

« Les jeunes ne sont pas assez formés à l'entrepreneuriat en France »

Mélanie Sueur Sy, directrice générale d'Enactus France, est convaincue de l'importance que peut prendre l'entrepreneuriat social chez les jeunes. Avec son ONG, elle encourage lycéens et étudiants à se lancer.

Temps de lecture : minute

8 janvier 2022

Article initialement publié le 18 novembre 2021

45% des étudiants français envisageraient un jour de créer ou de reprendre une entreprise, selon une étude menée par Opinionway en 2019. Pourtant, Mélanie Sueur Sy, directrice générale d'Enactus France, une ONG qui se donne pour mission de développer l'esprit entrepreneurial des jeunes dans des secteurs à impact, déplore un manque d'éducation à la culture entrepreneuriale en France. Elle est revenue pour *Maddyness* sur la situation de l'entrepreneuriat social chez les jeunes en France et les engagements pris par son association.

Les jeunes sont-ils assez éduqués aux compétences et à la culture entrepreneuriales en France aujourd'hui ?

Mélanie Sueur Sy : Il est clair que l'éducation entrepreneuriale est beaucoup plus faible en France que dans d'autres pays auprès de publics jeunes. Les étudiants connaissent encore très peu cette voie, dont on leur parle peu, à part dans les écoles de commerce. Un baromètre réalisé par Convergences mesure la connaissance de l'entrepreneuriat à impact en

particulier, et ça reste encore marginal malheureusement. Pourtant, cette branche représente 10% du PIB et autant de voies d'avenir dans lesquelles les jeunes peuvent s'investir. Il y a une faiblesse en France là-dessus : tout le monde porte aux nues l'entrepreneuriat à impact, mais rien n'est fait pour inculquer concrètement les compétences que cela suppose. Il y a un gros travail à faire pour intégrer cette brique dans l'éducation nationale, puisqu'aujourd'hui ce sont des associations comme la nôtre qui portons cette responsabilité.

Que propose Enactus concrètement pour encourager les jeunes à découvrir cette voie et à se lancer ?

Depuis 2002, on accompagne les étudiants de tous horizons, depuis l'envie d'agir jusqu'à la concrétisation d'un projet. On outille les jeunes en mettant à leur disposition les ressources classiques nécessaires pour se lancer, sur des sujets aussi variés que l'étude de besoin, le prototypage, la conception d'un modèle économique et les méthodes de créativité. C'est impératif car on parle à des cibles pour qui tout est nouveau. On organise aussi des séminaires en présentiel, des webinaires, et des sessions avec des entrepreneurs qui se mobilisent bénévolement pour travailler avec les étudiants sur leurs projets, leur apporter un autre regard professionnel, les aider à se poser les bonnes questions, prendre du recul et avancer. Notre pédagogie est expérientielle, on veut contribuer à faire passer les jeunes à l'action à chaque étape, séminaire ou rencontre. Ils doivent donc rendre des livrables, passer des " packs " pour passer aux sessions suivantes et faire réellement avancer leur projet.

Vous accompagnez les étudiants, mais vous allez maintenant aussi vous adresser aux lycéens. Il est important d'aller toucher des cibles de plus en plus jeunes selon vous ?

Notre pôle d'activité historique touche les étudiants de tous horizons.

Mais il est important d'aller planter une graine de l'envie d'entreprendre le plus tôt possible. Depuis 2014, on va aussi chercher les lycéens, notamment dans les voies professionnelles et les quartiers prioritaires de la ville. Souvent, ces jeunes se retrouvent là par une orientation subie, car malheureusement ces cursus sont encore trop souvent perçus comme des voies de garage, qu'on intègre par défaut... Ce sont de bons endroits pour aller aider ces jeunes à faire émerger des projets d'entreprises à impact ! On va donc en classe et, avec les enseignants, on se concentre sur ce qui révolte ou mobilise les jeunes, pour les inspirer et les pousser à s'engager par le projet, en se mettant dans la peau d'un entrepreneur social.

Ils ne deviendront pas tous entrepreneurs, ou du moins pas tout de suite, mais ces sessions permettent de développer des compétences transverses que l'on n'apprend pas assez à l'école, comme le travail en équipe, l'écoute et la coopération. Ces stratégies et le mode " projet " fonctionnent particulièrement bien sur les profils moins scolaires, pour qui les cours théoriques très descendants sur le marketing ou la présentation commerciale ne fonctionnent pas. On aimerait d'ailleurs aller parler aux collégiens également.

S'il reste beaucoup à faire pour inculquer des compétences entrepreneuriales, constatez-vous malgré tout que cette génération a une sensibilité pour les projets d'impact, d'économie sociale et solidaire?

La recherche de sens dans le travail est de plus en plus marquée chez les nouvelles générations. Les orienter vers l'entrepreneuriat social et à impact répond à cette quête de sens : qu'est-ce que je peux apporter à mon échelle à mon quartier, à ma ville ? Il y a un choc des générations sur la question : les parents poussent souvent les jeunes à aller vers des parcours sécurisants, et on les pousse plutôt vers des métiers qui ont du sens pour transformer les modèles sociétaux.



À lire aussi

12 outils numériques pour aiguiller les jeunes dans leur orientation

Certains jeunes qui passent par chez Enactus travailleront finalement pour de grands groupes ou des entreprises classiques, mais on aura contribué à cultiver leur sensibilité sociale et environnementale. Ils pourront ensuite faire pression dans leurs sociétés respectives pour insuffler le changement là où ils travaillent. Cela peut d'ailleurs aussi passer par de l'intrapreneuriat. On veut montrer que l'action peut être partout.

Pouvez-vous nous donner un exemple de startup montée par des jeunes passés par Enactus France?

PimpUp est le projet lauréat de l'année dernière. Ce sont deux étudiantes montpelliéraines qui, en revenant de leurs cursus aux Etats-Unis où elles s'étaient habituées à consommer des paniers alimentaires anti-gaspi, ne

retrouvaient pas cette offre dans leur ville d'origine. Elles ont donc monté leur entreprise, qui consiste à aller acheter à bas cout des fruits et légumes moches, refoulés d'office par le producteur, pour les revendre sous forme de paniers anti-gaspi par abonnement. Ce projet porte un impact environnemental évident, mais aussi social, puisque les produits reviennent finalement moins chers pour le consommateur, et que cela répond donc à un vrai besoin de s'alimenter en produits sains pour des petits budgets. L'année d'avant, on avait aussi accompagné le projet Les Lunettes de Zack, qui proposent des circuits d'économie circulaire pour les lunettes de vue.

Quels sont les prochains objectifs que se fixe votre association pour les cinq années à venir ?

L'année dernière, nous avons touché 2 000 lycéens et 1 000 étudiants. L'objectif est d'impacter quatre à cinq fois plus de jeunes par an à l'horizon 2025. En ce qui concerne la cible lycéenne, l'idée est aussi d'automatiser au maximum la sensibilisation en formant directement les enseignants à l'animation de ces parcours pour démultiplier le nombre d'élèves bénéficiaires. Une association ne peut pas être présente partout, pour tous les lycéens et étudiants... Il faut que l'entrepreneuriat et l'impact intègrent les pratiques de l'éducation pour insuffler ça aux jeunes, avoir un impact systémique et que ce modèle devienne pérenne.