

Le mentorat en France

Panorama et analyse

mars 2024

L'étude

Face aux inégalités persistantes qui caractérisent la jeunesse en France, le mentorat apparaît aujourd'hui comme une alternative prometteuse aux dispositifs traditionnels de lutte pour l'égalité des chances.

Le Collectif Mentorat et Evolem Citoyen ont lancé cette étude pour mieux analyser le paysage du mentorat à l'échelle nationale, en très forte évolution depuis les débuts du plan 1 jeune, 1 mentor en 2021.

Qui sont les jeunes accompagnés ? Qui sont les mentors ? Quels effets retirent-ils de leur engagement dans le mentorat ? Comment les programmes de mentorat répondent-ils à la diversité des problématiques rencontrées par les jeunes ? Comment les améliorer pour répondre encore mieux aux besoins des jeunes ?

L'étude a été menée par les sociologues de l'Agence Phare de l'été 2022 à la fin 2023, auprès de l'ensemble des organisations membres du Collectif Mentorat, de partenaires publics et d'entreprises engagées. Il s'agit à ce jour de la plus vaste étude menée en France sur le mentorat des jeunes.

Méthodologie

Une enquête qualitative dans 10 associations de mentorat



Menée entre novembre 2022 et mars 2023 auprès de structures du Collectif Mentorat, par entretiens sociologiques avec 15 responsables de structures, 20 binômes mentors/mentorés et 18 partenaires (financeurs, prescripteurs, experts...)

Une enquête quantitative auprès de 58 structures...



Un questionnaire diffusé aux 70 membres du Collectif Mentorat entre avril et juin 2023 a récolté 58 réponses d'associations situées en France métropolitaine et dans les DOM-TOM.

et plus de 3700 mentors



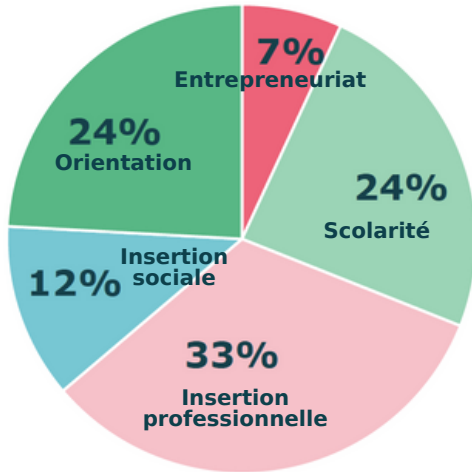
Un questionnaire à destination des mentors diffusé par les associations volontaires du Collectif Mentorat entre avril et juin 2023 a reçu 3748 réponses de la part des mentors de 45 associations

1 Le champ associatif du mentorat

Un mentorat d'insertion et d'orientation

Le mentorat est un champ en pleine **expansion** focalisé sur les champs de l'**insertion professionnelle** et de l'**orientation**.

Champs d'intervention principaux des associations de mentorat



Un modèle convergent : 6 mois de rencontres mensuelles

Depuis 2019, les structures s'engagent dans une **dynamique de passage à l'échelle** et de **centralisation des programmes** de mentorat.

Cela produit **une convergence des pratiques autour d'un modèle** : des rencontres d'une à deux heures par mois sur **une période de 6 mois**, en personne ou à distance, et un encadrement des relations mentoriales qui repose avant tout sur la formation à distance et l'organisation d'événements collectifs.

Les modalités du mentorat proposées par les associations

- 14 % de mentorat à distance seulement
- 21 % de mentorat en face-en-face seulement
- 65 % de mentorat hybride

Un financement principalement public

Ses **financements principaux** viennent des subventions publiques (3/4 des associations), des fondations d'entreprises (1/2) et du mécénat privé (1/2).

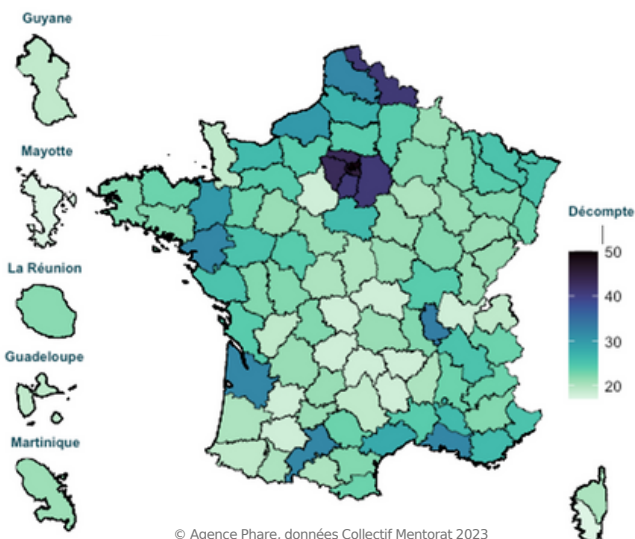
La formation des mentors, une offre pas toujours saisie

Presque toutes les associations (86 %) proposent une formation, **mais un quart des mentors déclarent encore ne pas avoir été formés**.

