

## Favoriser la création de cigales jeunes en Hauts-De-France

Baisse tendancielle du nombre de cigales sur le territoire et sous-représentation de la population jeune : comment pallier ces phénomènes et mobiliser de nouveaux membres ?

Les clubs d'investisseurs pour une gestion alternative et locale de l'épargne solidaire (CIGALES), sont des groupements de 5 à 20 personnes qui épargnent mensuellement pour investir solidairement dans des projets d'entreprises. Ces clubs ont vocation à intervenir au capital des petites et moyennes entreprises, mais aussi d'accompagner les porteurs de projets dans la création ou le développement de leur activité.

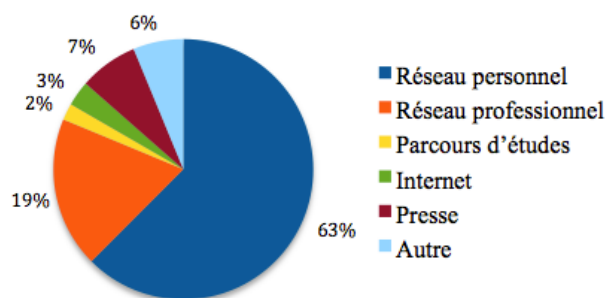
« Forte de ses 30 ans d'expérience dans l'accompagnement de projets entrepreneuriaux, riche de ses 650 épargnants de proximité, l'association régionale des cigales tient à préparer l'avenir en invitant les plus jeunes à se mobiliser pour l'esprit d'entreprendre » [1]

L'association régionale des cigales, acteur phare de la finance solidaire sur le territoire (définitions), a souhaité collaborer avec le Master 2 APIESS de l'université de Lille afin de favoriser l'engagement des jeunes au sein des clubs en Hauts-de-France. En effet, après 30 ans d'existence l'association a constaté une baisse tendancielle du nombre de cigales sur le territoire et aimerait trouver des leviers pour favoriser la création de « cigales jeunes ». La baisse du nombre de créations de clubs depuis 2016, est ainsi passé de 10 à 4 en 2018 et le nombre de clubs actifs sur la période de 59 en 2014 à 36 en 2018 (figure 1).

Pour aider à identifier ces leviers, nous avons mené une enquête d'octobre 2019 à janvier 2020. Cela a consisté à identifier les motifs d'agir et les motivations des membres (méthodologie). Le but est bien, à terme, de suggérer des leviers d'engagements

pour favoriser le recrutement de membres plus jeunes.

### 2. Prise de connaissance des cigales par les membres



Lecture : Au sein de l'échantillon de cigaliers de 2019, 63% des répondants déclarent avoir connu les cigales via leur réseau personnel. Champ : Population de plus de 18 ans ayant répondu au questionnaire adressé aux cigaliers en club d'investisseur dans la région Hauts-De-France en 2019 (n=96)  
Source : Grassart C., Picard Q. & Therain A. (2019)

### La cooptation, principale raison de la faible présence des jeunes ?

Le principal mode de prise de connaissance de l'existence des clubs par les membres est « le bouche-à-oreille » : 63 % des répondants ont connu les cigales par leur réseau personnel et 19 % par leur réseau professionnel (figure 2). Il y a ainsi une faible proportion de personnes ayant connu les cigales par des canaux plus traditionnels tels que la presse et internet.

### 1. L'activité des clubs sur la période 2014 à 2018

	2014	2015	2016	2017	2018
Nombre de créations de clubs par an	11	2	10	5	4
Nombre de clubs actifs dans l'année	59 (50 au 31/12)	51 (39 au 31/12)	49 (36 au 31/12)	40 (32 au 31/12)	36 (32 au 31/12)
Nombre de clubs de gestion	41	47	52	52	51

Lecture : En 2014, 11 clubs ont été créés alors que seuls 4 l'ont été en 2018.

Champ : Les clubs cigales dans les Hauts-De-France entre 2014 et 2018

Source : Rapport d'activité 2018 de l'association des Cigales Hauts-De-France

Lors des entretiens que nous avons réalisés, les membres des cigales que nous avons rencontrés nous ont indiqué que la majorité des cigaliers sont entrés dans leur club par cooptation.

« Chacun a ramené des gens, donc personne ne connaissait tout le monde, mais tout le monde connaissait au moins quelqu'un » Virginie, 30 ans

Or, ce mode de recrutement influence les profils sociodémographiques des membres par la présence de formes d'homophilie, c'est à dire la tendance à s'affilier avec ses pairs ou « semblables ». Ainsi, les clubs se constituant autour du réseau des membres permettent de recruter pour l'essentiel des personnes aux profils similaires, notamment en termes d'âge.

