



Sciences Po
Bordeaux

Rapport de projet
de 5ème année

Majeure : MPO
Parcours "ESSIS"
2019-2020



AYAM - L'ESS portée par la Jeunesse !

Maya SAUVAGET

Sous la direction de M. Timothée DUVERGER

Co-responsable avec Robert LAFORE du master "Economie Sociale et Solidaire & Innovation sociale" de Sciences Po Bordeaux

Politique de confidentialité

Les informations, données et illustrations contenues dans ce mémoire ont été reproduites avec l'autorisation de AYAM.

Ce document est soumis à une politique de confidentialité, son contenu ne doit pas être divulgué.

Ce dossier est destiné à être consulté exclusivement par les personnes légitimement habilitées à réaliser son évaluation, dans le cadre de la formation suivie par l'entrepreneure, à savoir le master de Management de Projets et d'Organisations spécialisé en Économie Sociale et Solidaire et Innovation sociale au sein de Sciences Po Bordeaux.

Toute diffusion ou reproduction, même partielle, est interdite sans autorisation écrite de la fondatrice d'AYAM.

SOMMAIRE

Remerciements	4
Résumé - Mots clés	5
Introduction	6
I. Présentation du projet	6
Problème, Besoin & Cible	6
Solution	8
Etude de l'existant et originalité du projet	9
Concepts de vidéos	10
Modèle économique	11
Gouvernance et écosystème du projet	12
Porteuse de projet, Équipe & Compétences nécessaires	14
Rétroplanning	16
Autres outils	21
Impact	23
II. Limites, Difficultés & Moyens	25
III. Perspectives de développement du projet & opportunités pour l'étudiante ...	26
Conclusion	27
Sources	28
Table des annexes	29

Remerciements

Je souhaite remercier chaleureusement l'ensemble des personnes ayant participé à la construction de ce projet :

◦ **Les responsables du master Economie Sociale et Solidaire de Sciences Po Bordeaux, Robert Lafore et Timothée Duverger**, pour m'avoir accordé leur confiance et soutenue dans la réalisation de cette formation et de mon projet ;

◦ **L'équipe de professeurs et d'intervenants du master**, pour leur disponibilité, leur implication, la pertinence de l'accompagnement dont j'ai bénéficié ces deux années et leurs conseils, et plus particulièrement **Mélanie Thuillier**, avec qui j'ai eu le plaisir de mener des réflexions sur ce projet dans le cadre de ses enseignements ;

◦ **Sciences Po Bordeaux, son équipe administrative et pédagogique**, et plus particulièrement **Adriana Peyruse**, chargée de mission Entrepreneuriat Étudiant, pour m'avoir consacré du temps, aiguillée dans mes réflexions et mise en contact avec des professionnels de la communication digitale ;

◦ **L'Entrepreneuriat Campus Aquitaine de Pépite France** pour m'avoir accordé le statut d'étudiante-entrepreneure pour l'année 2019/2020, et plus particulièrement **Capucine Rives** pour son suivi et son soutien, d'autant plus précieux depuis les difficultés qui se sont présentées en 2020 ;

◦ **Mes camarades de classe**, pour la bienveillance et l'entraide qui ont régné au sein du groupe tout au long de l'année, et plus particulièrement **Alice Vauthier, Astrid Dehen et Etienne Le Roch** pour le soutien qu'ils m'ont porté dans la réalisation de ce projet ;

◦ **Les associations Unis-Cité** (ainsi que les volontaires et coordinatrices) et **Hello Ernest** pour leur accueil chaleureux et pour avoir permis les premiers tournages d'AYAM.

Résumé

Ce rapport porte sur le projet entrepreneurial que j'ai monté en 5ème année du master Management de Projets et d'Organisations de l'Économie Sociale et Solidaire (ESS) et de l'Innovation sociale de Sciences Po Bordeaux, encadrée par le réseau Pépite France et l'Entrepreneuriat Campus Aquitaine suite à l'obtention du statut étudiant-entrepreneur.

Le projet consiste en la création d'une chaîne Youtube, accompagnée d'une communication stratégique sur les réseaux sociaux, pour promouvoir les initiatives d'ESS portée par la Jeunesse. Cette manière de communiquer sur l'ESS est innovante. Actuellement, il n'existe pas d'influenceurs qui traite de ce thème.

Ce rapport s'attache à retranscrire précisément les résultats des différentes réflexions menées au cours de l'année sur le montage de ce projet et à expliquer ensuite sa mise en oeuvre.

Mots-clés :

économie ; sociale ; solidaire ; innovation ; sociale ; marketing ; influence ; Youtube ; réseaux ; sociaux.

Introduction

Cette cinquième année de master à Sciences Po Bordeaux m'a offert l'opportunité de porter un projet entrepreneurial qui me tenait à cœur depuis plus d'un an. En effet, depuis la fin de mon service civique chez Unis-Cité est née chez moi l'envie de mettre en avant l'engagement des jeunes dans l'Economie Sociale et Solidaire.

Ainsi est né le projet AYAM, destiné à créer une chaîne Youtube et être présent sur les réseaux sociaux en général pour promouvoir les initiatives d'ESS portées par les Jeunes.

Depuis, divers événements m'ont confortée davantage dans l'idée qu'AYAM s'inscrit dans la mouvance actuelle : on a pu observer par exemple sur Youtube des changements de lignes éditoriales d'Enjoy Phoenix ou de Swann Périssé, ce qui prouve encore l'intérêt montant du grand public pour des causes sociales ou environnementales.

La crise sociale exprimée par les Gilets Jaunes, la mobilisation des jeunes lors de la Grève pour le Climat ou encore la crise sanitaire dans laquelle on est entré depuis la Covid-19 montre à nouveau que le projet AYAM se construit et se lance à un moment opportun.

L'année 2020 a justement été très particulière pour tout porteur de projet. Le parcours d'un entrepreneur est déjà semé d'embûches en temps normal, mais le contexte lié à la Covid-19 a provoqué d'autant plus de doutes, d'incertitudes, de stress et de difficultés à contourner.

D'abord, nous découvrirons le projet dans les détails, puis nous nous intéresserons aux limites et difficultés qu'il présente, en expliquant les moyens trouvés et mis en place pour contourner ces dernières. Enfin, nous dresserons des perspectives de développement pour ce projet et aborderons les opportunités qui se présentent pour l'étudiante.

I. PRÉSENTATION DU PROJET

Problème, Besoin & Cible

Pendant mes 5 années d'études, dès que j'ai croisé quelqu'un qui me demandait ce que je faisais dans la vie : il a fallu que j'explique ce qu'était l'économie sociale et solidaire. Ces échanges m'ont peu à peu fait prendre conscience qu'**on peut effectivement passer du lycée à son premier emploi sans jamais avoir entendu parler d'ESS.**

Il est fort regrettable que l'ESS soit encore peu visible car elle constitue pourtant une économie réelle, elle crée de la valeur marchande et permet d'être compétitif tout en s'intégrant dans un système durable. Son but est avant tout d'être utile à la société, de la rendre meilleure. C'est une économie dans laquelle tout le monde a sa place et dans laquelle tout le monde coopère et agit ensemble pour améliorer notre société.

Dans les structures d'ESS, l'argent est un moyen pour améliorer le quotidien et non le seul but à atteindre.

En parallèle, la crise écologique et sociale dans laquelle on entre montre que le capitalisme atteint des limites. L'ESS en est un modèle alternatif et devrait se développer plus largement. J'y crois, mais le problème c'est qu'encore peu de personnes connaissent ou

identifient l'ESS. En effet, même si ces personnes connaissent toutes une association ou une entreprise coopérative proche de chez elles par exemple, on constate qu'elles n'ont pour autant pas connaissance de l'ESS.

J'ai 24 ans, j'aspire moi-même à une société plus juste et pourtant, j'ai connu l'ESS par hasard.

Nombreux sont les jeunes qui sont en demande de sens mais qui ne savent pas vers quoi se tourner. Et donc notamment les lycéens, premiers concernés par les choix d'orientation scolaire et professionnelle, n'ont pas connaissance de l'ESS. Ils ne peuvent donc malheureusement pas construire leur projet d'avenir en ayant conscience de ses débouchés et les envisager. Pourtant, **l'Avise** (Agence d'ingénierie pour développer l'ESS) **a étudié qu'une fois qu'on présente aux jeunes cette économie, la plupart adhère aux valeurs qu'elle comporte.**

Mon projet répond au besoin de visibilité qu'a l'ESS. Ce besoin est renforcé par le fait qu'on doit **assurer la relève de l'ESS** puisque c'est un milieu avec des dirigeants vieillissants (on prévoit 600 000 départs en retraite d'ici 2025). On a donc besoin de forces nouvelles.

En parallèle, nombreux sont les jeunes en quête de sens. Pas moins de 92 % des diplômés en 2016 estiment important de travailler dans une entreprise socio-responsable, selon une étude du cabinet Accenture. Les jeunes connaissent de fortes difficultés en termes d'**insertion professionnelle** et l'ESS pourrait y répondre.

Enfin, face aux enjeux actuels, il est nécessaire d'encourager l'**engagement des jeunes**, dans la vie associative et citoyenne.

Cette nouvelle forme de promotion de l'ESS s'attaquerait à de nombreux clichés comme

- celui d'une jeunesse qui serait passive ou qui ne se préoccuperait pas des problématiques actuelles,
- ou encore celui d'une ESS dans laquelle on ne trouverait que des personnes âgées ou proches de la retraite (certes l'ESS est un secteur vieillissant, mais on y trouve aussi des jeunes, salariés, bénévoles ou qui portent des initiatives).

Ce projet cible les personnes connectées, adeptes de la plateforme de vidéos en ligne Youtube et âgées entre 15 et 30 ans environ.

Durant la construction de ce projet, j'ai régulièrement consulté plusieurs groupes de jeunes (d'âges différents) sur des questions ou sujets précis.

Nous avons également étudié la cible grâce à la diffusion et l'analyse des résultats d'un questionnaire en ligne destiné à comprendre les usages des jeunes sur Youtube et les réseaux sociaux ainsi qu'à cerner le besoin de faire connaître l'ESS auprès d'eux. 25 réponses ont été collectées.

Des entretiens, individuels ou collectifs de type *brainstorming*, seront également à réaliser pour approfondir la connaissance de notre cible.

