



## **Les représentations des étudiants de l'Université Laval à l'égard des institutions financières**

**Rapport final**  
Présenté à



**Lydia Arsenault**

**Sous la direction de Mesdames Andrée Fortin et Madeleine Pastinelli**

**Le 1 mai 2008**

## FAITS SAILLANTS

- La coopérative financière Desjardins est fondée en 1900 à Lévis par monsieur Alphonse Desjardins dans le but de rendre le crédit accessible aux Canadiens français.
- Le Groupe conseil Sondages, une firme de sondages interne à Desjardins, désire connaître les représentations sociales des étudiants de l'Université Laval à l'égard de Desjardins et des banques et connaître les facteurs qui influencent ces représentations.
- L'évolution qu'a connue le Mouvement Desjardins est susceptible d'avoir influencé un changement de perception à l'égard de Desjardins chez les jeunes générations.
- Le Groupe conseil Sondages croit que les jeunes associent Desjardins au « petit peuple », alors qu'ils associent les banques aux gens fortunés.
- La question de recherche est la suivante : quelles sont les représentations sociales des étudiants de l'Université Laval vis-à-vis des institutions financières en général et de Desjardins en particulier, et quels sont les facteurs qui influencent ces représentations?
- Mes hypothèses étaient que la socialisation primaire et secondaire de chaque individu influence les représentations sociales que les étudiants universitaires se font des institutions financières. De plus, je supposais que les étudiants universitaires connaissaient mal l'aspect coopératif de Desjardins, ce qui les portait à confondre cette institution financière avec les banques.
- Cinq facteurs influencent les représentations sociales des étudiants universitaires à l'égard de Desjardins et des banques : la famille, le parcours scolaire, les expériences personnelles, les expériences de travail et les connaissances en matière de finances.
- La famille joue un grand rôle dans l'opinion qu'ont les jeunes à propos de Desjardins et des banques. Ce sont les parents qui choisissent la première institution financière de l'enfant. Cette institution est souvent Desjardins et il se crée chez l'individu un certain attachement envers la coopérative lorsque le jeune en est membre depuis la petite enfance
- Le parcours scolaire joue un rôle déterminant dans l'attachement du membre à Desjardins. Les individus ayant participé à la caisse scolaire à l'école primaire se montrent plus attachés à Desjardins. De plus, Desjardins est la seule institution financière présente à l'intérieur même d'établissements scolaires, tous niveaux confondus.
- Les expériences personnelles que vivent les jeunes (situation financière, expériences vécues avec les institutions financières) font en sorte que Desjardins est préférée lorsqu'il est question de prêts et de crédit, alors que les banques sont favorites lorsqu'il est question d'épargne et de placements.

- Une expérience de travail en lien avec Desjardins à un impact direct sur la représentation que l'individu se fait de la coopérative financière. Cet impact peut être positif ou négatif.
- Les connaissances et les pratiques financières jouent un rôle dans le choix de l'institution financière à l'âge adulte. Les étudiants qui ont de meilleures connaissances financières sont ceux qui sont à la fois membres de Desjardins et clients d'une banque et qui profitent des avantages offerts par les deux types d'institutions.
- La caisse populaire et l'aspect coopératif sont les deux éléments centraux de la représentation que se font les étudiants de l'Université Laval à l'égard de Desjardins. On retrouve ensuite le crédit, le terme « institution financière », les étudiants, Alphonse Desjardins et l'argent comme éléments périphériques.
- Les finances représentent le seul élément central de la représentation sociale que se font les jeunes vis-à-vis des banques. L'argent, l'épargne, les frais élevés et l'aspect entrepreneurial des banques constituent les éléments périphériques de la représentation.
- Les jeunes voient Desjardins et les banques comme des institutions financières semblables, non pas à cause de la méconnaissance de l'aspect coopératif de Desjardins, mais parce que le pouvoir décisionnel des membres de Desjardins n'a plus d'impact réel sur les décisions du Mouvement Desjardins en général.

## RÉSUMÉ

Le Groupe conseil Sondages croix que les jeunes considèrent Desjardins comme une institution financière pour le « petit peuple » et les petits épargnants, et qu'ils associent les banques aux gens fortunés. Suite à cette impression, il désire connaître les représentations sociales des étudiants de l'Université Laval à l'égard de Desjardins et des banques et connaître les facteurs qui influencent ces représentations.

J'ai réalisé des entrevues semi-dirigées avec des étudiants et adopté une méthode permettant d'accéder à la fois aux éléments de représentations et à la façon dont ils s'ordonnent. Cette méthode est nommée l'évocation hiérarchisée. L'analyse montre que la socialisation de chaque individu a une influence sur la formation des représentations sociales à l'égard des institutions financières et que cinq facteurs jouent un rôle dans la façon dont sont perçues Desjardins et les banques. La famille est un facteur décisif pour le choix de la première institution financière de l'enfant, puisque ce choix est généralement assumé par les parents. Le parcours scolaire joue, quant à lui, le rôle d'intermédiaire entre l'enfant et Desjardins et c'est par le biais du programme des Caisses scolaires et des Caisses étudiantes à l'école primaire et secondaire, et par la présence de guichet automatique dans les établissements d'enseignement supérieur qu'il assure ce rôle. Les expériences personnelles, comme la situation financière et les expériences vécues avec Desjardins ou les banques, influencent aussi la formation des représentations sociales à l'égard des institutions financières chez les jeunes. Au même titre, occuper un emploi en lien avec Desjardins peut avoir un impact positif ou négatif sur la façon dont est perçue la coopérative financière. Finalement, le degré de connaissances financières joue un double rôle. D'une part, les individus qui possèdent de meilleures connaissances en finances sont davantage portés à « magasiner » les services financiers dans le but de tirer profit de plus d'une institution financière à la fois. D'autre part, les individus dont le niveau de connaissances est plus élevé considèrent que Desjardins est très semblable aux banques, alors que les individus qui en savent moins sur la finance distinguent nettement Desjardins des banques. Quant aux représentations, on retrouve la caisse populaire et l'aspect coopératif comme éléments centraux de la représentation de Desjardins, alors que les finances en général forment le noyau de la représentation des banques.