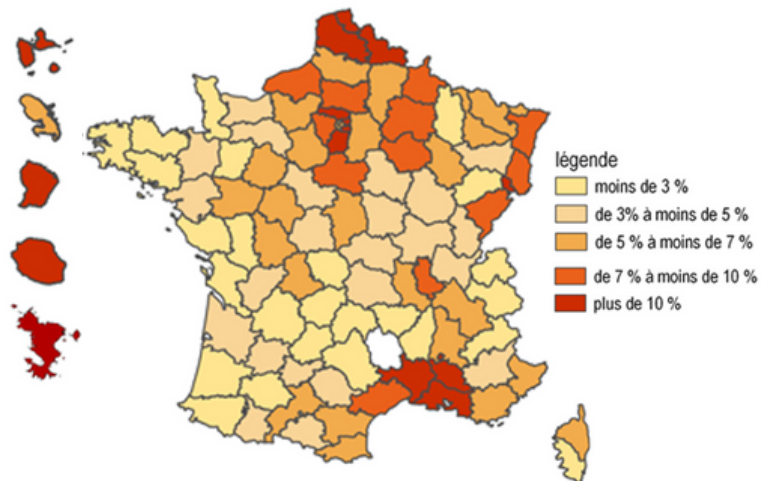
Une implantation géographique déséquilibrée

L'**implantation géographique des structures de mentorat** répond bien aux besoins sociaux et scolaires des jeunes de plusieurs départements (Île-de-France, Nord, Rhône, Bouches-du-Rhône, Seine Maritime), mais témoigne aussi d'**un certain déséquilibre entre des zones peu couvertes où les besoins sont forts** (Outre-Mer, Grand Est) **et des zones très couvertes où les besoins sont plus faibles**.

Implantation territoriale des associations



Part de la population en QPV par département



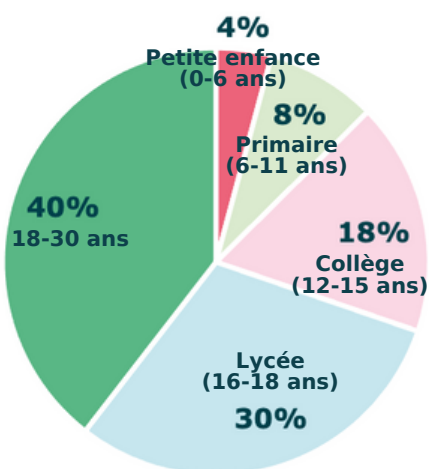
2 Entrer dans le mentorat : recrutement, trajectoires et profils

Les trois quarts des associations rencontrent des difficultés de recrutement, avec des enjeux différents selon le secteur d'intervention : un manque de mentorés en mentorat spécialisé (handicap, ASE, migration...), mais un manque de mentors pour les programmes scolaires et d'orientation.

Côté mentorés

La grande majorité des programmes ciblent les 16-30 ans – au détriment des 6-15 ans – et les jeunes défavorisés socialement et scolairement. 59 % des associations s'adressent aux jeunes des QPV, 53 % aux classes populaires et 35 % aux jeunes en difficulté scolaire.

Âge cible des jeunes mentorés



Côté mentors

Les mentors ont un profil homogène : ce sont en majorité des femmes, très diplômées et issues des classes favorisées. En conséquence, certains groupes sociaux ne sont presque pas représentés : les ouvriers (0,4 % des mentors), non diplômés du supérieur (5,5 %), fonctionnaires (15 %), artisans, commerçants et chefs d'entreprises (6 %)...

Profil socio-démographique des mentors

60 % de femmes	76 % de classes favorisées
57 % d'urbains	67 % de salariés du privé
61 % de bac +5	

Or selon leur profil, les mentors ne s'investissent ni pour les mêmes raisons, ni dans le même type de structures. Cela produit plusieurs pôles de mentorat, avec une forte différenciation genrée :

- un mentorat masculin autour de l'insertion professionnelle et de l'entrepreneuriat ;
- un mentorat féminin et populaire autour de la scolarité ;
- un mentorat féminin et privilégié autour de l'insertion sociale.

3 Le mentorat, une réponse aux besoins des jeunes

Les besoins que les jeunes expriment vis-à-vis de l'accompagnement par le mentorat varient selon leur origine sociale.