ANNEXE 1 - Aperçu du questionnaire Jeunes et de ses résultats

Ce projet comporte différents types de bénéficiaires :

- tout d'abord **les jeunes (de 15 à 30 ans)** qui ont besoin d'être informés sur les initiatives d'ESS, de croire en l'avenir et de se projeter un minimum professionnellement ;
- ensuite, **les jeunes porteurs de projet d'ESS** qui ont besoin de mettre en lumière l'initiative qu'ils portent (besoin de visibilité) et d'être soutenus,
- les **associations** qui ont besoin de visibilité, de financements ou encore de recrutements (bénévoles ou salariés).
- les **structures d'ESS** qui ont besoin de s'adresser aux jeunes.

Les clients de ce projet seront les structures d'ESS ayant des fonds à consacrer à la communication auprès des jeunes (comme les banques coopératives, les mutuelles ou des entreprises sociales).

Ces structures peuvent également avoir un objectif de vente auprès de ce public jeune : par exemple, les banques coopératives ont besoin que les jeunes ouvrent des comptes puis contractent des prêts en leur sein.

Solution

Convaincue que l'ESS contribue à un monde plus juste, en termes économiques, sociaux et écologiques ; ma solution est d'utiliser les codes de l'influence pour encourager les jeunes à s'intéresser, agir, s'orienter ou entreprendre dans l'ESS.

Du côté des structures d'Économie sociale et solidaire, mon projet constitue une opportunité de visibilité. Ainsi, l'ESS pourra prétendre à des opérations de communication "dignes" de celles de grands groupes visibles sur Youtube (comme l'Oréal ou RedBull par exemple).

Mon but est d'atteindre des personnes qui n'identifiaient pas ce qu'était l'ESS avant de découvrir une vidéo de la chaîne Youtube AYAM (ou de son compte Instagram lié) et de faire prendre conscience du pouvoir d'agir de chacun.

*"Le **marketing d'influence** est une stratégie marketing permettant à une entreprise de faire la promotion de son produit ou service en s'appuyant sur la notoriété d'experts et de personnalités reconnues dans leur domaine, des **influenceurs ou leaders d'opinion**, afin qu'ils diffusent le contenu de la marque à leur communauté."*



Définition issue du site :

blog.hubspot.fr/marketing/techniques-perfectionner-marketing-influence

Mon projet consiste à créer une chaîne Youtube pour promouvoir, à travers du contenu vidéo, les initiatives d'économie sociale et solidaire portées par la Jeunesse.

A travers cette idée, **le but est de faire prendre conscience aux jeunes de leur pouvoir d'agir et d'encourager les structures de l'ESS à mener des opérations de communication plus ambitieuses** pour participer ainsi à l'essor de l'ESS en lui apportant plus de visibilité.

Un influenceur, c'est une personne capable d'être relai d'opinion et d'influencer ainsi les habitudes de consommation dans un but marketing. Ces codes qui sont ceux des jeunes, sont aussi les miens. Je les maîtrise.

J'ai compris que la culture des jeunes tient de plus en plus à une transmission horizontale, entre pairs, que verticale. En ce sens, l'usage des technologies de l'information et de la communication, comme Youtube, est pertinent pour s'adresser à cette cible.

En montrant des actions concrètes réalisées par des jeunes, dans un esprit à la fois informatif et divertissant, le but est de donner de la visibilité à l'ESS auprès de la jeunesse donc, mais même du grand public.

Etude de l'existant et originalité du projet

Ce projet est innovant car il n'existe actuellement pas de média divertissant et dynamique qui traite de l'ESS (ou alors, il faut vraiment déjà connaître l'ESS et s'y intéresser pour en avoir connaissance). Par exemple, sur Youtube ou Instagram il n'existe pas d'"influenceurs" comme on les appelle, portés sur ce thème (qui pourrait pourtant inspirer les jeunes qui sont demandeurs de solutions pour l'avenir comme l'a montré leur mobilisation pour la grève du climat).

Mon idée se distingue également des solutions classiques disponibles sur le champ de l'éducation à l'ESS (comme les interventions en milieu scolaire par exemple, trop formelles et pas assez déployées) tout en étant complémentaire de celles-ci et s'attache à s'adapter aux besoins spécifiques de la cible (les 15-30 ans) à travers l'aspect divertissant de la plateforme et de ses contenus ainsi que la création d'une communauté que cela implique. Un créateur de contenu sur Youtube va pouvoir construire une relation plus forte et intime avec sa cible.

En utilisant ma solution, mon bénéficiaire entendra parler d'ESS d'une manière innovante et suivra des aventures sociales et solidaires tout en se divertissant.

Le ton de cette communication sera novateur, humoristique et dynamique à l'image d'un duo tel que Mcfly & Carlito par exemple, Youtubeurs à succès auprès des jeunes.

Ce ne seront pas des vidéos théoriques avec de (trop) nombreux termes qui pourraient faire fuir les jeunes (ou même le grand public) tels que "sociétaires", "double-qualité", "banques mutualistes", "fonds propres", "mécénat", "part sociale" ..., ni des vidéos qui auront pour but de retracer l'histoire de ce secteur depuis le 19ème siècle.

Cette économie sera présentée autrement, par des jeunes et pour des jeunes.

On s'adresse aux jeunes avec leurs codes, en allant les chercher là où ils sont (sur Youtube et Instagram principalement, selon l'enquête réalisée par AYAM).

ANNEXE 1 - Aperçu du questionnaire Jeunes et de ses résultats

En montrant des actions concrètes d'ESS réalisées par des jeunes, on s'assure une communication horizontale.

L'idée à travers ces vidéos est de rendre l'engagement "stylé" : l'un des formats imaginés est donc d'inviter des personnes connues et influentes auprès des jeunes à faire du bénévolat. Ce format est également déterminant dans la stratégie de communication d'AYAM et assure à la chaîne la possibilité d'apparaître dans les "tendances Youtube" grâce à ce concept de vidéo.

L'enjeu est que tous les jeunes identifient l'ESS, ses valeurs et ses structures afin de soutenir, s'engager voire s'orienter vers cette économie. Une chaîne Youtube avec des contenus vidéos de qualité ainsi qu'une présence sur les autres réseaux sociaux permettrait de tendre vers cet objectif.

D'un point de vue politique, il apparaît également nécessaire de diversifier le paysage des "influenceurs" afin d'utiliser ces techniques de marketing pour des marques éthiques et utiles.

L'étude de la concurrence a porté sur plusieurs domaines : les médias engagés, les médias qui s'adressent aux jeunes ou encore les structures et initiatives d'éducation à l'ESS.

Le détail de cette étude se trouve dans un tableau Excel et est joint à ce rapport en annexe. Une veille continue d'être menée sur ce travail.

Il sera également intéressant d'ici la fin de l'année 2020 d'aller à la rencontre de ces acteurs, de leur présenter AYAM et d'échanger autour de ce projet. Ces retours peuvent être précieux voire déterminants pour le lancement effectif d'AYAM.

ANNEXE 5 - Etude de la concurrence

Concepts de vidéo

J'ai pour l'instant imaginé 4 formats-phares de vidéos à réaliser pour la chaîne :

1) "*Présente ton asso/ton projet*" : ce type de vidéos sera la base de ma chaîne, le but est de mettre en avant un jeune qui présente le projet qu'il porte ou l'association dans laquelle il est très impliqué.

2) "*Le Meet-up Utile*" : que l'on pourrait aussi appeler *meet-up* solidaire → on filme une rencontre avec les abonnés autour d'une action qui a du sens (maraude, *clean walk* ...). C'est une action que Mcfly et Carlito (youtubeurs à succès s'adressant aux jeunes) avaient déjà testé avec leurs abonnés : ils ont ramassé les déchets et mégots dans les rues de

Paris, la vidéo intitulée “On nettoie Paris avec des abonnés” a fait un peu moins de 4 millions de vues.

3) “Je fais du bénévolat avec ...” : Squeezie, Nattoo, BigFlo & Oli, Pogba, Mbappe, Angèle, Roméo Elvis ... la personne influente auprès des jeunes choisit une cause ou une association, dans la vidéo elle explique les raisons de ce choix et l’on réalise une mission de bénévolat durant laquelle on tourne une vidéo. L’objectif est de montrer que c’est simple, utile, qu’il y a besoin de toutes les compétences et que l’on a partagé un moment agréable. Plus tard, ce format peut aussi se décliner en : “Je fais du bénévolat avec un.e abonné.e/des abonnés”.

4) “Présente ton taff” : le but ici est de mettre en lumière les personnes qui travaillent et s’épanouissent dans l’ESS (du stagiaire/alternant au dirigeant).

Types de contenus

 <p>PRÉSENTE TON PROJET / ASSO</p> <p>Un.e jeune présente un projet qu’il/elle porte ou une association dans laquelle il/elle s’implique.</p>	 <p>LE MEET-UP UTILE</p> <p>Ou “meet-up solidaire” : une rencontre avec les abonné.e.s autour d’une action qui a du sens.</p>	 <p>BÉNÉVOLAT AVEC ...</p> <p>Mcfly & Carlito, BigFlo & Oli, Angèle, Roméo Elvis ... une personne influente auprès des jeunes.</p>	 <p>PRÉSENTE TON TAFF</p> <p>Une personne qui travaille et s’épanouit dans l’ESS nous explique pourquoi.</p>
--	--	--	---

Modèle économique

Les modèles économiques des influenceurs ou chaînes Youtube reposent généralement sur 4 activités principales : le placement de produits, les vidéos dédiées, le contenu sponsorisé et le *co-branding*. Une étude reste à mener sur les tarifs pratiqués par ces créateurs de contenus.

Pour le démarrage, je compte m’adresser à des grosses structures (qui ont du budget à consacrer à la communication, comme les banques coopératives) et j’envisage du sponsoring (de la part de banques coopératives, mutuelles et entreprises sociales). Nous

candidaterons également pour des subventions et dotations d'appels à projets. Il existe aussi des outils de financement du premier emploi, sur lesquels nous nous renseignerons. Nous proposerons les services suivants aux structures et événements d'ESS, ce qui formera à terme la base de notre modèle économique : des vidéos dédiées, des placements de produits et des contenus sponsorisés.