# TABLE DES MATIÈRES

<b>INTRODUCTION</b> .....	<b>1</b>
<b>I : MISE EN CONTEXTE ET HISTOIRE DE DESJARDINS</b> .....	<b>3</b>
A. L'HISTOIRE DU MOUVEMENT DESJARDINS.....	3
B. LE CONTEXTE DE LA MONDIALISATION .....	5
C. L'IMPACT DE L'ÉCONOMIE NÉOLIBÉRALE SUR DESJARDINS .....	6
D. UNE PERCEPTION INFLUENCÉE PAR LE CONTEXTE ACTUEL .....	6
<b>II : QU'EST-CE QU'UNE COOPÉRATIVE</b> .....	<b>7</b>
A. DESJARDINS DANS LES FAITS .....	8
1. <i>Le point de vue des jeunes</i> .....	10
2. <i>La réponse de Desjardins</i> .....	11
<b>III : LES JEUNES ET L'ARGENT : DE L'ÉDUCATION À LA RESPONSABILISATION</b> .....	<b>12</b>
A. L'ÉDUCATION FINANCIÈRE DES JEUNES .....	13
1. <i>Le rôle des parents</i> .....	13
2. <i>Le rôle des caisses scolaires et étudiantes</i> .....	14
B. LE SOUTIEN À L'ÉDUCATION FINANCIÈRE DES JEUNES .....	16
C. LES ÉTUDIANTS : CIBLE DES INSTITUTIONS FINANCIÈRES .....	17
1. <i>Des clients à séduire</i> .....	17
2. <i>L'endettement des étudiants</i> .....	18
<b>IV : OUTILS CONCEPTUELS</b> .....	<b>19</b>
A. LA SOCIALISATION : À LA BASE DES REPRÉSENTATIONS SOCIALES .....	19
1. <i>La socialisation primaire</i> .....	20
2. <i>La socialisation secondaire</i> .....	20
B. LES REPRÉSENTATIONS SOCIALES : UN CONCEPT CLÉ .....	22
1. <i>Fonction de la représentation</i> .....	23
2. <i>Noyau, équilibre et consensus</i> .....	23
D. QUESTION DE RECHERCHE.....	24
E. HYPOTHÈSES .....	25
<b>V : MÉTHODOLOGIE</b> .....	<b>25</b>
A. MÉTHODE DE RECHERCHE .....	26
1. <i>L'évocation hiérarchisée</i> .....	27
B. OPÉRATIONNALISATION .....	28
C. GRILLE D'ENTREVUE .....	30
D. POPULATION À L'ÉTUDE .....	31
E. ÉCHANTILLON .....	31
F. PRÉ-ENQUÊTE .....	32
G. PRÉ-TEST .....	33
<b>VI : PRÉSENTATION DES RÉPONDANTS</b> .....	<b>33</b>
A. LE MONDE EST PETIT .....	33
B. JE PENSE .....	34
C. C'EST ÇA! .....	35
D. L'EXCEPTION .....	36
E. LE CŒUR CHEZ DESJARDINS .....	36
F. DESJARDINS M'INTERPELLE .....	37
G. LE CONNAISSEUR .....	38
H. SIMILARITÉS .....	38

<b>VII : LES FACTEURS QUI INFLUENCENT LES REPRÉSENTATIONS .....</b>	<b>39</b>
A. LE RÔLE DE LA SOCIALISATION .....	40
1. L'influence de la famille .....	40
2. Le cursus scolaire .....	43
B. AUTRES FACTEURS D'INFLUENCE .....	45
1. Les expériences personnelles .....	45
2. Les expériences de travail .....	48
3. Les connaissances et les pratiques financières .....	49
<b>VIII : LES RÉSULTATS DE L'ÉVOCATION HIÉRARCHISÉE .....</b>	<b>51</b>
A. L'INDUCTEUR « DESJARDINS » .....	52
B. L'INDUCTEUR « BANQUE » .....	54
C. DES ÉLÉMENTS OPPOSÉS .....	57
<b>IX : LES REPRÉSENTATIONS SOCIALES DES INSTITUTIONS FINANCIÈRES .....</b>	<b>59</b>
A. LA REPRÉSENTATION DE DESJARDINS .....	59
B. LA REPRÉSENTATION DES BANQUES .....	62
<b>CONCLUSION .....</b>	<b>68</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	
<b>ANNEXES</b>	
ANNEXE I – SCHÉMAS D'OPÉRATIONNALISATIONS .....	A1
ANNEXES II – FORMULAIRE DE CONSENTEMENT .....	A3
ANNEXES III – GRILLE D'ENTREVUE .....	A5
ANNEXES IV – LES TERMES DE L'ÉVOCATION HIÉRARCHISÉE .....	A8
<b>LISTE DES TABLEAUX</b>	
<i>Tableau I – Schéma d'opérationnalisation du concept de socialisation.</i>	29
<i>Tableau II – Schéma d'opérationnalisation du concept de représentation social.</i>	30
<i>Tableau III – Nombre d'occurrences et rang moyen d'apparition pour chaque terme évoqué par les répondants pour le mot inducteur « Desjardins ».</i>	52
<i>Tableau IV – Classement des termes évoqués par les répondants pour le mot inducteur « Desjardins » en éléments périphériques et centraux de la représentation.</i>	54
<i>Tableau V – Nombre d'occurrences et rang moyen d'apparition pour chaque terme évoqué par les répondants pour le mot inducteur « banque ».</i>	55
<i>Tableau VI – Classement des termes évoqués par les répondants pour le mot inducteur « banque » en éléments périphériques et centraux de la représentation.</i>	56
<i>Tableau VII – Nombre moyen d'occurrences en lien avec le thème Desjardins pour quatre éléments prédominants du discours des étudiants à l'Université Laval.</i>	60
<i>Tableau VIII – Nombre moyen d'occurrences en lien avec le thème des banques pour quatre éléments prédominants du discours des étudiants à l'Université Laval.</i>	63
<i>Tableau AI – Termes évoqués par les répondants pour l'inducteur « Desjardins ».</i>	A8
<i>Tableau AII – Termes évoqués par les répondants pour l'inducteur « banque ».</i>	A9
<b>LISTE DES GRAPHIQUES</b>	
<i>Graphique I – La représentation sociale des étudiants de l'Université Laval à l'égard de Desjardins</i>	61
<i>Graphique II – La représentation sociale des étudiants de l'Université Laval à l'égard des banques.</i>	64

