



Baromètre Connaissance, représentations et potentiel d'attractivité du Service Civique

Regards croisés entre les 16-25 ans, les 26 ans et plus et les
Responsables des Ressources Humaines

Ifop pour l'Agence du Service Civique



FD/EP N° 114968

Contacts Ifop :

Frédéric Dabi / Esteban Pratviel

Département Opinion et Stratégies d'Entreprise

TEL : 01 45 84 14 44

prenom.nom@ifop.com

NOVEMBRE 2017

- 1 -

La méthodologie

Méthodologie

Ce document présente les résultats d'une étude réalisée par l'Ifop. Elle respecte fidèlement les principes scientifiques et déontologiques de l'enquête par sondage. Les enseignements qu'elle indique reflètent un état de l'opinion à l'instant de sa réalisation et non pas une prédiction.

Aucune publication totale ou partielle ne peut être faite sans l'accord exprès de l'Ifop.

Etude réalisée par l'Ifop pour l'Agence du Service Civique

Echantillon



L'enquête a été menée auprès de :

- un échantillon de **1 502** personnes, représentatif de la population française âgée 16 à 25 ans.
- Un échantillon de **1 507** personnes, représentatif de la population française âgée de 26 ans et plus.
- Un échantillon de **202** directeurs ou responsables des ressources humaines, représentatif des entreprises de 20 salariés et plus.

Méthodologie



La représentativité des échantillons a été assurée par :

- la méthode des quotas (sexe, âge, profession du chef de ménage) après stratification par région et catégorie d'agglomération pour les deux premiers échantillons.
- La méthode des quotas (taille salariale, secteur d'activité) après stratification par région pour le troisième échantillon.

Mode de recueil



Les interviews ont été réalisées :

- par questionnaire auto-administré en ligne du 9 au 16 novembre 2017 pour les deux premiers échantillons.
- Par téléphone du 14 au 24 novembre 2017 pour le troisième échantillon.

Les questions n'ont pas été administrées dans le sens de la présentation des résultats.

Précision relative aux marges d'erreur

La théorie statistique permet de mesurer l'incertitude à attacher à chaque résultat d'une enquête. Cette incertitude s'exprime par un intervalle de confiance situé de part et d'autre de la valeur observée et dans lequel la vraie valeur a une probabilité déterminée de se trouver. Cette incertitude, communément appelée « marge d'erreur », varie en fonction de la taille de l'échantillon et du pourcentage observé comme le montre le tableau ci-dessous :

INTERVALLE DE CONFIANCE A 95% DE CHANCE						
Taille de l'échantillon	Si le pourcentage trouvé est...					
	5 ou 95%	10 ou 90%	20 ou 80%	30 ou 70%	40 ou 60%	50%
100	4,4	6,0	8,0	9,2	9,8	10,0
200	3,1	4,2	5,7	6,5	6,9	7,1
300	2,5	3,5	4,6	5,3	5,7	5,8
400	2,2	3,0	4,0	4,6	4,9	5,0
500	1,9	2,7	3,6	4,1	4,4	4,5
600	1,8	2,4	3,3	3,7	4,0	4,1
700	1,6	2,3	3,0	3,5	3,7	3,8
800	1,5	2,1	2,8	3,2	3,5	3,5
900	1,4	2,0	2,6	3,0	3,2	3,3
1 000	1,4	1,8	2,5	2,8	3,0	3,1
2 000	1,0	1,3	1,8	2,1	2,2	2,2
3 000	0,8	1,1	1,4	1,6	1,8	1,8
4 000	0,7	0,9	1,3	1,5	1,6	1,6
5 000	0,6	0,8	1,1	1,3	1,4	1,4
6 000	0,6	0,8	1,1	1,3	1,4	1,4
8 000	0,5	0,7	0,9	1,0	1,1	1,1
10 000	0,4	0,6	0,8	0,9	0,9	1,0

Exemple de lecture du tableau : dans le cas d'un échantillon de **2000** personnes, si le pourcentage mesuré est de **10%**, la marge d'erreur est égale à **1,3**. Le vrai pourcentage est donc compris entre 8,7% et 11,3%.