A moyen terme et long terme, la communauté aura grandi, je compte aussi m'appuyer sur du financement participatif et des dons (via des plateformes comme Tipeee ou Utip).

Il est important de mentionner également qu'une rémunération peut s'opérer à travers la plateforme Youtube par le nombre de vues (1 million de vues par moi = un SMIC) et par les pubs automatiques sur les vidéos.

Le modèle économique d'AYAM peut à terme, s'appuyer sur cet argument convaincant : une partie des revenus est reversée à une association (choisie chaque mois, trimestre ou année par les abonnés). Ainsi, les partenaires auront tout intérêt à collaborer avec AYAM (intérêt social, intérêt d'image).

Une réflexion sera également à mener sur le développement d'une activité économique à caractère commercial et lucratif (exemple : *consulting* pour des associations).

ANNEXE 2 - Liste des dépenses

ANNEXE 3 - Business Model Canva

Gouvernance et écosystème du projet

En ce qui concerne la gouvernance, nous souhaitons rassembler un ou plusieurs comités pour avoir un collectif participant à l'élaboration des orientations stratégiques d'AYAM. Ce fonctionnement regroupera des acteurs de l'écosystème du projet :

- des bénéficiaires des offres de services : associations nous accueillant lors des vidéos sur le bénévolat, jeunes porteurs de projet d'ESS, personnalités influentes auprès des jeunes qui adhèrent à AYAM,
- des acteurs nationaux de l'ESS : le CNCRESS, l'Avise, Le Mouvement Associatif, Les Scop, Mutuelles de France, le Mouves,
- des structures de l'ESS ayant pour objectif de s'adresser aux jeunes : banques coopératives, LMDE,
- des structures ou programme d'éducation à l'ESS : l'ESPER (la Semaine de l'ESS à l'École), les CJS/CJM, ESS'Team (Jeunes ambassadeurs de l'ESS),
- des professeurs issus de l'ESS : Timothée Duverger et Robert Lafore, professeurs et responsables du master ESS de Sciences Po Bordeaux ou encore Samuel Grzybowski, professeur d'ESS à Sciences Po Paris.

En termes de statut juridique, le projet AYAM sera dans un premier temps intégré à la CAE (Coopérative d'Activité et d'Emploi) Smart, spécialisée dans l'audiovisuel, à Bordeaux afin

de tester l'activité. Toutefois, la condition pour entrer dans la CAE est d'être prêt à facturer une première prestation à un premier client.

Pour se projeter à plus long terme, nous avons effectué des recherches sur les différents types de statuts et modèles de gouvernance afin de déterminer lequel serait le plus approprié pour le projet. Nous avons alors retenu le statut de SCIC car il permet d'intégrer facilement des collectivités publiques ou autres acteurs parties prenantes du projet. Il a également pour avantage de faire bénéficier le projet d'un statut collectif lorsque des bénévoles et/ou des associés contractuels y prennent part.

ANNEXE 4 - Aperçu de l'écosystème du projet

Une réflexion a également été menée sur le fait de distinguer ce pour quoi nous allons nous adresser à tel ou tel partenaire. Nous avons alors identifier les besoins suivants auxquels ces exemples de structures peuvent répondre :

Partenaires	Liste (non exhaustive)
financiers	Ministère de la Transition Écologique et Solidaire, Ministère de l'Éducation Nationale, structures de l'Économie Sociale et Solidaire (structures à budget : banques coopératives, mutuelles, fondations d'entreprise, ...)
matériels	Webedia, Fédération Nationale de l'Audiovisuel Participatif
compétences	Webedia, Fédération Nationale de l'Audiovisuel Participatif, écoles de montage, écoles de cinéma, Opé ! La Web-série sur l'ESS
relais	Avisé, CNCRESS, les CRESS, ESPER, CJS/CJM, Unis-Cité, Institut de l'Engagement, CJDES, Agence du Service Civique, UDES, Mouves, Osons Ici et Maintenant, E-graine
viviers de porteurs de projet	Unis-Cité, Pépite France, Institut de l'Engagement, Live for Good, Make Sense, Maison des Initiatives Etudiantes (MIE, Ville de Paris), Enactus
viviers d'associations	France Bénévolat, le Mouvement Associatif

Porteuse de projet, Équipe & Compétences nécessaires



Maya Sauvaget

Fondatrice de **AYYAMI**
Créatrice de contenus d'ESS dédiés à la jeunesse

"J'ai eu la chance de découvrir l'ESS il y a 5 ans, grâce à mes expériences en lien avec la Fondation SNCF, le mécénat et l'engagement sociétal lorsque j'étais alternante en BTS (Assistant Manager) à la SNCF. Je me suis passionnée pour les enjeux auxquels elle se confronte, les valeurs qu'elle porte et les initiatives qu'on y trouve. J'ai pu y expérimenter l'entrepreneuriat lors d'un service civique proposé par Unis-Cité qui s'appelle « Rêve & Réalise » et cela m'a beaucoup plu de monter mon propre projet culturel et solidaire. (...)

(...) Depuis cette expérience, j'ai pour but de créer ma propre activité professionnelle. Aussi, durant mon parcours j'ai aimé travaillé avec un public jeune alors je souhaite continuer sur cette voie. J'ai par exemple co-animé cet été durant trois mois une Coopérative Jeunesse de Services (sur le territoire du Bouscat et d'Eysines). Ainsi, j'ai accompagné onze jeunes (de 15 à 17 ans) dans la création et la gestion d'une coopérative éphémère.

Enfin, j'adore réaliser des vidéos. Mon projet combine ces trois éléments qui m'animent : l'ESS, la jeunesse et les vidéos."



Je sais monter et gérer des projets d'ESS. J'ai également des compétences en communication et en écriture, tournage et montage de vidéos cependant j'admets leurs limites au vu de mes ambitions pour ce projet. Mon but est donc de me professionnaliser davantage sur ces deux dernières thématiques : la communication et l'audiovisuel.

Je travaille aussi à m'entourer de personnes expertes en financement/modèle économique, en stratégie de communication (marketing digital) et en audiovisuel (comme des monteurs qui connaissent et maîtrisent les "codes" de Youtube notamment).

A travers ce projet, je souhaite créer mon activité professionnelle. A terme, je compte m'entourer d'une équipe salariée.

Trois camarades de classe de mon master ESS à Sciences Po Bordeaux ont pris part au projet dans le cadre de l'enseignement "Projet tutoré" dispensé par Mélanie Thuillier :



Alice

Responsable des Finances et du Juridique

Alice est douée en Gestion de projet et s'intéresse plus particulièrement aux problématiques financières, juridiques et de gouvernance.

Elle souhaite se spécialiser à l'avenir dans la mesure d'impact social.

Son expérience la plus significative ?

Être volontaire du service civique "Engagement de la Jeunesse" de l'AFEV



Astrid

Responsable des Partenariats ESS

Astrid est passionnée par l'accompagnement de projets à impact. Elle souhaite aider ce type de projets à voir le jour.

Son expérience la plus significative ?

Un Trek Coeur de 10 mois durant lesquels elle a réalisé des missions dans des associations du monde.



Etienne

Responsable des Partenariats stratégiques

Etienne est doué concernant les aspects stratégiques du projet, en termes de partenariats à conduire auprès de personnalités influentes auprès des jeunes et d'opérations de communication à mener.

Son expérience la plus significative ?

Assister la production et la réalisation de clips musicaux (MIMS VIDEO)

Trois cadres monteurs nous ont rejoint ensuite :

- Baptiste, un étudiant en montage dont le travail pour AYAM serait utile à la validation de sa formation,
- Jean-Baptiste : cadreur-monteur qui travaille dans le monde du rap (contacts intéressants : artistes à inviter pour les vidéos Bénévolat).
- un autre Jean-Baptiste : cadreur-monteur qui travaille dans le monde de Youtube (contacts intéressants : Youtubeurs à inviter pour les vidéos Bénévolat).

Des personnes ressources nous aident ponctuellement :

- Charlotte : Responsable de Communication chez Café Joyeux, experte en stratégie de communication digitale,
- Alexandra : experte en audiovisuel et cinéma, ancienne ambassadrice Unis-Cité,
- Personnes "influentes" dans le monde de l'ESS (professeurs, anciens collègues ou connaissances).

J'ai plusieurs personnes de mon entourage dont j'ai identifié des compétences ou des talents (de graphistes, de photographes, de caméraman, de communicants, ...) qui m'ont également témoigné leur intérêt pour AYAM et fait savoir qu'elles seraient prêtes à m'apporter leur aide pour le lancement de ce projet.

J'ai quelques pistes d'acteurs à qui m'adresser pour d'éventuels "prêts" de ressources (humaines, matériels) comme la Fédération de l'Audiovisuel Participatif ou des écoles de cinéma pour trouver des monteurs.

Aussi, j'ai adhéré à l'association Les Internettes, qui me permet d'être conviée à des événements de mise en réseau notamment ainsi que de recevoir des formations spécifiques à la création et à la gestion d'une chaîne Youtube.