## **INTRODUCTION**

La présente recherche a été menée dans le but de répondre aux interrogations de la Fédération des caisses Desjardins concernant les représentations qu'ont les étudiants de l'Université Laval à l'égard des institutions financières, et plus particulièrement de Desjardins. Mon client, le Groupe conseil Sondages, est une firme de sondages interne à Desjardins, et se fait le porte-parole de la coopérative financière. Jouant un grand rôle dans l'éducation financière des Québécois, Desjardins se soucie de l'opinion de ses jeunes membres et cherche, par l'intermédiaire de cette recherche, à comprendre de quelle façon les jeunes se représentent la seule coopérative financière au Québec. Pour ce faire, il est nécessaire d'identifier quels sont les éléments susceptibles d'influencer les représentations sociales liées aux institutions financières, de même que de tenir compte des impressions de notre client quant à la façon dont les jeunes la perçoivent. Son aspect coopératif serait notamment remis en cause par les jeunes membres.

La visée de cette recherche était exploratoire et avait pour but d'une part d'identifier les représentations sociales liées aux institutions financières et à Desjardins chez les étudiants de l'Université Laval, et d'autre part de cerner les facteurs qui influencent ces représentations, par exemple le parcours scolaire, l'influence de la famille, des pairs, de l'école et des médias comme agents de socialisation. La socialisation est à la base des représentations sociales étudiées.

Dans la première section, je présente une brève histoire du Mouvement Desjardins, nécessaire à la compréhension du rôle qu'a pu jouer la coopérative financière par le passé, de même que les faits saillants de son développement en tant qu'institution financière d'envergure. Le contexte actuel de mondialisation et les enjeux qui concernent présentement Desjardins seront aussi présentés dans cette section. Il sera par la suite possible, à la seconde section, de déterminer ce qu'est une coopérative, et d'établir si Desjardins en est toujours une.

Dans une troisième section, la relation entre les jeunes et l'argent sera explicitée de manière à bien comprendre l'importance du parcours individuel de chaque individu dans la façon dont ce dernier se représente les institutions financières. L'accent sera principalement mis sur l'importance qu'occupent les institutions financières et les

parents dans l'éducation financière des jeunes, mais aussi sur le rôle que jouent Desjardins et les banques dans la situation financière des étudiants.

Afin d'aider à la compréhension de ma démarche, il est nécessaire dans la quatrième section d'en présenter les concepts fondamentaux. Dans un premier temps, le concept de socialisation sera présenté et défini de manière à clarifier les liens existants entre celui-ci et les représentations étudiées. Le concept de représentation sociale sera aussi défini et présenté dans cette section afin de bien comprendre la question de recherche et les hypothèses.

Dans la cinquième section, j'aborderai la méthodologie utilisée pour réaliser cette recherche. Puisque les représentations sociales sont complexes à étudier, j'ai opté pour une méthode qualitative, ce qui m'a permis d'identifier les éléments présents dans les représentations et de déterminer une certaine hiérarchie entre ces derniers. Je définirai aussi la population à l'étude, l'échantillon et les méthodes de recrutement qui ont été utilisées. Par la suite, la grille d'entrevue et le pré-test sont présentés, de même qu'une analyse préliminaire.

Dans la sixième section, je présenterai les huit étudiants de l'Université Laval qui m'ont accordé une entrevue de recherche, et je ferai un léger résumé de chacune des entrevues.

Dans la septième section, je répondrai à la question de recherche soulevée en section IV en démontrant de quelle façon la socialisation influence la formation des représentations sociales que se font les jeunes des institutions financières. J'expliquerai notamment quelle influence peuvent avoir la famille, le cursus scolaire, les expériences personnelles et de travail et finalement les connaissances et les pratiques financières sur la formation de ces dites représentations.

La huitième section sera consacrée à la présentation des résultats de l'évocation hiérarchisée. Quant à la section neuf, elle sera consacrée à la présentation des thèmes dominants retrouvés dans le discours des jeunes lorsqu'ils s'expriment sur Desjardins d'une part, et sur les banques d'autre part, de même qu'à la présentation de schéma illustrant de quelle façon s'organisent les éléments de la représentation sociale de Desjardins et des banques chez les étudiants de l'Université Laval.

## **I – MISE EN CONTEXTE ET HISTOIRE DE DESJARDINS**

L'importance qu'occupe aujourd'hui le Mouvement Desjardins dans la société québécoise est le résultat de l'implication sociale et économique soutenue de la coopérative envers ses membres et la communauté qui l'a vu naître. Afin de bien comprendre son évolution et les différents rôles qu'elle y a joués au fil du temps, il est préalable d'en connaître l'histoire. Il est de plus nécessaire de préciser le contexte actuel dans lequel évolue le Mouvement Desjardins.

Nous verrons, dans cette section, que la mondialisation et l'économie libérale affectent les pratiques de la coopérative financière, mais aussi la façon dont elle est perçue.

### **A – L'HISTOIRE DU MOUVEMENT DESJARDINS**

La fin du XIX<sup>e</sup> siècle est marquée par la pauvreté d'une grande partie de la population du Québec. Pendant que les usuriers font des affaires en or, les Canadiens français se font escroquer. « Les Canadiens français, à qui les grandes banques refusent très fréquemment de prêter, se retrouvent la plupart du temps dans les griffes des usuriers auprès de qui ils trouvent crédit à des taux d'intérêt exorbitants » (LAMBERT, 2005, p.44). Sténographe à la chambre des communes, Alphonse Desjardins est bien au fait de la situation. Convaincu qu'il est nécessaire d'agir afin de redonner le contrôle économique aux Canadiens français, il entreprend d'étudier les coopératives financières en Europe. Fort de ses lectures et de sa correspondance avec plusieurs organisateurs européens, il se lance finalement dans la réalisation de sa propre coopérative financière : la caisse populaire Desjardins. C'est ainsi avec l'aide de quelques personnes qu'il fonde la première caisse populaire dans sa résidence de Lévis.

