivent dès lors se concentrer sur cet aspect et non sur l'amélioration de l'offre existante. En d'autres termes, les entreprises doivent être mobilisées et non simplement informées.

Le potentiel des mesures de publicité ciblées est fort : 57 % des entreprises qui ne se sont encore jamais renseignées sur le sujet peuvent, à certaines conditions, s'imaginer recruter des bénéficiaires de l'aide sociale. Ce chiffre correspond à 44 % des sondés. Si toutes ces entreprises pouvaient être ralliées à la cause via une communication active, nombreux sont les bénéficiaires de l'aide sociale qui pourraient retrouver le chemin de l'emploi.

Ces mesures de communication pourraient être axées sur les thèmes suivants :

1. Exemples de bonnes pratiques : près de 80 % des entreprises interrogées considèrent que de tels exemples constitueraient une bonne manière pour elles d'être informées des opportunités que représente l'insertion professionnelle des bénéficiaires de l'aide sociale. Beaucoup d'entre elles insistent néanmoins sur le fait que ces exemples doivent être réalistes.
2. Performances des bénéficiaires de l'aide sociale : les entreprises interrogées qui n'ont encore jamais eu l'occasion de travailler avec des bénéficiaires de l'aide sociale expriment nettement plus souvent que les autres des craintes liées aux performances de ces personnes. Il est donc important selon nous d'orienter la communication sur cet aspect afin de dissiper leurs éventuels préjugés et de leur permettre de se faire une idée réaliste des possibilités en lien avec l'engagement de bénéficiaires de l'aide sociale.

7.2 Distinguer besoins d'information généraux et besoins d'information spécifiques

On distingue deux catégories de besoins en termes d'information : d'une part, les besoins d'information généraux, qui concernent le cadre entourant l'insertion professionnelle et, d'autre part, les besoins d'information spécifiques, qui portent sur les aptitudes des bénéficiaires de l'aide sociale en particulier et la charge d'encadrement supplémentaire qu'ils génèrent pour les entreprises.

Pour répondre à ces deux types de besoins, il est nécessaire de recourir à des canaux d'information distincts.

7.2.1 Besoins d'information généraux

Dans ce domaine, internet est le principal canal d'information des entreprises. En effet, comme on pouvait s'y attendre, ces dernières se tournent en premier lieu vers la recherche en ligne lorsqu'elles ont besoin d'une information. Les entreprises consultent alors autant de pages internet que nécessaire jusqu'à ce qu'elles aient trouvé l'information recherchée. Si l'étude ne met pas en évidence la nécessité immédiate de centraliser les informations sur une seule et même plateforme, elle fait en revanche ressortir un besoin de coordination entre les divers prestataires d'informations. Cette coordination garantirait la qualité attendue et assurerait la mise en place de renvois pertinents entre les pages et les sites. Dans ce contexte, les sites consacrés à des sujets tels que l'assurance-chômage ou l'assurance-invalidité devraient aussi permettre d'accéder à des informations relatives à l'insertion professionnelle.

Pour toutes les questions auxquelles internet ne donne pas la réponse, les entreprises souhaiteraient pouvoir contacter directement une personne compétente. Les permanences téléphoniques sont ainsi considérées par 74 % des sondés comme étant des canaux d'information précieux. Les conseillères ou conseillers d'orientation professionnelle pourraient aussi répondre à ce besoin.

7.2.2 Prédominance des besoins d'information spécifiques

Les besoins d'information spécifiques, c'est-à-dire ceux qui concernent les cas individuels, sont bien plus importants que les besoins d'information généraux, qui portent sur les conditions régissant l'insertion professionnelle : les entreprises s'interrogent souvent sur les capacités et la force de travail d'une personne bénéficiaire de l'aide sociale en particulier et sur la charge

d'encadrement supplémentaire qu'elle pourrait engendrer. Or, ces besoins ne peuvent être satisfaits ni via une recherche sur internet ni par le biais d'une permanence téléphonique.

Pour clarifier ce type de questions, l'engagement à l'essai représente la meilleure solution, citée par 71 % des sondés comme constituant une mesure de soutien adaptée. Face à ce constat, il semble que les mesures existantes de soutien aux entreprises qui souhaitent engager à l'essai une personne bénéficiaire de l'aide sociale ne soient pas suffisamment connues. C'est pourquoi nous recommandons de renforcer la communication sur cet aspect en particulier.