Rétroplanning

Période	Objectifs généraux	Démarches	Tâches	Statut
DIAGNOSTIC	Cerner les acteurs	Recherches, Veille	Etude de la concurrence	Réalisé
		RDV	Opé, la web série sur l'ESS !	Réalisé
			CRESS Nouvelle-Aquitaine	Réalisé
			Webedia	En cours
			L'ESPER	A faire

			Entretien téléphonique avec un binôme de jeunes porteurs de projet	Réalisé	
		Enquête	Réaliser questionnaire struct ESS	Réalisé	
			Diffuser questionnaire struct ESS	A (re)faire	
	Cerner le public	Recherches	Veille et lecture d'enquêtes sur le rapport des jeunes à l'ESS	Réalisé	
			Veille et lecture d'enquêtes sur les jeunes et leurs usages numériques	Réalisé	
		RDV	Brainstorming avec des groupes de jeunes	Réalisé	
		Enquête	Réaliser questionnaire Jeunes	Réalisé	
			Diffuser questionnaire Jeunes	Réalisé	
			Collecter et analyser les résultats du questionnaire Jeunes	Réalisé	
		Réglementation	Recherches	Droits d'image	Réalisé
	Droits d'auteur			Réalisé	
	RDV		Anna Huchet, Juriste en Propriété Intellectuelle (INPI)	Réalisé	
	FORMULATION PROJET	Montage de projet	Accompagnement	Obtention du SNEE et suivi de l'accompagnement Pépite France	Réalisé
				Sélection pour StartinESS	Réalisé
Suivi du W-E d'accompagnement et ateliers StartinESS				Réalisé	
Adhésion à l'association Les Internettes et suivi d'ateliers				Réalisé	
Entretiens-conseils			Rencontrer des experts (communication, financement, structure juridique ...) et des	Réalisé	

			professionnels de l'ESS		
		RDV	Travail en équipe : confrontation de AYAM au "Mandala des ODD"	Réalisé	
	Equipe	Constituer une équipe proche	Fédérer 6 bénévoles : financement et juridique, partenariats, cadrage-montage	Réalisé	
		Fédérer autour du projet	Identifier et impliquer des personnes-ressources	Réalisé	
	Éléments	Documents ou outils de projet	Dossier de projet	En cours	
			Charte du projet	A faire	
			Pitch	Réalisé	
	FINANCEMENT	Modèle économique	Outils	Dresser un Business Model Canva	Réalisé
			RDV	Brainstorming en équipe	Réalisé
			Budget prévisionnel	Lister les dépenses réelles et prévisionnelles	Réalisé
Construire le budget prévisionnel				En cours	
Recherches de fonds		Appels à projet	Dresser un tableau des appels à projets	Réalisé	
			Répondre à des appels à projets	En cours	
		RDV	Brainstorming en équipe	Réalisé	
		Sponsoring	Faire un dossier de sponsoring	A faire	
			Contacteur des sponsors	A faire	
			Réaliser RDV avec des sponsors	A faire	
Recherches de clients		RDV	Brainstorming en équipe : Lister les clients potentiels	Réalisé	
			Rencontrer et convaincre des clients potentiels	A faire	
Financements participatifs		Première campagne	Communiquer auprès des structures d'ESS (qui ont du budget ou un enjeu de visibilité)	A faire	
			Prévoir des contreparties (exemple : faire une vidéo	A faire	

			à la structure qui participe)	
		Deuxième campagne	Communiquer auprès de la communauté d'abonnés	A faire
			Prévoir des contreparties	A faire
JURIDIQUE	Statut	Recherches	Etude des avantages et inconvénients de divers statuts juridiques	Réalisé
		RDV	Entretien-conseil avec expert	A faire
	Administratif	Éléments	Créer le document AYAM pour les droits d'image	Réalisé
			Déposer des statuts / ouvrir la structure juridiquement	A faire
			Déposer la marque	A faire
	COMMUNICATION	Éléments	Graphisme	Charte graphique
Logo				Réalisé
Affiche				Réalisé
Cartes de visite				Réalisé
Site web			Créer le site	Réalisé
			Référencer le site (SEO)	A faire
Stratégie		RDV	Brainstormings avec Charlotte, experte en stratégie de communication digitale	En cours
		Éléments	Plan de communication	En cours
			Social Media Content (planifier la publication des contenus et des temps forts : par exemple, mettre en place une stratégie particulière lors du Mois de l'ESS, en novembre)	A faire
			Médias	Communiqué de presse lors du lancement de la chaîne AYAM
Réseaux sociaux		Instagram	Créer le compte @ayam_ytb	Réalisé
	Alimenter le compte		En cours	

		LinkedIn, Facebook, Twitter, Snapchat	Création des comptes pour réserver le nom @ayam_ytb ou AYAM	Réalisé
	Chaîne Youtube	Compte	Création pour réserver le nom AYAM	Réalisé
		Montage	Création d'un générique de début de vidéo	Réalisé
			Création d'un générique de fin de vidéo	Réalisé
		Stratégie	Référencer la chaîne (SEO)	A faire
	Autres	Emissions	TV7 Bordeaux (Forum National de l'ESS)	Réalisé
			Fédération de l'Audiovisuel Participatif (Forum National de l'ESS)	Réalisé
PARTENARIATS	Recherches de partenaires	Stratégie	Brainstorming en équipe	Réalisé
			Lister les partenaires potentiels	Réalisé
		RDV	Rencontrer et convaincre les partenaires potentiels	A faire
RÉALISATIONS	Achat matériels	Vidéo	Stabilisateur	Réalisé
	Vidéo test	Préparation	Identifier le jeune-test pour la 1ère vidéo, le contacter, fixer date	Réalisé
			Préparer, écrire la vidéo	Réalisé
		Action	Tourner la vidéo	Réalisé
		Réalisation, production	Monter la vidéo	Réalisé
	En tirer des pistes d'amélioration et les appliquer		En cours	
	Chaîne Youtube	Montage	Création d'un générique de début de vidéo	Réalisé
			Création d'un générique de fin de vidéo	Réalisé
	Création de contenus	Réalisation, production	Tournage VTE Unis-Cité	Réalisé
			Montage de la vidéo VTE	En cours
Tournage CHEFFES Hello Ernest			Réalisé	

			Montage de la vidéo CHEFFES	A faire
			Planifier les prochains tournages	En cours



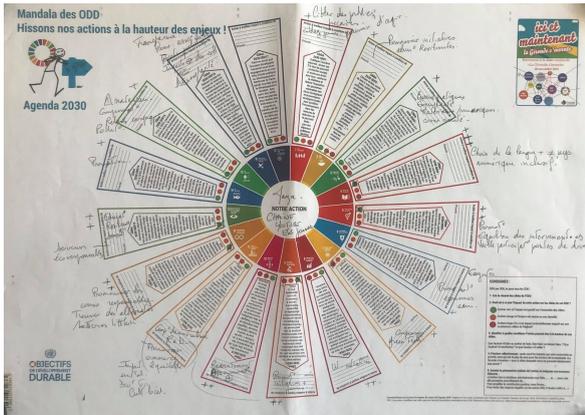
Autres outils

Mandala des ODD

Le Mandala des Objectifs de Développement Durable permet à un projet de confronter ses actions aux enjeux fixés pour l'Agenda 2030.

Nous avons eu l'occasion de travailler avec cet outil dans le cadre de l'enseignement "Les modes d'action collective" de Julie Chabaud au sein du master MPO ESSIS de Sciences Po Bordeaux.

Chaque camarade de classe s'est intéressé à un objectif du mandala pour y confronter AYAM.



Cibles ODD7 - Energie propre d'un coût abordable

Quelle est l'impact de cette action sur les cibles de cet ODD ?

CONDITONS D'UN IMPACT POSITIF RENFORCE DE L'ACTION / ODD7 ?

A vous de mettre le curseur : renforcer la contribution de l'action à cet ODD est, selon vous, Pas de tout une priorité Une priorité absolue

Cibles ODD8 - Travail décent et croissance économique

Quelle est l'impact de cette action sur les cibles de cet ODD ?

CONDITONS D'UN IMPACT POSITIF RENFORCE DE L'ACTION / ODD8 ?

A vous de mettre le curseur : renforcer la contribution de l'action à cet ODD est, selon vous, Pas de tout une priorité Une priorité absolue

Cibles ODD13 - Lutte contre les changements climatiques et leurs répercussions

Quelle est l'impact de cette action sur les cibles de cet ODD ?

CONDITONS D'UN IMPACT POSITIF RENFORCE DE L'ACTION / ODD13 ?

A vous de mettre le curseur : renforcer la contribution de l'action à cet ODD est, selon vous, Pas de tout une priorité Une priorité absolue

Ce travail a permis de situer AYAM par rapport à ces objectifs, de préparer ou renforcer des arguments qui valorisent les impacts positifs d'AYAM pour de potentiels appels à projets ou présentations à des financeurs et de penser à de nouveaux paramètres qu'il serait bénéfique de prendre en compte (comme le fait de réduire au maximum l'empreinte écologique du matériel vidéo et numérique).

Personae

La méthode du Personae est utilisée en marketing pour bien définir sa cible. J'ai pu travailler sur cet outil dans le cadre des ateliers proposés par Pépite France et par StartinESS.

SES BESOINS, ATTENTES	OBJECTIFS DU PROJET	SES MOTIVATIONS
<ul style="list-style-type: none"> - se divertir - trouver un projet d'avenir - recevoir du "positif", des doses d'espoir - découvrir de nouvelles 	<ul style="list-style-type: none"> - faire connaître l'ESS - assurer la relève de l'ESS - donner de l'espoir : montrer des solutions - transmettre des valeurs - insertion professionnelle des jeunes - engagement des jeunes 	<ul style="list-style-type: none"> - rire, se divertir - découvrir - s'identifier - être inspirée - partager avec son entourage (famille, amis ...)

choses, de nouvelles personnes	QUI EST-IL ?	
	Chloé, 17 ans Elève de Terminale Passe ses journées sur les réseaux sociaux dont Instagram et consomme du contenu vidéo sur Youtube tous les jours.	QUI L'INFLUENCE ?
SES SOUFFRANCES		<u>Youtubeurs :</u> McFly & Carlito Léna Situations Horia Chloé B Coucou Les Girls Enjoy Phoenix Le Monde à l'Envers Squeezie Mister V Noholita Natoo Mayadorable Danae MakeUp Romy Style tonic Anna Rvr Pierre Croce
<ul style="list-style-type: none"> - s'inquiète pour son avenir - s'inquiète pour l'avenir de la planète et de la société - n'a pas confiance en elle - s'ennuie, en général, dans sa vie → est en "quête de sens" 	SES SOUHAITS	<ul style="list-style-type: none"> - savoir ce qu'elle veut faire plus tard → projet d'avenir - plus de bienveillance : entre jeunes, entre les gens en général - se sentir appartenir à un groupe ou une communauté - être rassurée concernant l'avenir (découvrir des solutions)
		<u>Artistes :</u> BigFlo & Oli Angèle Roméo Elvis Orelsan
		<u>Autres :</u> Ses amis Sa famille Certains professeurs

Impact

Une réflexion sera menée autour des KPI (*Key Performance indicators*, indicateurs clés de performance) afin d'intégrer au projet des mesures d'impact social.

Les externalités positives attendues sont le renouvellement des cadres de l'ESS, l'augmentation du nombre de jeunes qui souhaitent se tourner vers des entreprises responsables, une prise de conscience des enjeux sociaux et environnementaux actuels et futurs ainsi qu'une transformation globale vers une économie plus responsable.