Désireux d'améliorer le sort économique et social des Canadiens français, le fondateur du projet coopératif n'a pas pour seul but de créer une institution financière. Alphonse Desjardins mise à la fois sur la nouvelle institution financière que ses caisses matérialisent, mais également sur l'éducation des membres et sur leur pouvoir de décision. À un moment où les revenus sont souvent faibles, Desjardins est convaincu qu'il est nécessaire d'apprendre à des gens, souvent peu instruits, les bases d'une gestion financière saine. L'épargne qu'encouragent les

caisses populaires n'est parfois pas aussi importante que l'éducation économique des membres qu'elles permettent.

Pauvres en liquidité à leurs débuts, les caisses doivent accumuler suffisamment de dépôts de la part des membres, ainsi que d'argent provenant des parts sociales, dans l'objectif de constituer un fond qui servira par la suite aux prêts « productifs ». De 1920 à la fin des années 1950 environ, les caisses n'accordent des prêts qu'à ceux qui les convainquent que cet argent servira à produire plus que le montant du prêt accordé. Toutefois, le prêt « non productif » sera graduellement accordé aux sociétaires au rythme de l'accroissement des besoins, générés par la société de consommation, qui s'est développée après la Deuxième Guerre mondiale, et dans laquelle nous sommes encore aujourd'hui.

Malgré les intentions d'Alphonse Desjardins, une bonne partie de la population n'a pas les moyens d'être membre d'une caisse dans les premières années du Mouvement. Il arrive souvent, dans les premières décennies du 20<sup>e</sup> siècle, que la personne ne possède pas la somme de 5 \$ nécessaire pour devenir sociétaire. Pendant longtemps, les membres principaux des caisses sont des cultivateurs, des petits commerçants ainsi que des travailleurs autonomes. Les ouvriers sont généralement trop pauvres pour souscrire à la part sociale. Quant aux plus riches, ils préfèrent généralement les banques. La situation change dans les années suivant la Deuxième Guerre mondiale. « Les caisses connaissent un essor fulgurant. Alors qu'elles comptaient 36 000 sociétaires en 1933, on en dénombre huit fois plus en 1944, soit 304 000. Cette même année, un Québécois sur douze est membre d'une caisse populaire » (POULIN, 1994, p. 214). La population dans son ensemble gagne de meilleurs salaires, et une bonne partie ouvre un compte dans les caisses populaires Desjardins.

Par la suite, les caisses populaires, à l'origine indépendantes les unes des autres, se regroupent en unions régionales. Ces regroupements forment un nouveau palier de décision qui verra ses pouvoirs s'accroître avec le temps. À l'origine, les principales fonctions des unions régionales, dont la première voit le jour en 1920, sont de faire l'inspection des caisses, de conseiller les administrateurs et de faire de la promotion. Plus tard, les unions régionales créeront une fédération provinciale qui représente leur regroupement. Les raisons d'un tel regroupement ne font pas l'unanimité, et plusieurs sont critiques face aux visées centralisatrices de quelques administrateurs de ces nouvelles entités. Pourtant, le rôle de la Fédération est dans ses débuts le

même que celui de l'union régionale. Encore une fois, l'autonomie des caisses est menacée et quelques administrateurs s'opposent avec force à la Fédération. Par contre, malgré quelques conflits internes, la Fédération prend de plus en plus d'importance dans le Mouvement Desjardins, jusqu'à devenir un centre décisionnel où les grandes orientations de la coopérative sont déterminées. Une partie du pouvoir décisionnel passe graduellement des caisses vers la superstructure du Mouvement. La concentration des capitaux au sein du Mouvement permet des investissements importants, et Desjardins fait de plus en plus l'objet d'attentes de la part de la société québécoise. Le Mouvement fait l'acquisition de plusieurs filiales offrant de nombreux services aux membres. La Fédération des caisses Desjardins est aujourd'hui un joueur important dans le domaine des finances au Québec.

## B – LE CONTEXTE DE LA MONDIALISATION

Il est vrai que son évolution est fulgurante, mais Desjardins ne peut pour autant se permettre de tenir pour acquis la place importante qu'elle occupe dans le secteur financier québécois. Avec l'avènement de la mondialisation, l'industrie des services financiers connaît de grands bouleversements, tels que le décloisonnement des activités bancaires, l'ouverture des marchés et l'expansion des transactions électroniques. Ainsi, Desjardins qui était la seule institution à offrir une panoplie de services financiers regroupés sous une seule bannière financière a perdu un avantage certain avec le décloisonnement des banques à la fin des années 1980. Le changement légal provoqué par la Loi sur les banques a permis aux différents établissements bancaires d'offrir tous les services financiers (assurances, fiducies, courtage), chose qu'il leur était légalement interdit de faire avant 1991 (ARCHIVES DE RADIO-CANADA), et qui a fait en sorte d'enlever une particularité à Desjardins. La concurrence se situe désormais à l'échelle internationale et est favorisée par une nouvelle économie libérale. Les coopératives, affectées par le changement, sont coincées entre leurs idéaux coopératifs et la forme capitaliste envahissante. Girard (2001) utilise d'ailleurs les termes *hybridation* et *coopitalisme* pour définir ce dilemme d'orientation des coopératives. Il soutient de plus que « le passage au « coopitalisme » indique que la concurrence et le marché exercent une pression qui force ces organisations à adopter une série de pratiques qui étaient plutôt le lot de leurs concurrents » (GIRARD, 2001, p. 13). Ainsi, la concentration financière croissante, l'intégration avec d'autres groupes non coopératifs et la création de filiales que les membres contrôlent très peu font que la forme coopérative se différencie de moins en moins des entreprises financières en général. Par ailleurs,

même si elle est tentée de s'adapter au marché capitaliste pour rester compétitive, c'est en misant sur ses différences que la formule coopérative peut se développer tout en restant populaire.