- 2 -

Les principaux enseignements

La huitième année d'existence du Service Civique s'est amorcée sous les meilleurs auspices. Le dispositif créé en 2010, dans le but d'inciter à la mobilisation de la jeunesse face à l'ampleur des défis sociaux et environnementaux auxquels elle sera confrontée à l'avenir, de favoriser le renforcement de la cohésion sociale en permettant à des jeunes de tous les horizons de se côtoyer et de faire prendre conscience de la richesse de la diversité dans le pays, séduit de plus en plus. Les dernières années ont ainsi été marquées par une recrudescence de l'intérêt des jeunes pour ce dispositif. Alors que plus de 200 000 jeunes ont déjà rempli une mission de Service Civique depuis sa création, plus de 92 000 engagements ont été initiés au cours de l'année 2016 permettant à l'Agence du Service Civique, qui en a la responsabilité, d'envisager l'avenir du dispositif avec optimisme.

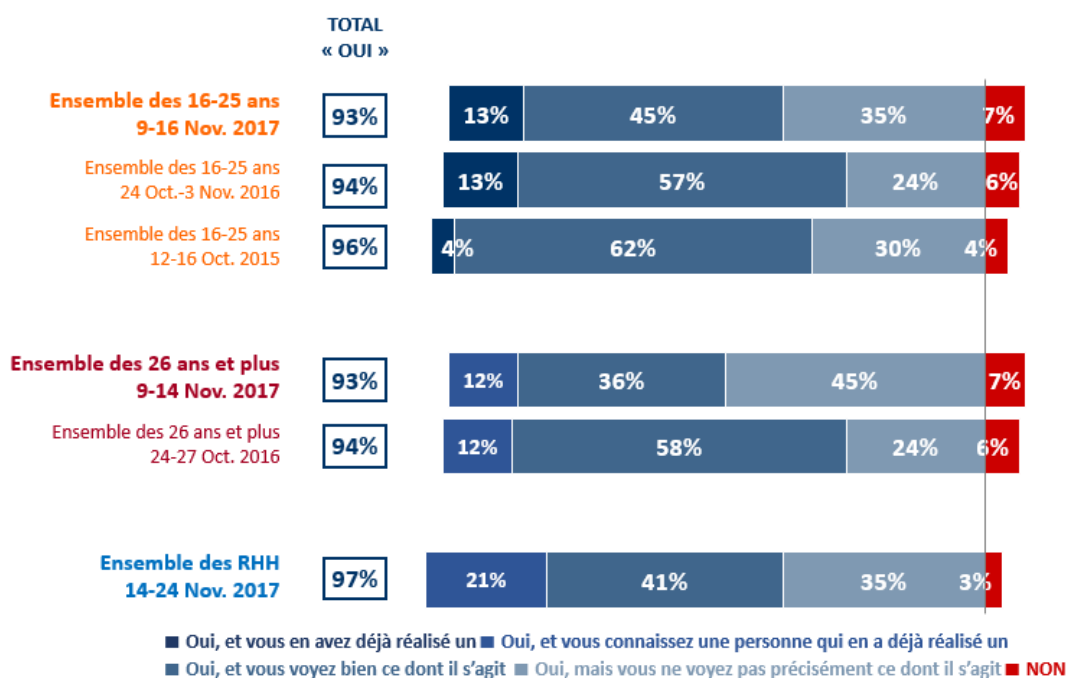
Les résultats de l'édition 2017 du Baromètre Connaissance, représentations et potentiel d'attractivité du Service Civique vont dans le sens de cette conjoncture favorable. Les hauts niveaux de notoriété et d'image dont il bénéficie se confirment et se consolident que ce soit auprès des jeunes ou du grand public. Et il apparaît que les responsables des ressources humaines des entreprises, interrogés pour la première fois dans le cadre du baromètre, portent une attention toute particulière au Service Civique lors des processus de recrutement dans lesquels ils sont engagés. Les freins à son développement demeurent : l'absence de « réflexe Service Civique » constitue l'une des principales explications à sa non-expansion à plus grande échelle à partir du moment où le dispositif n'apparaît pas spontanément comme une étape à réaliser dans les parcours de formation des jeunes.

A. Les références au Service Civique sont communes à l'ensemble des Français.

Interrogés sur les dispositifs proposant aux jeunes des missions d'engagement citoyen, jeunes et grand public désignent dans des proportions importantes le Service Civique. 53% des moins de 26 ans et 50% de leurs aînés le citent spontanément, tandis que les autres dispositifs « concurrents » comme le Service Volontaire Européen (respectivement 2% et 4% de citations auprès de ces deux cibles) sont mentionnés très marginalement et ne soutiennent pas la comparaison. Outre le Service Civique, les personnes interrogées évoquent plutôt des institutions proposant des emplois aux jeunes ou des structures permettant un engagement au quotidien.