Cartographie du changement - AYAM



Nous avons toutefois commencé en équipe un travail sur l'impact en réalisant une cartographie du changement pour AYAM. Cette cartographie est prospective et s'appuie donc sur des éléments qualitatifs plus que quantitatifs.

Dans un an, j'espère avoir mis en avant le projet et/ou les actions de 15 à 30 jeunes grâce à mes vidéos.

Je prévois de faire des recherches et une analyse comparative de données statistiques concernant l'évolution du nombre d'abonnés de chaînes engagées (comme Partager C'est Sympa ou Vert Chez Vous) afin de me fixer un objectif SMART (Spécifique, Mesurable, Ambitieux, Réaliste et Temporel) à 3 mois, 6 mois puis 1 an d'évolution du nombre d'abonnés à ma chaîne.

II. LIMITES, DIFFICULTÉS & MOYENS

Cette partie porte sur l'analyse des limites et difficultés qui se sont présentées ainsi que des moyens mis en œuvre pour les résoudre.

La première difficulté à laquelle se confronte un entrepreneur est l'isolement. Il y aura toujours des phases du projet durant lesquelles le porteur de projet se sentira seul. J'ai anticipé cette difficulté en ayant postulé pour le statut étudiant-entrepreneur proposé par Pépite France et candidaté pour intégrer la promotion 2019-2020 de StartinESS, un programme d'accompagnement proposé par la MIE (Maison des Initiatives Étudiantes), en lien avec la Ville de Paris.

Ces deux dispositifs m'ont permis d'être entourée de jeunes porteurs de projet et d'accéder à de nombreux contacts et entretiens-conseils pertinents pour AYAM.

Aussi, j'ai bénéficié d'un suivi régulier de la part d'Adriana Peyruse, chargée de mission Entrepreneuriat Etudiant à Sciences Po Bordeaux, ainsi que de ses contacts et précieux conseils.

L'opportunité donnée par l'enseignement "Projet tutoré" du master ESSIS de Sciences Po Bordeaux m'a également permis de fédérer une équipe.

Ensuite, l'année 2020 a été extrêmement particulière pour tout porteur de projet. La COVID-19 et l'interdiction de déplacement en France du 17 mars au 11 mai 2020 nous a freiné dans notre activité, nous venions de réaliser deux premiers tournages auprès de services civiques d'Unis-Cité (l'association pionnière du service civique).

A l'interdiction de déplacement s'ajoute le fait que chaque structure a connu également ses difficultés face à la COVID-19, ce qui a automatiquement impacté la recherche de partenariats, de clients et de financements.

J'ai toutefois rebondi sur cette "mauvaise période" pour en tirer du positif. C'est alors un temps durant lequel j'ai pu mettre en ordre et repenser toutes les réflexions menées jusqu'ici sur les différents aspects du projet, suivre des formations en ligne sur la communication et l'audiovisuel et j'ai su passer à l'action sur des tâches pour lesquelles je ne trouvais pas encore le moment adapté. J'ai alors monté la première vidéo-prototype qui est désormais prête à être présentée par exemple pour convaincre un potentiel partenaire, financeur ou invité de la chaîne. J'ai mobilisé quelques personnes, qui étaient alors disponibles, pour avancer sur des productions de graphisme (logo, dessins, ...). J'ai également créé et alimenté le compte Instagram @ayam_ytb ainsi que fait augmenter son nombre d'abonnés. Pour animer la communauté, j'ai par exemple réalisé un sondage avec différentes questions à propos du confinement, des crises en général et de leur envie (ou non) de changement.

ANNEXE 6 - Eléments de communication divers

Aussi, j'ai participé à un appel à projet Wweeddoo qui m'a fait communiquer largement sur AYAM, ce qui a fait connaître le projet à mon premier voire même deuxième cercle.

Les dispositifs d'accompagnement dont je bénéficie se sont également adaptés à la situation et j'ai pu suivre de nombreux ateliers en ligne (à titre d'exemples : Propriété Intellectuelle par l'Inpi, Prévisionnel financier par In Extenso, Gouvernance par Les Canaux, Résiliences et Adoa, Crowdfunding par Fabrick, Communication par WeLoveGreen ...).

Toutefois, cette crise sanitaire aura repoussé l'objectif de lancement de la chaîne, initialement prévu en septembre 2020, à janvier 2021.

III. PERSPECTIVES DE DÉVELOPPEMENT DU PROJET & OPPORTUNITÉS POUR L'ÉTUDIANTE

Perspectives de développement du projet

Ce projet a de très bonnes perspectives de développement par son potentiel de "changement d'échelle". En effet, on peut toucher un nombre croissant de personnes sans transformer l'activité : avec les mêmes moyens, on peut parfaitement augmenter l'audience et le nombre de bénéficiaires. AYAM est donc une réponse globale au problème énoncé en ce début de rapport et peut toucher facilement un maximum de personnes.

Au vu des ambitions que l'on a pour ce projet, il sera nécessaire de continuer les réflexions sur le modèle économique ainsi que la structure juridique à adopter. Aussi, nous prendrons soin de nous faire conseiller lors de ces étapes et démarches essentielles.

Les partenariats avec des personnalités prévus pour les vidéos intitulées "*Je fais du bénévolat avec ...*" forment un aspect stratégique fort du projet car ils permettront de s'assurer d'être régulièrement en "tendance" sur la plateforme Youtube, pouvant provoquer ainsi un grand succès pour la chaîne AYAM en général.

Il sera également opportun de créer un vrai lien entre la chaîne Youtube et la communauté issues du compte Instagram. Ce dernier doit servir des vidéos participatives (demander aux abonnés Instagram s'ils ont des questions particulières sur l'ESS ou à poser à l'invité ou à l'association dans laquelle on va s'engager ponctuellement, demander aux abonnés ce qu'ils souhaiteraient voir comme autres formats de vidéos sur la chaîne, demander leurs avis sur des thèmes précis liés à l'ESS).

A très long terme, on peut imaginer la création d'une agence d'influenceurs éthiques et solidaires, qui faciliteraient leurs mises en contact et partenariats avec des marques correspondantes.

Opportunités pour l'étudiante

Dans le pire des cas, s'il s'avère d'ici 2022 que ce projet n'est pas viable, je n'aurai pas "perdu mon temps". Grâce à ce projet, j'aurai continué de me faire connaître au sein du monde de l'ESS, de me faire des contacts dans les domaines qui m'intéressent (ESS, Jeunesse et Audiovisuel), j'aurai continué d'affiner ma connaissance et mon analyse de cette économie et de ses acteurs et j'aurai identifié les structures dans lesquelles je me projette le plus professionnellement.

La réalisation de ce projet m'a permis et me permettra de me former et de monter en compétences en termes de gestion de projet, stratégie de communication, marketing digital, graphisme et audiovisuel.

Cette 5ème année d'études, accompagnée du fait de porter un projet entrepreneurial et des dispositifs Pépité France et StartinESS, a été très formatrice pour moi. J'ai même réussi à transformer le confinement en un temps à optimiser pour se former (j'ai suivi les nombreuses formations en ligne proposées par Pépité France, StartinESS, les Internettes ou d'autres structures ou encore un stage de formation à la CNV (Communication Non-Violente)).

Durant cette 5ème année, j'ai continué d'apprendre à adopter un comportement entrepreneurial, à faire émerger l'opportunité d'entreprendre, à construire un projet et le lancer. J'ai progressé en gestion de projet et en communication.

J'ai également approfondi mes connaissances sur des aspects juridiques et comptables.

Conclusion

AYAM peut déjà célébrer quelques réussites pour cette première année de création de projet. En effet, l'obtention du statut étudiant-entrepreneur auprès de Pépité France ainsi que l'intégration de la promotion StartinESS 2019-2020 témoigne de l'intérêt de celui-ci. Aussi, de nombreux échanges (avec des jeunes, des professionnels de l'ESS, de l'audiovisuel ou de l'influence) m'ont fait prendre davantage conscience de l'utilité et de la pertinence de ce projet.

La puissance des réseaux sociaux a également déjà fait ses preuves puisque des personnes ont trouvé d'elles-mêmes mon contact sur LinkedIn ou Instagram et m'ont témoigné leur intérêt pour AYAM (par exemple un professeur d'ESS de Sciences Po Paris, un chercheur talent-web de Webedia ou encore des entrepreneurs sociaux ou jeunes porteurs de projet comme le binôme de *Feminists of Paris*), ce qui montre à nouveau l'utilité et la pertinence d'un tel projet.

De nombreuses réflexions stratégiques ont été menées en collectif et nous avons réalisé une étude de marché auprès des jeunes ainsi que des structures de l'ESS afin de s'assurer que le projet réponde à des besoins effectifs et par les moyens les plus adaptés.

Malgré les difficultés présentées par l'année 2020, AYAM est fier d'avoir fédéré une équipe, réalisé trois tournages et de fêter bientôt ses 250 abonnés sur le compte Instagram.

L'ESS c'est de belles histoires. Désormais, aux jeunes de les partager pour encourager les autres à s'engager !