## C – L'IMPACT DE L'ÉCONOMIE NÉOLIBÉRALE SUR DESJARDINS

Chez Desjardins, le dilemme entre l'idéologie capitaliste et le désir de coopération se traduit dans la décennie 1990 par des tensions internes, conséquences directes de « la vive concurrence qui existe dans le secteur financier et la recherche obligatoire de la rentabilité » afin de perdurer (BEAUCHAMP ET LÉVESQUE, 1991, p. 268). De plus, la concurrence se fait aujourd'hui de façons différentes. C'est maintenant plus qu'une rue que les institutions financières se partagent : elles se côtoient dans le courrier, sur Internet, à la télévision, bref partout. Le contexte de mondialisation pousse le Mouvement Desjardins, de même que les autres types de coopérative, à sans cesse réaffirmer leur rôle, de même qu'à réorienter leurs objectifs. Sans que Desjardins ne se soit éloigné de ses objectifs coopératifs dans son adaptation au nouveau marché financier, son évolution n'a pu qu'influencer la façon dont la coopérative financière s'est développée. Le mouvement coopératif s'est éloigné de ses valeurs de base. Une grande société a besoin d'une grande bureaucratie, et bureaucratie ne rime pas nécessairement avec coopération. Desjardins rectifie le tir et renoue avec le coopératisme depuis 2004, en créant des programmes comme Action jeunesse<sup>1</sup> et en revalorisant l'écoute de ses membres.

## D – UNE PERCEPTION INFLUENCÉE PAR LE CONTEXTE ACTUEL

Le bouleversement vécu par Desjardins au cours des années 1990 semble avoir eu un impact sur la perception de ses jeunes membres. Mon client avance que l'image de Desjardins est aujourd'hui souvent associée au « petit peuple » (en référence aux gens moins fortunés) alors que les banques sont perçues comme convenant davantage aux gens plus riches. Plus précisément, il avance son hypothèse en ces termes : « Nous présumons que les jeunes de l'Université Laval font peu de distinction entre la formule coopérative de Desjardins et les banques ». Par ailleurs, nous croyons qu'ils pensent du bien de Desjardins, mais qu'une image « petit

---

<sup>1</sup> Action jeunesse est un engagement massif envers les jeunes de 15 à 30 ans qui se traduit par une multitude d'actions touchant des activités commerciales, démocratiques, éducatives ainsi que le soutien au développement du milieu. Le programme permet d'accompagner les jeunes dans la préparation de leur avenir. Ses buts sont de favoriser l'intégration des jeunes au sein de Desjardins, de contribuer à préparer la relève ainsi que de placer les jeunes au cœur des préoccupations de la coopérative, tout en les servant avec considération et en les aidant dans leur vie financière.

peuple » est perceptible, lorsqu'ils comparent Desjardins avec les banques ». Toujours selon mon client, le Mouvement Desjardins serait mieux connu par les générations plus âgées que par les étudiants universitaires d'aujourd'hui. Actuellement, les jeunes afficheraient fréquemment leur ignorance ou encore leur scepticisme envers l'aspect coopératif de Desjardins, qui ressemblerait de plus en plus aux autres institutions financières.

Par conséquent, afin de rejoindre un peu plus sa clientèle et d'éclairer ses impressions, le Groupe conseil Sondages, par extension le Mouvement Desjardins lui-même, s'intéresse aux représentations qu'ont les étudiants de l'Université Laval vis-à-vis des institutions financières. Comme il détient peu d'information sur le sujet, il estime judicieux d'aller voir directement la population cible et de comprendre la manière dont est perçu le Mouvement Desjardins. Le Groupe conseil Sondages aimerait ainsi connaître l'opinion des étudiants de l'Université Laval à l'égard de Desjardins et des banques. De plus, notre client souhaite aussi connaître la différence qu'ils font entre les deux types d'institutions, entre la formule coopérative et celle des banques.

## **II – QU'EST-CE QU'UNE COOPÉRATIVE ?**

Sur la base des impressions de mon client quant à son image et de mes lectures sur l'évolution du Mouvement Desjardins, j'en suis venue à me demander si les jeunes considéraient toujours Desjardins comme une coopérative. Mais qu'est-ce qu'une coopérative? Fondée à Londres en 1895 et veillant au développement et à la prospérité des différentes coopératives à travers le monde, L'Alliance Coopérative Internationale (ACI) représentait la meilleure source pour répondre à cette question.

Voyant que le mouvement coopératif s'essouffait et s'éloignait de ses buts premiers au cours de la décennie 1980 - 1990, l'ACI se donna pour but de raviver la flamme coopérative de ses membres. A. F. Laidlaw, économiste et chercheur britannique, fut mandaté pour étudier la situation du mouvement coopératif mondial et pour produire un rapport à l'intention de l'ACI. Présenté en 1995, ce rapport contenait une analyse du mouvement coopératif international, des recommandations et un rappel des valeurs et des principes devant être à la base de l'esprit coopératif. Par la suite, l'ACI publia un document à l'intention de ses membres, leur rappelant qu'« une coopérative est une association autonome de personnes volontaires réunies pour

satisfaire leurs aspirations et besoins économiques, sociaux et culturels communs au moyen d'une entreprise dont la propriété est collective et où le pouvoir est exercée démocratiquement » (CROTEAU, 2004, p.8).

J'ai également jugé indiqué de m'attarder aux sept principes coopératifs établis par l'ACI. Ces principes sont l'adhésion volontaire et ouverte à tous, le pouvoir démocratique et la participation économique des membres, l'autonomie et l'indépendance de la coopérative, l'éducation, la formation et l'information, la coopération intercoopérative et l'engagement envers la communauté (CROTEAU, 2004). Bien qu'elles soient remplies par Desjardins, ces obligations, selon mes lectures, ne semble pas pouvoir influencer l'image de la coopérative à proprement parler.

Quant à lui, le gouvernement québécois définit la coopérative comme « une personne morale regroupant des personnes ou sociétés qui ont des besoins économiques, sociaux et culturels communs et qui, en vue de les satisfaire, s'associent pour exploiter une entreprise conformément aux règles d'action coopérative » (GOUVERNEMENT DU QUÉBEC, 2006, p.9). Il semble ainsi que si Desjardins n'est plus perçue comme une coopérative par les jeunes, elle respecte néanmoins les principes coopératifs nommés par l'ACI et concorde avec la définition légale de la coopérative.

## A – DESJARDINS DANS LES FAITS

Pour bien comprendre l'importance de l'évolution du Mouvement Desjardins dans la construction des représentations sociales à son égard, il me faut faire état de quelques faits susceptibles d'avoir influencé l'image de la coopérative financière auprès des jeunes.