Le Service Civique bénéficie parallèlement d'un haut niveau de notoriété assistée. **93% des jeunes de 16 à 25 ans déclarent en avoir entendu parler** (-1 par rapport à 2016), **de même que 93% des personnes âgées de 26 ans et plus (-1) et 97% des responsables des ressources humaines.** Cette notoriété se vérifie ensuite à travers la connaissance des différentes modalités du Service Civique. Ses principales caractéristiques sont en effet connues d'une majorité de personnes interrogées, qu'elles soient jeunes ou plus âgées. A l'instar des précédentes vagues du baromètre, les moins de 26 ans et leurs aînés se trompent cependant pour la plupart au sujet du Service Civique dans les entreprises privées. Respectivement 61% et 62% d'entre eux considèrent à tort que sa réalisation est possible. Notons aussi que les jeunes sont toujours davantage au fait de la possibilité de s'engager dans une démarche citoyenne à l'étranger (69%) que leurs aînés (56%).

QUESTION : Avez-vous déjà entendu parler du Service Civique ?



Mais au-delà des modalités le caractérisant, il semblerait que **la connaissance concrète du Service Civique – et des missions auxquelles il est associé – est beaucoup moins répandue que par le passé**. Seuls 45% des jeunes de moins de 26 ans déclarent bien voir en quoi le dispositif consiste, contre 57% en 2016 et 62% en 2015. Le constat est le même auprès du grand public (36% contre 58% en 2016). Il semble s'expliquer par la perte d'influence des médias traditionnels dans la diffusion d'informations sur le Service Civique (28% de citations auprès des jeunes, contre 35% en 2016 et 47% en 2015 ; 67% auprès du grand public contre 70% en 2016). S'il devient le meilleur canal d'information sur le dispositif chez les jeunes (36%), le bouche-à-oreille dans son entourage personnel ne permet pas la diffusion de représentations concrètes à son sujet.

B. L'image du Service Civique se consolide à travers sa valorisation potentielle dans un cursus de formation.

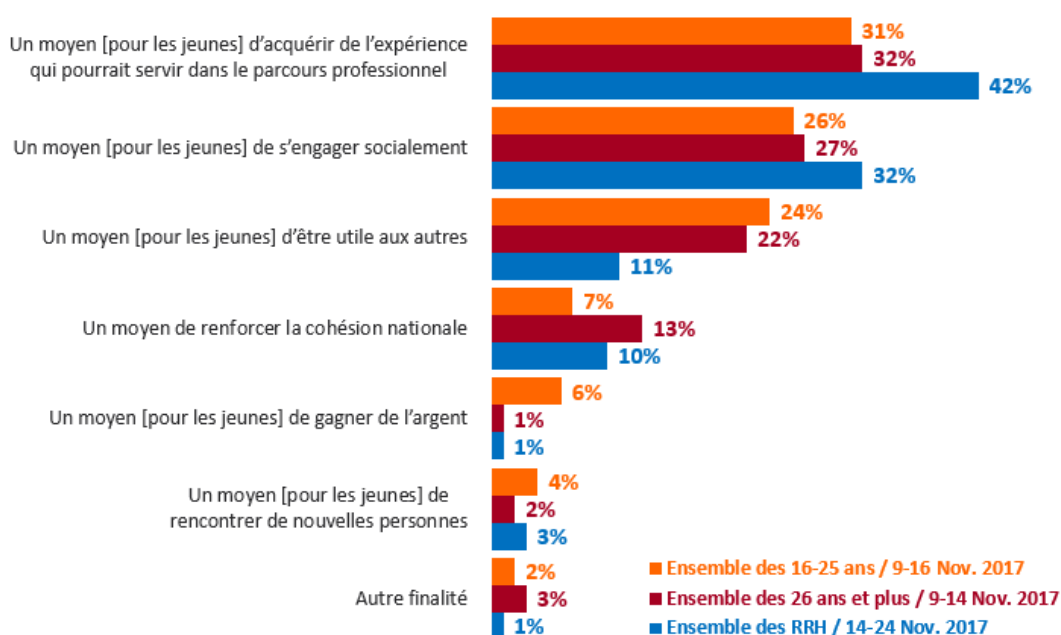
La comparaison vague après vague de l'indice d'image du Service Civique fait état de progrès sensibles. **90% des jeunes interrogés déclarent avoir une bonne image du dispositif. Si ce résultat est stable par rapport à 2016, la proportion de personnes en ayant une « très bonne image » s'accroît à nouveau** (18%, +2 par rapport à 2016, +7 par rapport à 2015). Auprès du grand public, la tendance est similaire : le taux de « bonne image » s'établit à 92% (+3 par rapport à 2016), dont 14% de réponses « très bonne image » (+2). Interrogés pour la première fois cette année, les responsables des ressources humaines véhiculent eux-aussi des représentations positives. 87% d'entre eux ont un avis positif sur le Service Civique, contre seulement 5% adoptant la position opposée.