Pour 57 % des entreprises interrogées, la réalisation d'une présélection en amont, c'est-à-dire une évaluation des compétences des bénéficiaires de l'aide sociale, pourrait constituer une autre manière de répondre aux besoins d'information spécifiques. Cela leur apporterait une première garantie quant au fait que les aptitudes des personnes visées sont en adéquation avec les tâches et les exigences inhérentes au poste à pourvoir.

Dans ce contexte, les conseillères ou conseillers d'orientation professionnelle ont un rôle particulier à jouer. En effet, ils connaissent les bénéficiaires de l'aide sociale qu'ils placent et sont à même de répondre aux questions spécifiques des entreprises. Ils sont en mesure d'évaluer les capacités de ces personnes et d'indiquer de manière transparente aux entreprises quelle plus-value l'une ou l'autre pourrait leur apporter mais aussi quels sont les risques et les inconvénients que présenterait un engagement. Les conseillères ou conseillers d'orientation professionnelle effectuent aussi une présélection telle que décrite précédemment puis présentent aux entreprises les bénéficiaires qu'ils estiment correspondre à leurs besoins. Nous recommandons donc de donner à l'avenir plus d'importance à ces spécialistes dans leur fonction de médiateurs de l'information.

Les résultats de l'enquête montrent également que les activités de ces personnes se concentrent fortement sur les entreprises qui ont déjà engagé des bénéficiaires de l'aide sociale (et avec lesquelles ils ont déjà vraisemblablement pu établir un rapport de confiance). Il ressort que 75 % des entreprises qui pourraient imaginer engager pour la première fois une personne bénéficiaire de l'aide sociale n'ont encore jamais été en contact avec une ou conseillère ou un conseiller d'orientation professionnelle. Il s'agit donc d'encourager ces spécialistes à démarcher de nouvelles entreprises. Il convient toutefois de noter que l'instauration d'un climat de confiance entre la conseillère ou le conseiller d'orientation professionnelle et l'entreprise est un préalable indispensable mais qui exige du temps. Le nombre d'entreprises mobilisées par ce biais restera donc nécessairement limité.

7.3 Clarifier les règles entourant les engagements à l'essai et les stages

Une grande incertitude règne parmi les entreprises quant aux conditions entourant les engagements à l'essai (plutôt courts) et les stages (plutôt longs). Elles craignent, d'une part, d'enfreindre leur convention collective de travail et, d'autre part, d'être accusées de sous-enchère salariale. Il est dès lors important et urgent d'apporter les clarifications nécessaires dans ce domaine en définissant, en collaboration avec les partenaires sociaux, des règles permettant aux entreprises d'engager des bénéficiaires de l'aide sociale à l'essai ou en stage. Si point mérite d'être examiné dans les plus brefs délais, c'est aussi parce que les engagements à l'essai constituent probablement le meilleur moyen de répondre aux questions spécifiques des entreprises. En outre, les stages, même sans intention d'embauche, peuvent représenter une étape-clé pour les bénéficiaires de l'aide sociale : ils leur permettent d'acquérir de l'expérience sur le marché du travail et de prouver leur employabilité.

7.3.1 Besoin de coordination

Les entreprises ont-elles besoin d'une plateforme qui centraliserait toutes les informations sur le thème de l'insertion professionnelle ou encore d'un point de contact dédié ? Si les réponses fournies par les entreprises interrogées montrent qu'une centralisation de l'offre d'information n'est pas nécessaire, elles indiquent aussi clairement qu'il est essentiel de mettre en place un organe de coordination actif dans les domaines suivants :

1. Coordination avec les partenaires sociaux à propos des engagements à l'essai et des stages
2. Coordination avec les propriétaires des différents sites d'information de manière à exploiter efficacement les accès qu'ils offrent vers les divers groupes cibles
3. Coordination avec les différents organes ayant recours à des conseillères ou conseillers d'orientation professionnelle de telle sorte que les activités de ces spécialistes puissent concerner un plus grand nombre d'entreprises.

Les réponses à l'enquête mettent enfin en évidence le besoin d'un organe qui déploierait les mesures de communication décrites ci-dessus pour mobiliser de nouvelles entreprises.