À ses débuts, Desjardins représentait une association principalement communautaire. La plupart des membres étaient connus par chaque participant et les caisses populaires étaient ancrées dans les paroisses. Desjardins bénéficiait d'une grande implication du clergé et le directeur de la caisse était plus souvent qu'autrement le curé de la paroisse où la caisse était fondée (POULIN, 1990, p. 188). Les gens s'identifiaient à Desjardins de différentes façons et il y avait quelque chose de très social dans le développement d'un tel projet. Avec l'évolution du Mouvement Desjardins, il semble que ce côté social se soit dilué aux yeux des nouvelles

générations. Plusieurs facteurs peuvent être identifiés comme étant à la base de ce phénomène.

Le premier facteur que j'ai identifié est le discours du Mouvement Desjardins. Beauchamp et Lévesque (1991) rapportent que dans les années 1980 et 1990, un décalage entre ce qui se dit et ce qui se fait chez Desjardins est perçu par les jeunes. Dans ces mêmes années, « le Mouvement Desjardins a été incapable de produire une relève connaissant bien les dimensions clés de la coopération, notamment en ce qui concerne les gestionnaires de haut niveau » (BEAUCHAMP ET LÉVESQUE, 1991, p. 270), créant un décalage entre le discours des caisses locales et le discours du Mouvement Desjardins. Face à ce manque de cohérence, les jeunes ont modifié leur vision de la coopérative financière et un glissement dans la conception de la caisse populaire s'est installé.

Liée à cette perte de référence, on observe une baisse de la participation. « On reconnaît généralement que dans les différentes phases de la vie d'une organisation coopérative, la participation est appelée à se modifier [et que] sans effort particulier pour maintenir l'intérêt de participer [...] il se produirait un phénomène de ré-identification de la personne du statut de membre à celui de client, qui conduit à un affaiblissement de la participation » au sein de ladite coopérative. (GIRARD, 2001, p. 19). Par contre, la participation est aussi influencée par la concentration des pouvoirs. L'évolution de Desjardins a fait en sorte d'obliger l'institution à responsabiliser davantage le conseil administratif que l'assemblée générale, laissant ainsi un sentiment d'impuissance chez ses membres. L'augmentation du niveau de bureaucratisation chez Desjardins donne l'impression que la démocratie n'est qu'un beau discours de différenciation par rapport aux banques. Selon Croteau, la démocratie chez Desjardins n'en est plus tellement une puisque le pouvoir des membres s'arrête au choix du dirigeant de la caisse locale alors que les grandes décisions sont assumées par la Fédération. Pour lui, il n'y a plus de différence entre le membre de Desjardins et les autres « consommateurs de services financiers » pour reprendre son expression.

La participation est aussi en lien avec la mobilisation des membres. Les facteurs de mobilisation sont différents pour chaque individu et comprennent généralement les besoins humains fondamentaux comme la sécurité, le sentiment d'appartenance, le sentiment de maîtriser sa destinée, les idéaux personnels, la fierté et la camaraderie. Selon l'importance accordée aux différents facteurs de mobilisation, chaque individu

considèrera que le Mouvement Desjardins, ou une institution financière de type bancaire, risque de représenter un meilleur « choix » en matière de finances personnelles. À ce sujet, Côté soutient que « la propriété coopérative offre de plus grandes possibilités de toucher les idéaux personnels, une plus grande participation [et] la poursuite d'objectifs humains fondamentaux » (CÔTÉ, 2001, p. 53), ce qui permet à Desjardins de se démarquer des autres institutions financières.

Le slogan « Ceci n'est pas une banque » met l'accent sur la différence entre Desjardins et les banques. Si le Mouvement Desjardins désire se démarquer des autres institutions financières, ne serait-ce pas précisément parce que, dans la pratique, les caisses leur ressemblent de plus en plus?

### *1. Le point de vue des jeunes*

Selon mon client, l'opinion des jeunes face à Desjardins semble stéréotypée, et les banques seraient associées à une clientèle bien nantie. Selon certaines études internes à Desjardins, les jeunes considèrent que Desjardins est une institution financière importante au Québec, mais qu'elle est peu à leur écoute ou très méfiante lorsqu'il est question de faire affaire avec eux. Il est vrai que l'institution est particulièrement prudente au moment de consentir un prêt ou d'investir dans un projet. Par contre, selon madame Lucille Blais de la Fédération des caisses Desjardins, la coopérative a la même politique avec les jeunes qu'avec les membres plus âgés. La raison principale pour laquelle les jeunes se voient souvent refuser un prêt, c'est que leur situation de crédit est plus à risque que celle de leurs aînés.

En effet, pour obtenir un prêt, il est nécessaire d'avoir un dossier de crédit, chose impossible si personne ne désire endosser le demandeur ou si aucune institution financière ne consent à lui prêter une somme d'argent quelconque. Par la suite, Desjardins fait beaucoup plus que vérifier si l'emprunteur a un emploi et un revenu fixe. Elle calcule généralement, pour tout emprunteur, la probabilité que la personne soit capable d'assumer le remboursement du prêt demandé. Favorisant l'épargne et l'éducation financière, la coopérative ne souhaite pas faire en sorte que l'emprunteur se retrouve dans une situation d'endettement qui le mènerait à la faillite. Ainsi, si on estime que la personne risque de ne pas pouvoir assumer totalement le remboursement du prêt demandé, ce dernier est refusé par Desjardins. En ce sens, il ne s'agit pas de méfiance envers les jeunes, mais bien d'une précaution prise par l'institution.

Même s'il est vrai que chez Desjardins les jeunes se voient plus souvent refuser du crédit que les autres groupes d'âge, il ne faut pas oublier que la situation financière des jeunes est souvent plus précaire que celle de leurs aînés, le montant de leurs dettes étant généralement plus élevé que celui de leurs épargnes. C'est donc la situation financière, plutôt que l'âge des membres, qui fait en sorte que les refus se font plus fréquents pour les jeunes.

Le Mouvement Desjardins rend-il service à ses jeunes membres en prenant ces précautions? Il semble qu'à court terme la réponse soit non, puisque les jeunes s'orientent vers les banques où les prêts sont plus faciles à obtenir. Nous verrons dans une prochaine section que cela fait en sorte que les jeunes sont déçus par Desjardins. Ayant souvent été fidèles à l'institution depuis leur premier compte d'épargne scolaire, les jeunes trouvent décevant qu'une banque pour qui ils sont des « inconnus » leur fasse confiance presque instantanément, alors que les refus s'accumulent chez Desjardins. Malgré tout, selon les statistiques de 2006, « 1 006 500 jeunes de 15 à 30 ans font affaire avec Desjardins » (DESJARDINS, 2006, p.7) au Québec, ce qui compte pour un peu plus de 20 % des membres.