La bonne image globale du Service Civique se retrouve alors dans les mots ou expressions qui lui sont spontanément associés. « Aide », « engagement » et « service » (surtout pour le grand public) sont les mots qui reviennent le plus, et les éléments les suivant dans le classement ont tous une connotation positive :

« expérience », « citoyen », « solidarité » ou « travail » pour les jeunes, « engagement », « bénévolat », « utile » ou « solidarité » pour leurs aînés. « Sous-payé », le premier élément négatif apparaissant dans le classement, tient d'ailleurs davantage à un grief adressé aux modalités du dispositif qu'à une critique du dispositif en lui-même. **Les différentes cibles interrogées mettent également au crédit du Service Civique sa valorisation potentielle dans un parcours de formation. Le fait qu'il s'agisse d'un moyen d'acquérir de l'expérience pouvant servir professionnellement apparaît comme la principale finalité du dispositif** (31% auprès des jeunes, 32% auprès du grand public, 42% auprès des responsables des ressources humaines), et en se détachant davantage des autres finalités que par le passé.

QUESTION : Pour vous, le Service Civique, c'est avant tout... ?

Base : question posée aux personnes ayant entendu parler du Service Civique



Pour autant, les jeunes interrogés regrettent toujours le manque de considération portée sur le dispositif. Autour d'un tiers d'entre eux seulement juge que leur entourage (38%) ou le système éducatif (école, collège, lycée, université, etc., 32%) reconnaissent suffisamment le Service Civique. Le niveau de reconnaissance par la société en général (24%), quoiqu'en légère hausse, et par les entreprises (20%), se situe à un niveau en-dessous. Ce regard des jeunes apparaît alors plutôt en contradiction par rapport aux résultats précédemment exposés : le manque de considération déploré par les jeunes pourrait en réalité ne pas cibler le Service Civique en lui-même, mais le statut des jeunes dans la société en général.

C. L'intérêt porté par l'ensemble de la société sur le Service Civique poursuit sa croissance.

Le Service Civique demeure une perspective attractive pour les jeunes. 60% des personnes interrogées déclarent spontanément qu'elles pourraient être intéressées par le fait d'en réaliser un, soit un score en hausse par rapport aux précédentes vagues (+2 par rapport à 2016, +6 par rapport à 2015). Une fois

Ifop pour l'Agence du Service Civique

Baromètre Connaissance, représentations et potentiel d'attractivité du Service Civique ■ Novembre 2017

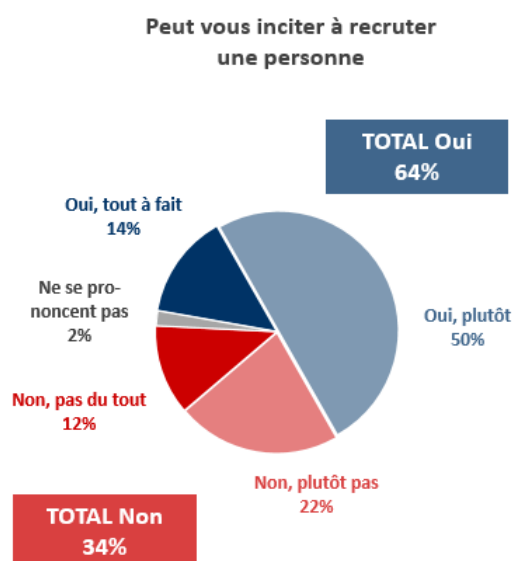
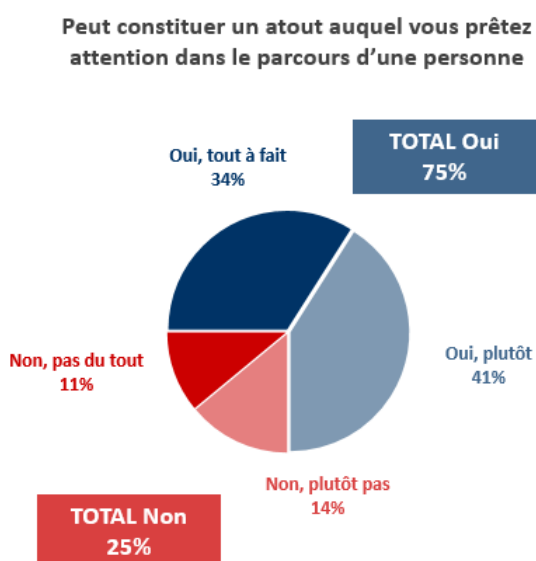
informés des principales caractéristiques du dispositif, et notamment de sa durée et de sa rémunération, l'intérêt s'accroît même : 67% des jeunes sont intéressés (stable par rapport à 2016, +7 par rapport à 2015). De manière plus détaillée et autrement dit, un quart des jeunes qui n'éprouvait aucun enthousiasme à l'idée de réaliser un Service Civique spontanément se déclare intéressé après en avoir appris un peu plus sur le sujet. **L'information et la communication demeurent dès lors des leviers fondamentaux pour étendre le nombre de personnes engagées.**