« Virginie : Après recruter des jeunes aussi, nous on a pas fait exprès [...] c'est le bouche-à-oreille...

Manon : comme on traîne plutôt avec des gens de notre âge, de notre tranche d'âge. » Manon et Virginie, 30 ans

On constate que 40 % des répondants ont plus de 65 ans au moment

de l'enquête, et seulement 9 % ont entre 25 et 34 ans (figure 3). Axer le recrutement de cigaliers exclusivement sur de la cooptation ne peut que reproduire ces schémas établis et donc la surreprésentation de personnes « séniors » au sein des clubs.

### La nécessité d'élargir le public cible : quel impact des cigales sur le paysage socio-économique ?

Nous considérons qu'il pourrait être intéressant de favoriser le développement d'autres modes de recrutement afin d'élargir le public cible et de donner à connaître l'association au-delà du simple réseau des membres.

Le premier point sur lequel nous souhaitons insister est la nécessité de vulgariser les finalités des actions des cigales. En effet, lors des entretiens que nous avons réalisés, « les valeurs » sont un élément qui est revenu de façon récurrente. Il semble important de présenter les clubs comme des « alternatives citoyennes » et de rompre avec l'idée selon laquelle la finance solidaire s'apparente à du marketing, au sens de green — ou social — washing. D'autant que

l'investissement socialement responsable (définitions) s'incarne par de multiples formes [2].

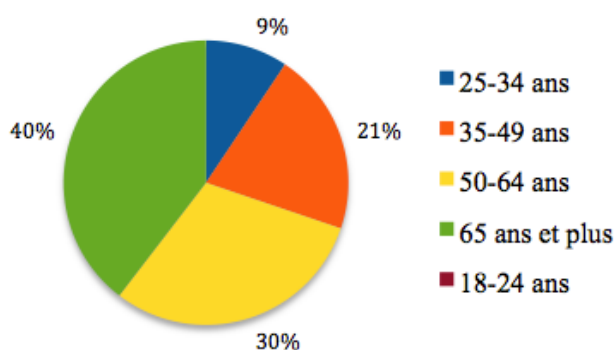
« J'ai un peu du mal aujourd'hui avec ce qu'on appelle finance solidaire [...] Par contre la logique de se dire comment je donne du sens au petit pécule que je mets de côté pour les cigales chaque mois, ça je trouve ça intéressant quoi, parce que c'est très concret, c'est très connecté au territoire [...] la notion de finance solidaire [...] ça fait un peu green-washing pour banque quoi. » Sulyvan, 38 ans

Être plus explicite sur les finalités des actions en les incarnant par « des projets phares » ou encore des portraits de cigaliers est une voie pour dépasser les effets de représentations des potentiels intéressés. L'intérêt est de montrer l'impact en aval de l'engagement pour permettre de le faciliter en amont.

Il pourrait être utile de déconstruire l'idée selon laquelle il faut des compétences particulières pour devenir cigalier. Cela ne nécessite pas forcément d'être « expert », d'autant que l'hétérogénéité des profils et des parcours peut être une ressource au profit des projets soutenus. Ainsi, mettre en avant l'échange et le partage d'expérience et non seulement la mise à disposition de compétences pourrait être un bon levier pour intéresser et potentiellement mobiliser davantage de jeunes.

« De l'expérience à partager plutôt que des compétences, car les cigales ce n'est pas du tout "faire à la place de", mais c'est accompagner » Marc Antoine, 30 ans

### 3. Réparation de l'âge des membres



Lecture : Au sein de l'échantillon de cigaliers de 2019, 40% des répondants déclarent avoir plus de 65 ans.

Champ : Population de plus de 18 ans ayant répondu au questionnaire adressé aux cigaliers en club d'investisseur dans la région Hauts-De-France en 2019 (n=96)

Source : Grassart C., Pizard Q. & Therain A. (2019)

## Des motifs d'engagement différents selon l'âge ?

Lors de nos entretiens nous avons également pu souligner l'opposition suivante : les jeunes ont davantage tendance à considérer les cigales comme une forme d'empowerment au service de la promotion d'une autre économie, tandis que pour les seniors il s'agit principalement de favoriser la dynamisation du territoire et la création d'emplois.