Sources

Enquête de l'Avise, **“La perception des jeunes sur l'emploi dans l'ESS”** (Avise, programme Jeun'ESS, 2014)

Article de Paloma Soria, **“Des jeunes diplômés en quête de sens bousculent le monde du travail”** (Le Monde, 17 janvier 2017)

<https://blog.hubspot.fr/marketing/techniques-perfectionner-marketing-influence>

Vidéo de David Coscas et Raphaël Carlier, de la chaîne Mcfly et Carlito, **“On nettoie Paris avec des abonnés (CleanWalk)”** (Youtube, 4 novembre 2018)
<https://www.youtube.com/watch?v=rD7SIIYVXJ8&t=1s>

Vidéo de TV7 Bordeaux, **“Des jeunes étudient l'ESS - L'ESS, le forum de l'économie solidaire et sociale à Niort”** (Daily Motion, novembre 2019)
<https://www.dailymotion.com/video/x7o00y>

Vidéo du Forum National ESS, **“Quels outils pour le projet de Maya ?”** (MOTV Tube, novembre 2019)
<https://tube.mo-tv.fr/video/quels-outils-pour-le-projet-de-maya->

Table des annexes

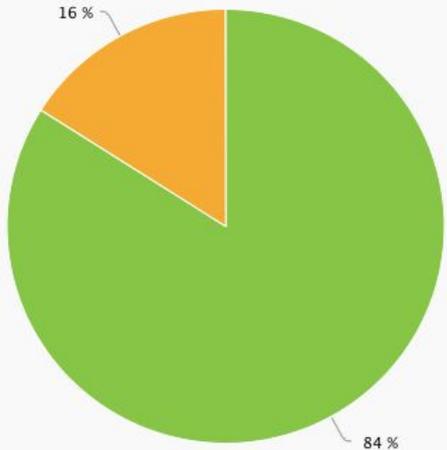
ANNEXE 1 - Aperçu du questionnaire Jeunes et de ses résultats	30
ANNEXE 2 - Liste des dépenses	34
ANNEXE 3 - Business Model Canva	35
ANNEXE 4 - Ecosystème du projet	36
ANNEXE 5 - Etude de la concurrence	37
ANNEXE 6 - Eléments de communication divers	38

ANNEXE 1

Aperçu du questionnaire Jeunes et de ses résultats

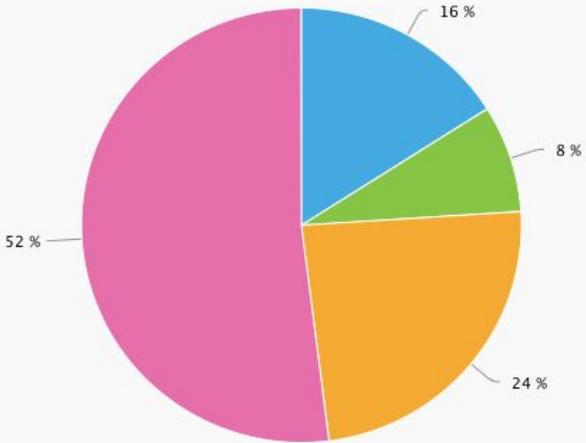
1 Vous êtes :	▼
2 Dans quelle tranche d'âge êtes-vous ?	▼
3 Quelle est votre situation ?	▼
4 Quel est votre niveau d'éducation ?	▼
5 Dans quel type de ville habitez-vous ?	▼
6 Selon vous, quels sont les besoins/problématiques prioritaires des jeunes actuellement ?	▼
7 Quels sont les besoins ou problématiques que vous rencontrez-vous même actuellement ?	▼
8 Connaissez-vous des difficultés concernant votre orientation scolaire et/ou professionnelle ? (si oui, lesquelles ?)	▼
9 Connaissez-vous l'économie sociale et solidaire (ESS) ?	▼
10 Si oui, par quel moyen ou quel acteur avez-vous découvert l'ESS ? Dans quel contexte ?	▼
11 Vous reconnaissez vous dans les valeurs suivantes ? Si oui, lesquelles ?	▼
12 Pour quelles causes souhaiteriez-vous agir ?	▼
13 Sur quels réseaux sociaux êtes-vous ?	▼
14 Utilisez-vous la plateforme Youtube ?	▼
15 A quelle fréquence visionnez-vous des vidéos en ligne ?	▼
16 A quelle fréquence visionnez-vous des vidéos en ligne ?	▼
17 Quelle durée de vidéos préférez-vous ?	▼
18 A quels moments de la journée visionnez-vous des vidéos en ligne ?	▼
19 Majoritairement, vous visionnez ces vidéos :	▼
20 Quels youtubeurs ou youtubeuses suivez-vous ?	▼
21 Citez vos chaînes préférées	▼
22 Êtes-vous actif sur Youtube ?	▼
23 Selon vous, qu'est-ce qui est le plus important chez un.e "Youtuber.euse" ?	▼
24 Connaissez-vous la plateforme Twitch ?	▼
25 En dehors des réseaux sociaux, qui vous "influence" ?	▼
26 Pour finir, je vous invite à me communiquer votre adresse mail si vous souhaitez suivre l'avancée de mon projet :	▼

2 Dans quelle tranche d'âge êtes-vous ?



# ▲	Choix de réponse	Réponses	Ratio
●	J'ai 14 ans ou moins	0	0 %
●	J'ai entre 15 et 17 ans	21	84 %
●	J'ai entre 18 et 20 ans	4	16 %

9 Connaissez-vous l'économie sociale et solidaire (ESS) ?



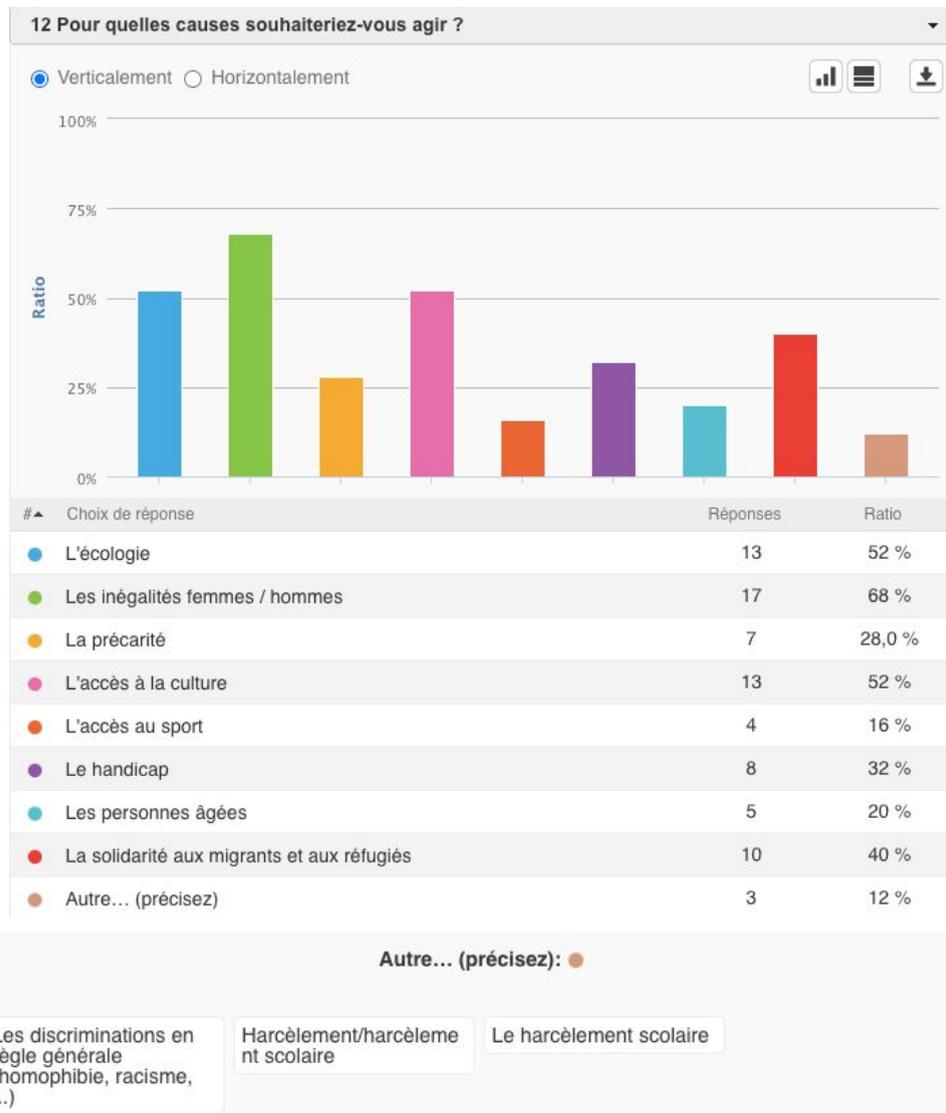
# ▲	Choix de réponse	Réponses	Ratio
●	Oui, plutôt bien	4	16 %
●	Oui, j'en ai entendu parler	2	8 %
●	Non, très vaguement	6	24 %
●	Non, pas du tout	13	52 %

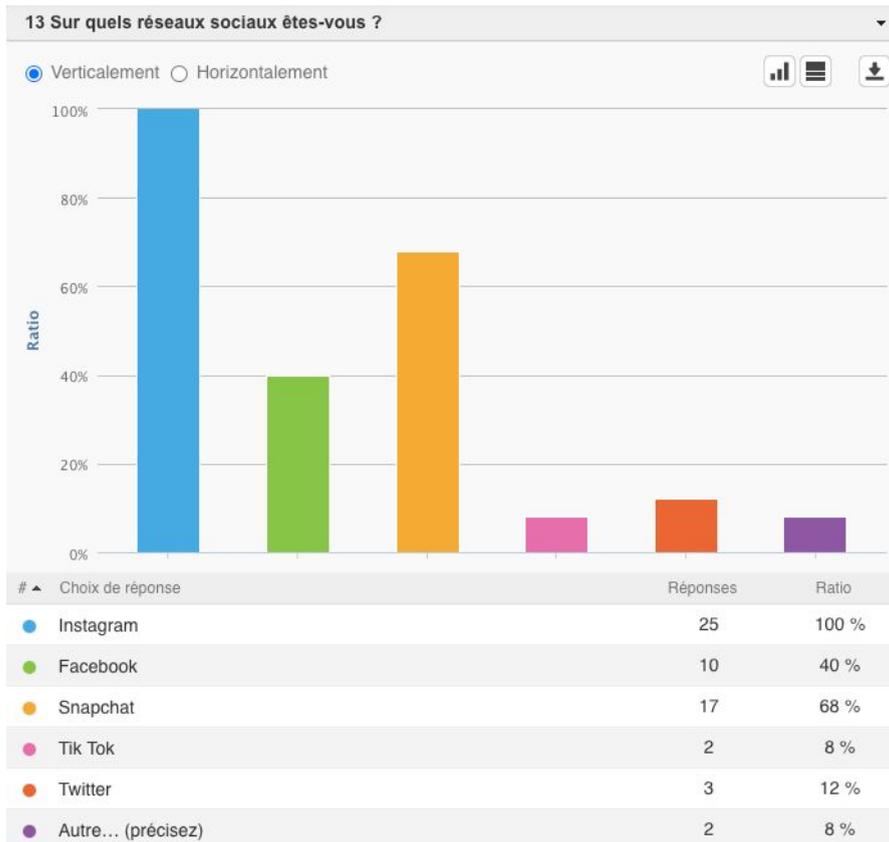
11 Vous reconnaissez vous dans les valeurs suivantes ? Si oui, lesquelles ?