La hiérarchie des domaines sur lesquels porte l'intérêt pour le Service Civique change quelque peu, mais le trio dominant reste le même. La culture et les loisirs sont aujourd'hui en tête (18% de citations, +5) et devançant le sport (17%, stable) et l'environnement (14%, -2). L'intérêt dans le domaine de la santé progresse (13%, +2), contrairement aux domaines de l'éducation pour tous (10%, -1), du développement international et de l'action humanitaire (9%, -1) et de la solidarité (9%, -3). Mais les réponses à cette question restent très dispersées, impliquant que les domaines balayés par le Service Civique permettent de répondre à la diversité des demandes des personnes interrogées.

L'intérêt pour le Service Civique ne s'arrête pas à la seule cible des jeunes. A l'instar de la vague précédente, plus de 4 personnes âgées de 26 ans et plus sur 5 pourraient ainsi recommander à une autre personne de réaliser un Service Civique (82%, stable). Ce score s'accroît en fonction du niveau de familiarité au dispositif, mais demeure même important parmi les personnes en ayant entendu parler mais ne sachant pas précisément ce dont il s'agit. Le constat est le même parmi les responsables des ressources humaines. **Trois quarts des professionnels déclarent en effet qu'une telle expérience peut constituer un atout auquel ils prêtent attention dans le parcours d'une personne. 64% déclarent même qu'elle pourrait les inciter à recruter une personne, le Service Civique constituant alors le petit plus permettant de faire la différence entre deux profils.**

QUESTION : Selon vous, la réalisation d'un Service Civique... ?

Base : question posée aux responsables des ressources humaines ayant entendu parler du Service Civique, soit 97% de l'échantillon.



D. L'imbrication du Service Civique dans le parcours professionnel demeure la clé de son développement.

Recueillant 39% de citations (+1), **la valorisation et la reconnaissance du Service Civique par les entreprises apparaissent aux yeux des jeunes comme la piste à suivre pour augmenter le nombre de prétendants à cette expérience.** Le fait qu'une initiation à l'engagement citoyen soit proposée au collège (23%, -1) ou que le Service Civique soit un choix d'orientation proposé dans les parcours scolaires (20%, stable) arrivent ensuite à un niveau en-dessous, devant la création d'un statut permettant d'avoir les mêmes avantages que les étudiants (18%, stable), seule piste ne favorisant pas l'insertion du dispositif dans le parcours scolaire, universitaire et professionnel.

L'identification des freins à la réalisation d'un Service Civique va également dans ce sens. 32% des jeunes n'étant pas intéressés expliquent qu'une telle expérience ne s'inscrit pas dans leurs projets d'études (+5), tandis que 27% déclarent avoir déjà un emploi (-2). Partant du principe selon lequel le dispositif n'est pas suffisamment reconnu par les entreprises et la société en général, certains jeunes ont tendance à privilégier d'autres voies dans leur parcours universitaire avant d'entrer sur le marché de l'emploi. L'indemnisation du Service Civique semble également un frein non négligeable à la réalisation d'un Service Civique ; elle est en tout cas aujourd'hui davantage citée que par le passé (20% de citations, contre 18% en 2016 et 13% en 2015).