*« On va dire que l'on est intéressé par tout type de projet qui font évoluer le territoire ; évoluer de façon économique, évoluer du point de vue de l'emploi, évoluer dans l'originalité, dans l'innovation [...] On n'a pas de principes de dire qu'on ne retient que des projets d'économie sociale et solidaire »*

Catherine 65 ans

On observe ainsi la mise en avant d'une morale socio-économique chez les seniors et une morale plutôt éthico-politique chez les jeunes.

*« Ce qui ressortait c'était ça : des activités utiles, pas néfastes, aussi bien socialement*

*qu'écologiquement, donc la dimension sociale et environnementale »*

Marc Antoine, 30 ans

Ce constat est confirmé par l'enquête quantitative dans la mesure où 100 % des répondants âgés de 25 à 34 ans déclarent avoir rejoint les cigales pour encourager une économie alternative et un développement local (figure 4).

Si l'objectif est de favoriser l'attrait des jeunes pour les cigales, il serait pertinent d'axer la communication sur le fait que ça permet de devenir acteur de son territoire et de promouvoir une « économie autrement ».

### Le lieu de recrutement : un choix stratégique

Les cigales pourraient ainsi promouvoir leur modèle au sein de structures elles aussi enchâssées dans ces principes d'Économie Sociale et Solidaire (ESS) via différents outils et plateformes. Pour sortir de la logique d'entre-sois liée au recrutement par cooptation, il semble nécessaire de favoriser d'autres modes de recrutement par

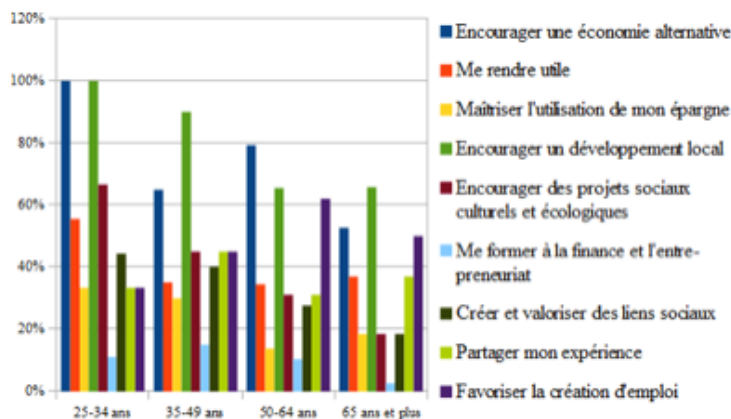
l'appui d'une communication externe au réseau actuel.

L'organisation d'événement dans des lieux « étiquetés ESS », permettrait d'avoir accès à un public déjà sensibilisé à ces questions et de pouvoir disposer d'un espace de diffusion pour engager des rencontres et des échanges entre cigaliers et potentiels intéressés. D'autant que, comme nous venons de le voir, il y a une vraie volonté de s'inscrire dans une démarche alternative chez les jeunes d'où l'intérêt de cibler des lieux dans cette même veine.

*« Sensibiliser dans des lieux où sont les jeunes, on parlait de Superquinquin, il y a beaucoup de jeunes à Superquinquin, Le Polder [...] Lieux ESS, parce qu'on reste dans la thématique, donc le café citoyen, ici La Grappe [...] D'avoir des lieux de diffusion aussi, qui ont un public, un listing, une newsletter. On sait qu'on peut toucher du monde comme ça, tout ce qui est café citoyen... »*

Marc Antoine, 30 ans

## 4. Raisons d'adhésion aux cigales des membres



Lecture : Au sein de l'échantillon de cigaliers de 2019, 100% des répondants âgés de 25 à 34 ans déclarent avoir rejoint les cigales afin d'encourager une économie alternative.

Champ : Population de plus de 18 ans ayant répondu au questionnaire adressé aux cigaliers en club d'investisseur dans la région Hauts-de-France en 2019 (n=96)

Source : Grassart C., Pizard Q. & Therain A. (2019)

Développer le principe de « cigales dédiées », donc impulser la création d'un club autour d'un projet spécifique, pourrait être un bon levier pour attirer des jeunes. L'intérêt étant de promouvoir ce modèle auprès de réseaux de personnes préalablement constitués, aussi bien dans un cadre professionnel, comme ce fût le cas pour Humanis, que dans un cadre citoyen comme pour les cigales Fives&Co et HellemmesLaCigales autour de la Locomotive. Cela permettrait au club d'être incarné dans la mesure où sa création serait la résultante de principes partagés et d'une identité commune.