Toutes	Ça a l'air bien	Non	null
Oui dans absolument tout	... (2x)	dit auparavant	Démocratie
Oui, par rapport a une gouvernance guidé par la démocratie et par la répartition équitable des bénéfices	Coopérative	Utilité sociale/solidarité	?
J'aime le côté social et égalitaire mais aussi démocratique, mais honnêtement, j'aime l'argent...	Oui (2x)	Association (je vis dans un lieu baser sur l'entraide et la solidarité)	Je sais pas
	Poursuivre une finalité d'intérêt collectif	Gouvernance guidée par la démocratie	Oui toutes
	La démocratie		non
			Pas vraiment

* **Détail des "valeurs suivantes" mentionnées ci-dessus :**

L'économie sociale et solidaire (ESS) désigne un ensemble d'entreprises organisées sous forme de coopératives, mutuelles, associations, ou fondations, dont le fonctionnement interne et les activités sont fondés sur un principe de solidarité et d'utilité sociale. Les valeurs de cette économie sont : poursuivre une finalité d'intérêt général ou collectif, une gouvernance guidée par la démocratie (un individu = une voix) et une lucrativité limitée (répartition équitable des bénéfices).

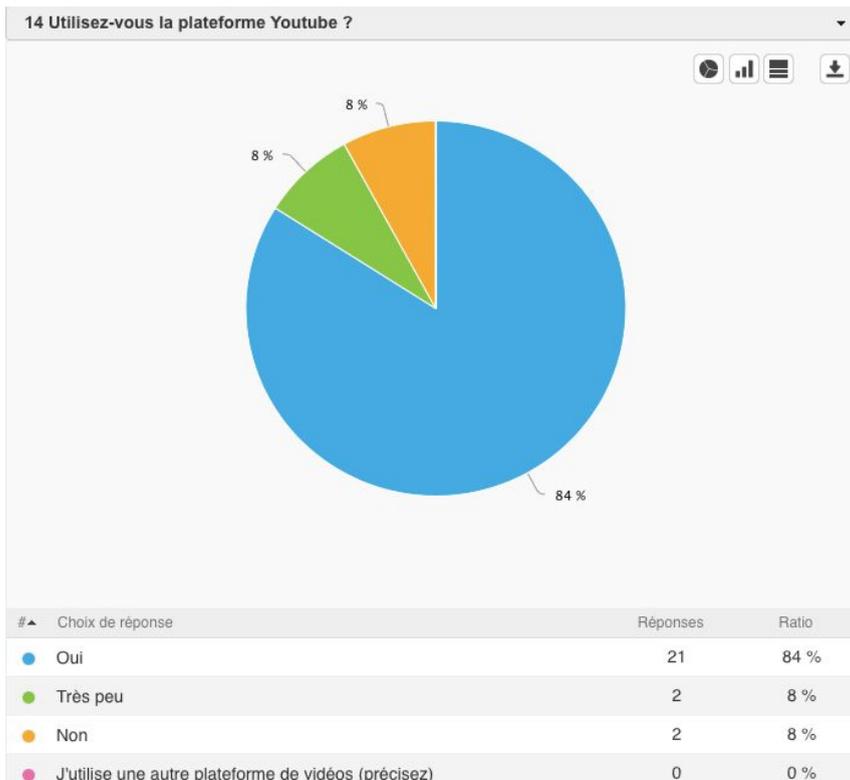




Autre... (précisez): ●

Youtube, si on peut le considérer comme ça et WattPad même si je l'ai pas mal délaissé ces derniers temps

Youtube



ANNEXE 2

Liste des dépenses

(en vert ce qui est déjà acheté)

Stabilisateur	129€
Micro	100€ et +
Dépôt de marque INPI	300€ ?
Ordinateur (assez puissant pour activité de vidéaste/montage)	1499,99€
Suite Office	20€
Adhésion annuelle Les Internettes	10€
Téléphone portable <i>(appareil qui sert à filmer et prendre le son, dans un 1er temps)</i>	500€ (environ)
Chargeur	29,95€
Batterie externe	17,98€
Trépied	22,99€
Micro-cravate	14,50€
Frais de déplacements par tournage ou pour les événements/ateliers Youtube	<i>(jusqu'en septembre : statut étudiant donc avantages SNCF ... mais à partir d'octobre cela coûtera plus cher)</i>
Caméra	600€ ?
Final Cut Pro	329,99€
Abonnement téléphonique annuel	59,88€
Abonnement Internet annuel	239,88€
Disque dur externe	84,95€

<p>Moyen terme :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nom de domaine (env. 12€ par an) - Assurances diverses (matériels, prestations, ...) - Frais d'hébergement (si tournages ailleurs que Bordeaux ou proche Paris) - Salaire pour moi (SMIC ou moins) puis pour : <ul style="list-style-type: none"> - Cameraman - Monteur - Stratégie communication / marketing digital - Chargé de veille - Chargé de partenariats 	<p>Long terme :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Salaires pour une équipe : monteurs, ingénieurs son, community manager, ... - iPad pro ou iPad Air (pour + de mobilité et utilisation de l'application ProCreate) : 739 à 1290€ - un local
--	---

ANNEXE 3

Business Model Canva

BESOINS					
<ul style="list-style-type: none"> - Visibilité pour l'ESS et ses structures - Informations concernant l'orientation (scolaire et professionnelle) pour les jeunes (et, plus généralement, un "besoin de sens" formulé par ces derniers) - Renouvellement des forces de travail/effectifs dans l'ESS (600 000 départs en retraite d'ici 2025) 					
PARTENAIRES STRATÉGIQUES	ACTIVITÉS CLÉS	OFFRE	CANAUX DE DISTRIBUTION	CLIENTS	IMPACTS
Structures de l'ESS "Influenceurs" (longue traîne, moyenne traîne puis stars) Le CNCRESS Les CRESS L'ESPER L'AVISE L'Institut de l'Engagement Jeunes porteurs de projet Le MOUVES Personnes influentes auprès des jeunes Collectivités territoriales (région, département, communes) Ecoles de cinéma (monteurs, ...)	écriture/tournage/montage des vidéos gestion des réseaux sociaux recherche de jeunes porteurs de projet intéressés par cette visibilité recherche de financements, partenariats (sponsors) ESS démarchage de personnes influentes auprès des jeunes	Un espace de visibilité, spécifique à l'ESS, à destination de la cible 15-30 ans Production et diffusion de contenu vidéo sensibilisant à l'ESS/ faisant la promotion (à travers une structure de l'ESS)	Site web Plateforme (Youtube) Instagram Facebook Twitter Via personnalités influentes auprès des jeunes	Sponsors (entreprises) : type Ecosia, Benenova, ... Structures de l'ESS	Insertion professionnelle des jeunes Engagement (citoyen) des jeunes Changement des pratiques des jeunes Visibilité augmentée pour l'ESS
	RESSOURCES CLÉS	Communication ciblée (vidéos dédiées, placements de produits, ...)	RELATIONS de communauté	BÉNÉFICIAIRES	Forces nouvelles dans l'ESS
	Humaines (bénévoles) : graphiste, expert en stratégie marketing-digital, ... Physiques : ordinateur, trépied, micro-cravate, caméra, logiciels ... Intellectuelles : formation en audiovisuel, ...		Co-création avec les clients <i>Bénéficiaires : animation de la communauté notamment avec le MEETUP UTILE / SOLIDAIRE</i>	15 à 30 ans Structures de l'ESS L'ESS (cette économie en général)	
STRUCTURE DES COÛTS		STRUCTURE DES REVENUS			
Matériel (ordinateur, trépied, caméra, micro, ...) Logiciels (Final Cut Pro pour le montage, comptabilité ...) Salaires (à terme : cadreur-monteur, ingénieur son, responsable partenariats ...) Déplacements / Transport		<i>(réflexion à mener sur le développement d'une activité commerciale : par exemple "consulting" pour des associations)</i> Sponsors / placement de produits / publicités ponctuelles / forfaits Appels à projets (subventions, dotations) Financement participatif : ponctuel Dons / soutien financier des abonnés (en visualisant des pubs sur un site) Nombre de vues sur Youtube			

ANNEXE 4

Aperçu de l'écosystème du projet



ANNEXE 5

Etude de la concurrence

Initiatives similaires identifiés	Activités	Commentaires
Chaînes Youtube engagées		
	Vincent Verzat, vidéaste-activiste sur la page Facebook et la chaîne YouTube Partager C'est Sympa, nous donne son point de vue d'économiste et met en avant des causes sociales et environnementales en nous présentant des solutions.	Excellent modèle économique : la participation des abonnés sur Tipee leur permet de financer les salaires d'une équipe de 4 personnes, ce dont ils ont besoin pour fonctionner.
	Vivi au Pays des Alternatives est une chaîne Youtube reliée à des comptes Instagram et Facebook. Elle met en lumière des alternatives écologiques et solidaires.	Ivan Ramirez, élève en master ESSIS de Sciences Po Bordeaux peut nous mettre en contact.
Médias engagés / Jeunes		
Usbek & Rica	Usbek & Rica est un magazine engagé disponible physiquement et sur le web.	
	Say Yess est un média mis en place par l'Avisé. Il est destiné aux jeunes et a pour but de les informer sur l'ESS et les guider vers une société solidaire et durable.	Il faut, selon moi, déjà connaître voire même être intéressé par l'ESS pour savoir que ce média existe et le consulter.
Education à l'ESS		
	L'ESPER est une association qui regroupe des structures d'ESS engagées pour l'éducation à l'ESS et la promotion de celle-ci. Elle est à l'origine de programmes tels que Mon ESS à l'Ecole ou Semaine de l'ESS à l'Ecole.	Interventions en Milieu Scolaire : de qualité, mais trop formelles et pas assez déployées.
	Les CJS sont un dispositif qui permet aux jeunes de 16 à 18 ans d'expérimenter la création et la gestion d'une entreprise coopérative.	Les structures concernées ont des difficultés à mobiliser ce viviers de jeunes prêts à s'engager suite à l'expérience CJS.

ANNEXE 6
Éléments de communication divers

Logo



Carte de visite



Image de fin de vidéo Youtube



AYAM

**Promouvoir, à travers du contenu vidéo,
les initiatives d'Economie Sociale et Solidaire
portées par la Jeunesse**

PRÉSENTE TON PROJET/TON ASSO

Un jeune présente le projet qu'il porte ou l'association dans laquelle il s'implique.