## *2. La réponse de Desjardins*

En réponse aux reproches faits par ses jeunes membres, Desjardins décide en 2003 de prendre un nouveau virage et d'être davantage à l'écoute des requêtes et besoins des jeunes. C'est par le programme Action Jeunesse pour les 15 à 30 ans, dont est responsable madame Lucille Blais, que la Fédération des caisses Desjardins décide d'apporter un soutien particulier aux jeunes. Misant sur l'ouverture, la confiance et la responsabilité, cette initiative vise à favoriser l'intégration des jeunes au sein de Desjardins, à préparer la relève de la coopérative et à placer les jeunes au cœur des préoccupations du Mouvement Desjardins. On espère par la même occasion aider les jeunes dans leur vie financière.

Trois principes sont à la base du projet Action Jeunesse. Tout d'abord, Desjardins souhaite répondre aux besoins des jeunes. C'est pour cette raison que la coopérative a revu, depuis 2003, certaines de ses pratiques, notamment en matière de crédit. Par la suite, Desjardins désire fortement rester proche des jeunes, et c'est par les idées et l'engagement de ces derniers dans le développement et l'amélioration du programme que Desjardins s'assure de respecter ses nouveaux

engagements. Finalement, Desjardins espère changer sa culture de façon durable pour que les jeunes membres se sentent toujours « chez eux » chez Desjardins.

L'écoute et le désir de répondre aux attentes des jeunes ne sont pas les seuls points de mire du programme Action Jeunesse, car plusieurs ponts ont été jetés vers les jeunes. Dans le domaine des pratiques commerciales, des nouvelles attitudes et comportements sont adoptés par Desjardins et des produits financiers qui leur sont adaptés sont développés. En matière de démocratie, on tente de stimuler la participation des jeunes aux assemblées générales de manière à ce que leurs besoins soient représentés. Pour ce faire, des bourses d'études peuvent être distribuées par certaines caisses populaires où la participation laisse à désirer. Au point de vue de la connaissance et de l'information, Desjardins s'acquitte de sa mission d'éducation coopérative et financière à travers les caisses scolaires, les caisses étudiantes et les programmes Coopérative jeunesse de services et Jeune COOP. Finalement, c'est en employant un grand nombre de jeunes ainsi qu'en développant l'employabilité et l'entrepreneuriat québécois que Desjardins développe le secteur de l'emploi pour les jeunes.

Malgré les perturbations que la coopérative a pu connaître ces dernières années, elle fait preuve, aujourd'hui comme au début, d'une volonté d'être au cœur de la vie financière et sociale de ses membres et n'a pas délaissé sa mission d'éducation financière.

### **III – LES JEUNES ET L'ARGENT : DE L'ÉDUCATION À LA RESPONSABILISATION**

L'éducation financière est une étape importante et décisive dans le parcours des individus. Généralement assurée par les parents et par Desjardins, la transmission des connaissances financières et d'habitudes saines en matière de finances permet au jeune de commencer sa vie financière sur une base positive et sa relation avec les institutions financières en sera généralement influencée. Sans affirmer que les jeunes sont plus à l'abri du crédit et de l'endettement lorsqu'ils sont bien éduqués financièrement, je considère toutefois que de bonnes habitudes et des connaissances financières de base sont des atouts à ne pas négliger.

## A – L'ÉDUCATION FINANCIÈRE DES JEUNES

Être responsable et discipliné lorsqu'il est question de finances personnelles est quelque chose qui s'apprend. Dans le cas des Québécois, l'éducation financière est assumée conjointement par les parents et Desjardins. Selon une enquête réalisée en 2004 auprès de 980 jeunes de 18 à 29 ans, « la source d'apprentissage principale en matière de finances personnelles la plus fréquemment rapportée est la famille (pour 37,8 % des sujets), suivie par l'expérience personnelle (25,4%) et les cours suivis à l'école ou ailleurs (13,1 %). Les médias, les amis et les conseillers financiers ne sont mentionnés que par 5 à 6,5 % des sujets. » (LACHANCE, BEAUDOIN ET ROBITAILLE, 2004). Les caisses scolaires et les caisses étudiantes font partie de ce que les chercheurs qualifient d'« expérience personnelle ».

### *1. Le rôle des parents*

En tant que premiers « éducateurs financiers » des enfants, les parents doivent inculquer à leurs enfants de saines habitudes financières pour le futur. Il semble d'ailleurs que la première valeur en matière économique que ces derniers souhaitent léguer à leurs enfants soit le sens de l'épargne.

Premièrement, Massé (1990) soutient que puisque les notions d'argent s'acquièrent en bas âge, le fait de donner de l'argent de poche aux enfants, ou de leur verser un petit salaire lorsqu'ils exécutent des tâches peu communes, peut constituer la base d'une bonne éducation financière. De cette façon, l'enfant peut conserver les sous qu'il reçoit dans une tirelire, et les voir s'accumuler de façon concrète.

Deuxièmement, une étape importante dans l'éducation financière du jeune est de le responsabiliser. Pour ce faire, le parent peut ouvrir un compte à son enfant, le laisser faire les dépôts seul et lui confier l'administration de ce compte. Comme il est plus facile pour l'enfant de comprendre le sens de l'épargne lorsqu'il voit son bien se bonifier avec le temps, le compte à intérêts quotidiens est celui qui concorde le plus avec l'éducation à l'épargne. De manière abstraite, l'enfant peut y voir l'intérêt s'accumuler. C'est d'ailleurs le principe que favorisent les caisses scolaires de Desjardins destinées aux jeunes du primaire.