8. Recommandations

N° 1: mobiliser plutôt qu'informer

Plutôt que d'améliorer la qualité de l'offre d'information existante, nous recommandons à la DSSI, sur la base des conclusions de la présente étude, de miser à l'avenir davantage sur des mesures de communication mobilisatrices afin de rassembler un public d'entreprises plus large autour du thème de l'insertion professionnelle des bénéficiaires de l'aide sociale.

N° 2 : distinguer les besoins d'information généraux des besoins d'information spécifiques

Les entreprises ont besoin d'informations générales sur les conditions régissant l'insertion professionnelle mais aussi et surtout d'informations spécifiques sur les capacités des personnes et sur la charge d'encadrement supplémentaire qu'elles représentent, des informations déterminantes pour établir le rapport coûts-bénéfices d'un éventuel engagement. Pour répondre à ces deux types de besoins, des stratégies d'information distinctes s'imposent.

N° 3 : clarifier le cadre juridique

La présente étude a mis en lumière un besoin de coordination plus qu'un besoin d'information. Nous recommandons à la DSSI de définir, en collaboration avec les différentes parties prenantes (partenaires sociaux, législateur), des règles qui offrent aux entreprises la sécurité juridique dont elles ont besoin s'agissant des engagements à l'essai ou des stages peu ou non rémunérés. Ces règles peuvent prendre la forme de directives, de commentaires complétant les dispositions légales ou de dispositions dérogatoires.

N° 4 : mieux faire connaître les mesures de soutien

Nombre des mesures de soutien existantes semblent encore insuffisamment connues des entreprises, en particulier celles qui concernent les engagements à l'essai. Nous recommandons donc à la DSSI d'étudier de quelle manière et par quels canaux elle pourrait en accroître la notoriété.

N° 5 : relier et coordonner les informations plutôt que les centraliser

Les différents sites internet proposant des informations sur l'insertion professionnelle représentent autant d'accès vers les divers groupes cibles et autant d'opportunités de leur offrir des informations adaptées à leurs besoins. Nous recommandons dès lors à la DSSI d'exploiter ces diverses plateformes pour communiquer de manière ciblée. Par ailleurs, les résultats de l'enquête ont montré qu'une coordination renforcée devait être mise en place entre les divers organes d'information d'une part pour garantir la qualité des contenus et, d'autre part, pour relier les sources d'information entre elles et ainsi permettre aux entreprises d'accéder rapidement aux renseignements qu'elles recherchent.

N° 6 : permettre l'échange d'informations de personne à personne

Il se peut que certaines entreprises aient des questions concrètes, mais ne souhaitent pas en chercher elles-mêmes les réponses ou ne parviennent pas à les trouver. Il est important de pouvoir leur offrir la possibilité de poser leurs questions dans le cadre d'un entretien personnel. De tels échanges peuvent certes s'avérer coûteux mais il s'agit là du moyen le plus efficace de répondre à des besoins d'information spécifiques. C'est pourquoi nous recommandons à la DSSI de mettre à disposition les ressources nécessaires pour organiser une permanence téléphonique ou pour faire en sorte que les entreprises puissent contacter les conseillères et conseillers en orientation professionnelle.

N° 7 : mettre en valeur des exemples de bonnes pratiques

Dans la mise en œuvre de mesures de communication mobilisatrices, nous recommandons à la DSSI de recourir à des exemples de bonnes pratiques.

N° 8 : reconnaître et renforcer le rôle des conseillères et conseillers en orientation professionnelle

Sur la base des résultats de l'enquête, nous recommandons à la DSSI de reconnaître le rôle déterminant que jouent les conseillères et conseillers en orientation professionnelle en tant que médiateurs de l'information. Bien souvent, seules ces personnes peuvent répondre aux besoins d'information des entreprises qui souhaitent en savoir plus sur les compétences et les éventuels points faibles des bénéficiaires de l'aide sociale qu'elles pourraient engager.

N° 9 : inciter les conseillères et conseillers en orientation professionnelle à aller à la rencontre de nouvelles entreprises

Nombreuses sont les entreprises qui pourraient envisager d'engager pour la première fois des bénéficiaires de l'aide sociale et qui tireraient avantage du soutien d'une conseillère ou d'un conseiller en orientation professionnelle, notamment pour répondre à leurs questions spécifiques concernant ce domaine. Nous recommandons à la DSSI d'encourager ces spécialistes à aller aussi vers les entreprises avec lesquelles ils n'ont encore jamais eu de contacts.