LE MEET-UP UTILE

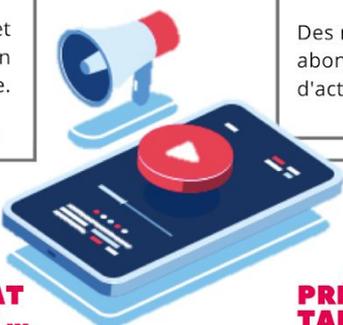
Des rencontres avec les abonnés se font autour d'actions solidaires.

BÉNÉVOLAT AVEC ...

Une personne influente auprès des jeunes choisit une association pour laquelle on réalise une action bénévole.

PRÉSENTE TON TAAF

Une personne qui travaille et s'épanouit dans l'ESS nous explique pourquoi.



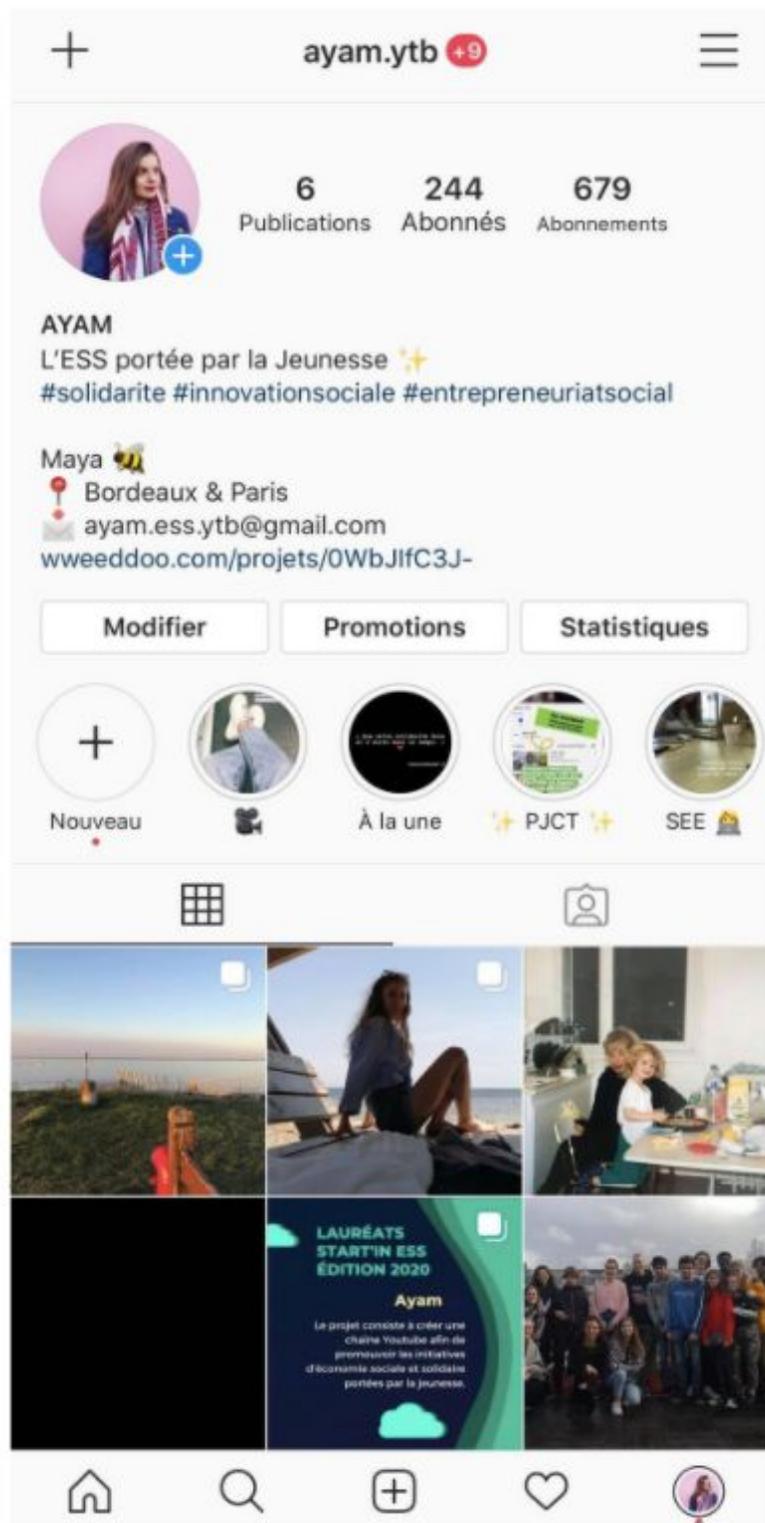
Porteuse de projet : Maya SAUVAGET
sauvaget.maya@gmail.com



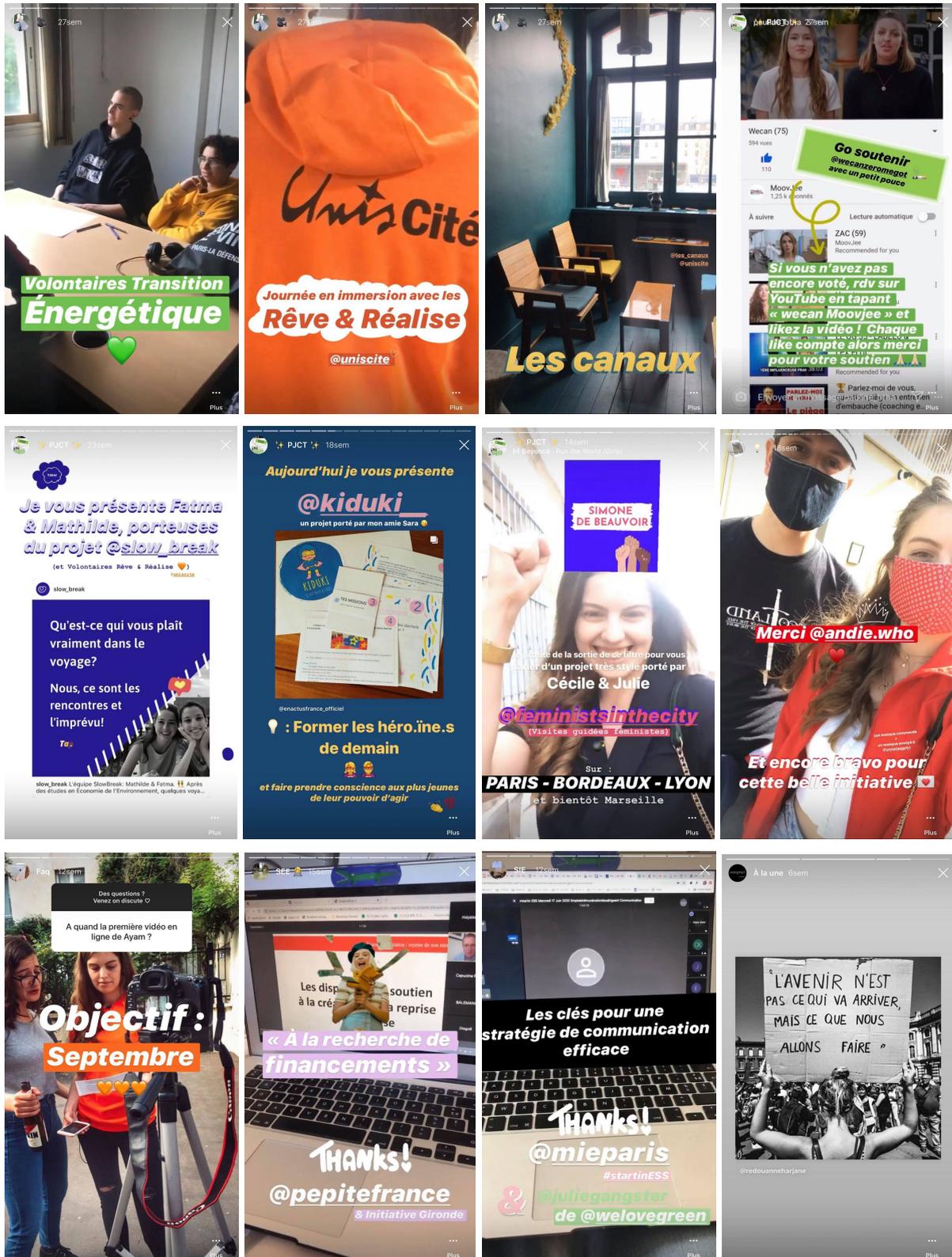
Site internet

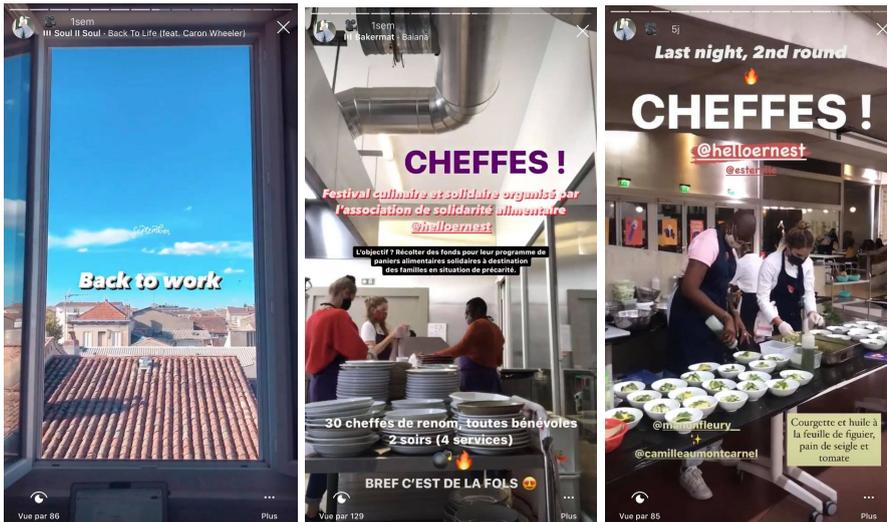
<https://ayam-ess.hubside.fr/>

Compte Instagram



Aperçu des stories postées sur Instagram





Aperçu des retours sur le projet exprimés lors de la campagne sur Wweeddo (valorisés ensuite en stories Instagram)

