

L'Économie sociale et solidaire perçue par les jeunes : principaux enseignements de l'étude qualitative

Une très faible connaissance de l'ESS

L'étude qualitative appuie les résultats du sondage. En effet, les jeunes interrogés ont une mauvaise compréhension du terme Economie Sociale et Solidaire. Ils ne comprennent pas de quoi il s'agit, pour eux, l'appellation est trop floue. Lorsqu'ils en ont une idée, elle est soit erronée soit partielle (souvent axée sur l'aide sociale et le caritatif). Par ailleurs, en entendant les mots « économie », « sociale » et « solidaire » au sein d'une même appellation, les membres du panel se méfient. Pour eux, ces mots sont contradictoires et renvoient donc à une hypocrisie, une contre-vérité, ça ne peut tout simplement pas exister.

Des principes attractifs

Les résultats du sondage sont également appuyés par l'étude qualitative concernant l'adhésion aux principes. En effet, après avoir expliqué ce qu'est l'économie sociale et solidaire et une fois l'étonnement passé, les jeunes adhèrent très vite au principe. Dans le contexte de crise, d'emplois instables et d'insécurité professionnelle, les principes de l'ESS les rassurent. C'est cette confiance potentielle qu'il convient d'utiliser afin de toucher la jeunesse. Même s'ils restent sceptiques sur la viabilité d'un modèle comme celui de l'ESS, la lucrativité limitée, la gouvernance et le sens de l'intérêt collectif sont des engagements qui les séduisent fortement.

La nécessité d'une meilleure communication

Malgré tout, pour les jeunes, l'ESS reste associée à des petites structures sur des territoires limités potentiellement en contradiction avec la réalité économique. Elle n'est pas attractive professionnellement car à aucun moment ils n'y associent rémunération à la hauteur de leurs attentes ou encore une possibilité de carrière professionnelle.

Afin d'inverser cette perception, il est donc nécessaire de mieux communiquer sur le fait qu'il existe une économie qui répond à leurs attentes et à laquelle ils peuvent contribuer en prenant toute leur place.



Initié par un partenariat entre l'Etat, la Caisse des Dépôts, la Fondation Crédit Coopératif, la Fondation d'entreprise La Mondiale, la Fondation Groupe Chèque Déjeuner, la Fondation MACIF, la MAIF et la MGEN, le programme Jeun'ESS ambitionne de mieux faire connaître l'Économie Sociale et Solidaire auprès des jeunes afin de renforcer leur implication dans ce secteur. L'Avise est l'opérateur technique de Jeun'ESS.

Une communication digitale, ciblée et concrète

Il faut d'abord centrer le message sur leur première préoccupation : l'emploi. Ainsi, pour être entendu, il faut insister sur la diversité des structures et la multitude de métiers au sein de l'ESS. Au-delà des valeurs portées par l'ESS, c'est grâce à la pédagogie par le concret que les jeunes peuvent être intéressés. C'est en insistant sur des situations existantes et concrètes (chiffres, témoignages, exemples d'entreprises...) que les jeunes peuvent comprendre ce qu'est l'ESS et donc avoir l'envie d'y participer.

Le moyen indispensable de communication unanimement reconnu par les jeunes est internet. Il est essentiel de travailler en priorité sur cet outil utilisé quotidiennement par les jeunes. Cependant, la communication ne peut pas se faire uniformément. Il faut adapter les supports et les méthodes selon l'âge, la situation scolaire ou professionnelle.

Méthodologie

Le premier groupe était constitué de 6 lycéens de 15 à 20 ans, scolarisés en filière générale. Le second était constitué de 5 étudiants entre 22 et 26 ans, en master II à l'université. Le troisième comprenait 5 actifs, individus âgés de 25 à 30 ans, diplômés Bac à Bac+3, travaillant depuis 2 à 5 ans en CDI, tous secteurs d'activités, de catégorie moyenne. Et enfin, le dernier groupe regroupait 5 demandeurs d'emploi âgés de 18 à 25 ans, diplômés du Bac au minimum, à la recherche d'un emploi depuis un an.

Les groupes ont été interrogés en octobre 2011.