Les jeunes des classes populaires expriment moins souvent des attentes précises en début de relation : ils s'en remettent davantage aux mentors pour déterminer les contours de l'aide proposée, puis construisent progressivement un projet spécifique (« trouver un stage », « améliorer ses résultats scolaires »...). Par contraste, l'expression de besoins précis et spécifiques est plus courante chez les jeunes des classes moyennes et supérieures. Les apports généralistes en termes de savoir-être (confiance en soi, maîtrise des codes) sont pour eux des outils spécifiques au service d'un projet, et non une finalité.

Les mentors opèrent la même distinction entre besoins spécifiques (davantage identifiés chez les jeunes des milieux favorisés) et besoins généralistes (davantage identifiés chez les jeunes des milieux populaires).

Ils privilégient donc pour ces derniers un objectif de transformation globale des façons d'être, d'agir et de penser dans laquelle les projets et les objectifs spécifiques sont au service de l'acquisition de savoir-être.

La perception des besoins et les registres d'accompagnement mobilisés par les mentors varient également selon leur champ d'intervention, le sexe et la classe sociale.

Conformément à la répartition genrée des rôles familiaux et professionnels, les mentors hommes limitent leur implication affective, adoptent davantage une posture d'expertise et accordent plus d'importance aux besoins liés au monde professionnel, alors que les femmes mobilisent plus le registre du soin et de la sollicitude et se focalisent plutôt sur les besoins scolaires et affectifs des jeunes.

Dans certains cas, ces décalages entre attentes et propositions peuvent aboutir à un désengagement des jeunes et à la frustration des mentors.

4 Les effets du mentorat

Jeunes comme mentors sont très satisfaits du mentorat qui leur semble mutuellement bénéfique : **86 % des mentors sont satisfaits du programme dans lequel elles ou ils interviennent**

Pour les mentorés

Le mentorat permet surtout un gain d'estime de soi, via des actions concrètes d'accompagnement. Cet effet est différencié selon le milieu social : il prend davantage la forme d'une assimilation de nouvelles manières d'être chez des jeunes des classes populaires, et d'une validation des choix dans les classes moyennes et supérieures.

De la même façon, **les apports en termes de capital culturel ne sont pas les mêmes** : ce sont des apports substantiels qui visent à éviter le décrochage des jeunes en difficulté, mais des apports périphériques qui permettent aux jeunes favorisés de prendre un temps d'avance.

Pour les mentors

Le mentorat permet d'identifier et de valoriser leurs compétences et connaissances et d'en acquérir de nouvelles. Il apporte aussi une ouverture appréciée vers les jeunes générations et d'autres milieux socio-culturels.

Les effets perçus par les mentors

- 89 % des mentors se sentent plus utiles
- 69 % ressentent une plus grande fierté
- 68 % comprennent mieux les jeunes
- 56 % ont davantage conscience des inégalités

Des préconisations

Les résultats de l'étude ont permis d'identifier **trois grandes préconisations pour que le mentorat soit un outil de lutte contre les inégalités de destin encore plus efficace**. Travaillées en ateliers stratégiques avec les parties prenantes en janvier 2024, elles inspirent **des pistes d'action pour construire collectivement l'avenir du mentorat**.

... et des pistes d'action

1

Travailler sur le rôle et le positionnement de mentor

- Ouvrir et diversifier le recrutement en termes d'origine sociale ;
- Garantir des formations systématiques ;
- Impulser une réflexion autour de l'investissement affectif des mentors.

- Mise en place de **nouvelles stratégies de communication** ;
- Création d'une **formation socle** ;
- Temps d'échange des « **bonnes pratiques** »...

2

Renforcer la capacité d'agir des jeunes mentorées

- Inclure les jeunes dans la construction des programmes de mentorat ;
- Rendre le mentorat plus accessible et compréhensible ;
- Adapter l'offre de mentorat aux besoins exprimés par les jeunes.

- **Consultations des jeunes** ;
- **Communautés d'alumni** ;
- **Renforcement de la formation mentors** sur la question des décalages attentes/besoins...

3

Équilibrer le champ national du mentorat

- Garantir la diversité du mentorat et le focaliser davantage sur la jeunesse en difficulté ;
- Garantir la qualité via un référentiel de standards communs ;
- Développer les parcours de mentorat entre les structures.

- **Consortium d'associations** ;
- **Diagnostics territoriaux des besoins** avant l'implantation des associations ;
- **Suivi commun** des jeunes...



L'intégralité des résultats et le détail des préconisations et de la feuille de route stratégique sont disponibles en ligne : agencephare.com/missions/le-mentorat-en-france



Contacts

Evolem Citoyen : Julie Viloing (julie.viloing@evolem.com)

Agence Phare : Clémence Perronnet (clemence@agencephare.com)