« En fait c'est plus simple de faire des cigales dédiées. Humain est une entreprise socialement engagée. On peut faire des cigales dédiées pour avoir des jeunes actifs qui viennent » Catherine, 65 ans

### Le temps comme principal frein : la nécessité d'accompagner l'engagement

Au delà du mode de recrutement, le temps apparaît être également un frein à l'engagement. D'autant pour des jeunes commençant leur activité professionnelle ou ayant des enfants puisque l'engagement cigales s'inscrit sur plusieurs années.

« Surtout pour un actif qui a généralement peu de temps à y consacrer » Sulyvan, 38 ans

Nous pensons qu'il serait intéressant de développer des formes « d'accompagnement à l'engagement ». En tant qu'actif ou parent les contraintes temporelles sont muables, il faut donc permettre une répartition des rôles entre les membres qui soit suffisamment flexible pour pouvoir composer avec les contraintes de chacun. L'enjeu est à la fois de permettre à chacun de choisir le temps qu'il souhaite consacrer à la cigales, mais aussi d'éviter les activités chronophages pour chacun d'eux. Cela passe donc par la mise en place de formes de délégation et de dissolution des responsabilités au sein du club.

De même, il pourrait être envisagé de mettre en place des formes de parrainages entre cigales. Ainsi, en plus d'un accompagnement à la création du club de la part de l'association régionale, une cigales déjà constituée aurait pour rôle d'aider un club en création. Cela pourrait permettre de développer

des formes de réciprocity interci-gales par le partage de connaissance et d'outils facilitant le démarrage et l'organisation au sein du club. Ces dispositifs sont à considérer en quelque sorte comme des « facilitateurs » de l'engagement, dont le but est d'initier « un déclic » chez les membres et de les accompagner dans « leur entrée dans leur rôle » au sein du club dont ils sont membres [3].

### Définitions

**Finance solidaire :** La finance solidaire relie les épargnants qui cherchent à donner du sens à leur argent à des entreprises et associations dont l'activité est à forte utilité sociale et/ou environnementale, qu'ils financeront via la souscription de produits d'épargne solidaire (finan-sol).

**Investissement socialement responsable (ISR) :** consiste à choisir d'investir dans des entreprises qui prennent en compte dans leur modèle de développement des notions qui ne sont pas uniquement financières, mais de nature sociale et environnementale (économie.gouv.fr).

### Sources

[1] Feuille projet proposée au master APIESS par l'association des Cigales Hauts-De-France

[2] Penalva Isher E. (2013), « Investissement socialement responsable », In: Postel N. et Sobel R., *Dictionnaire critique de la RSE*, Presse Universitaire du Septentrion, Villeneuve d'Ascq, p. 254-258.

[3] Simonet M. (2010), *Le travail bénévole : engagement citoyen ou travail gratuit ?*, La Dispute, Paris, p28.

### Encadré méthodologique

Nous avons réalisé une enquête mixte, à la fois quantitative et qualitative.

Dans un premier temps, nous avons réalisé un questionnaire à destination des membres en clubs d'investissements dans la région Hauts-De-France. Celui-ci s'intéressait au rapport qu'entretenaient ces derniers avec les cigales, à leurs engagements associatifs et collectifs et enfin à leurs données sociodémographiques. L'administration de ce dernier c'est fait par internet, il a permis un retour de 96 questionnaires soit un taux de réponse de 36%.

Dans un second temps, nous avons rencontré des cigales à la fois « jeunes » et « séniors » lors de réunions mensuelles. Cette distinction s'appuie sur la carrière professionnelle, soit le fait d'être en début ou en fin d'activité, voir en retraite. Nous avons ainsi réalisé des entretiens semi-directifs avec des membres, 5 avec des « jeunes » et 3 avec des « séniors » afin de comprendre leurs processus d'adhésion.

Notre objectif principal était de nous intéresser au processus d'adhésion des membres, à l'influence de la sphère professionnelle, des études ou encore d'autres formes d'engagement dans cette décision de s'investir. Nous avons étudié les et les leviers vis-à-vis de l'investissement des jeunes dans les cigales. La réalisation d'entretiens avec ces deux types de publics nous a permis d'effectuer des comparaisons générationnelles vis-à-vis de l'engagement. Nous avons ainsi identifié des profils de jeunes, des situations propices et des leviers à l'engagement pour ce public.