Troisièmement, afin de montrer à l'enfant à hiérarchiser ses désirs, Andrée Fortin, professeure de psychologie à l'Université de Montréal, considère qu'« un excellent

point de départ [...] serait de montrer à l'enfant à faire un budget » (MASSÉ, 1990, p. 20). De plus, cette activité peut favoriser la communication en matière de finance entre les parents et l'enfant. Cet aspect n'est pas à négliger, car l'ouverture d'esprit des parents fera en sorte que l'enfant comprendra plus vite les notions liées à l'argent et osera demander conseils à ses parents au moment d'utiliser ses propres économies. Andrée Fortin considère qu'il est préférable de laisser l'enfant gérer ses épargnes lui-même, sans porter de jugement sur la façon dont il est utilisé, plutôt que de tenter de contrôler le rapport entre l'épargne et les dépenses. Laisser une autonomie financière au jeune tout en le supervisant, c'est en quelque sorte faire de lui une personne responsable financièrement, mais aussi un consommateur consciencieux qui ne dépensera pas tout son argent sur un simple coup de tête.

Finalement, lorsque le parent voit que les notions d'épargne sont bien comprises par l'enfant, il est possible de combiner l'épargne à long terme et l'épargne par objectif, afin d'apprendre à l'enfant que le fait d'épargner peut aussi s'appliquer dans le but de consommer. L'enfant et le parent peuvent ainsi fixer un montant d'épargne quotidien consacré au projet d'achat d'un objet quelconque. Le parent peut aussi aider l'enfant en lui donnant de l'argent dans le but d'atteindre le montant nécessaire à l'achat visé.

## *2. Le rôle des caisses scolaires et étudiantes*

C'est à travers les caisses scolaires et étudiantes que Desjardins assume son rôle d'éducation financière chez les jeunes. La première caisse scolaire a pris naissance au tout début de l'histoire de Desjardins, mais ce n'est qu'en 1949 que ce projet connut un essor fulgurant grâce à une campagne valorisant l'épargne scolaire. Alors que de 1950 à 1951, le nombre d'élèves épargnants passa de 11 000 à 47 000, en 1956 on ne comptait pas moins de 253 000 élèves qui participaient à ce projet d'éducation à l'épargne développé par Desjardins (POULIN, 1994, p. 144).

Aujourd'hui, ce sont plus de 1 000 écoles primaires du Québec qui offrent aux élèves de participer à une caisse scolaire. Afin de permettre à l'enfant d'apprendre les notions d'épargne et de bonification de cette dernière, la caisse scolaire n'offre à l'enfant que la possibilité de faire des dépôts. De plus, la caisse scolaire est dépendante d'une caisse mère qui la prend en charge. Ainsi, le jeune n'est membre de la caisse scolaire que pendant qu'il fréquente le niveau primaire. Par la suite, la caisse étudiante prend la relève de l'éducation à l'épargne de Desjardins tout au long du niveau secondaire.

Les caisses étudiantes sont le prolongement logique des caisses scolaires et ont pour but d'aider l'enfant à acquérir de bonnes habitudes financières. Plus précisément, pour Beauchamp et Comeau (1996) les caisses étudiantes sont établies dans l'espoir que des schèmes de référence relatifs à la coopération en matière d'épargne et crédit seront développés. Elles peuvent aussi représenter « une expérience intéressante au chapitre de la socialisation secondaire surtout en ce qui a trait au développement personnel et à l'acquisition de certaines connaissances » (BEAUCHAMP ET COMEAU, 1996, p. 301) liées à la gestion et à la finance.

Plus rares que les caisses scolaires parce qu'elles demandent plus de ressources de la part de la caisse mère ainsi que de temps de la part des élèves et des professeurs, on dénombre aujourd'hui environ 90 écoles secondaires où il existe une caisse étudiante. Certains changements se sont par contre produits dans le fonctionnement de ces dernières au fil du temps. Jusqu'à la première moitié de la décennie 1990, les services et la gestion des caisses étaient faits à la main. C'est-à-dire que des cartes de dépôt devaient être remplies par les usagers et vérifiées par les étudiants responsables des services de la caisse étudiante. À la suite du développement de l'informatisation des services bancaires et des pressions des étudiants, Desjardins jugea bon de changer la formule des caisses étudiantes en 1996. C'est ainsi que l'automatisation des systèmes fut introduite, ce qui transforma un peu le projet éducatif en diminuant la charge de travail demandée aux élèves.

Depuis l'automatisation des services, les caisses étudiantes ont la possibilité d'émettre des cartes de guichet. Par contre, cette possibilité se fait toujours avec l'approbation du parent de l'élève demandeur et plusieurs restrictions sont imposées à l'utilisation de cette carte. Par exemple, un transit autorisé à 0 \$ et une limite de retrait quotidien très bas font en sorte que Desjardins respecte l'apprentissage logique des notions financières chez le jeune étudiant. Depuis ces changements, on compte une augmentation des jeunes utilisateurs des services automatisés dans les différentes institutions financières. À ce sujet, « un sondage réalisé en 1999 pour la chaîne câblée YTV par Creative Research International révèle que, au Canada, 63% des *tweens* (les jeunes de 9 à 14 ans) ont un compte bancaire et 19% une carte de débit - contre seulement 8% en 1995 » (GRÉGOIRE, 2001, p. 49). C'est donc toujours une minorité d'étudiants qui utilise ce mode de paiement.

L'implication de Desjardins dans le monde scolaire est importante et nombreux sont ceux qui ont déjà participé au projet d'éducation financière mis sur pieds par la coopérative. Madame Duchesne, responsable du programme des caisses scolaires et étudiantes, affirme que le *membership* de Desjardins est présentement composé de plus de 50 % d'individus se souvenant avoir fait partie d'une caisse scolaire ou étudiante lorsqu'ils étaient jeunes. C'est beaucoup lorsqu'on pense que cette proportion comprend les membres de tout âge de Desjardins. Il est donc évident que Desjardins occupe une place importante dans l'éducation financière des jeunes Québécois. Le projet ne s'arrête pourtant pas là. Grâce à Desjardins, « Plus de 1 800 jeunes se sont [...] initiés au démarrage et au développement d'une coopérative par la voie des projets Jeune COOP et Coopérative jeunesse de services<sup>2</sup> » (DESJARDINS, 2006, p. 10). Desjardins offre aussi régulièrement des conférences d'informations financières par l'entremise de ses différentes caisses. De plus, pour les jeunes de 18 à 30 ans, il est possible de participer au programme Jeune dirigeant stagiaire de Desjardins<sup>3</sup> dans plus de 180 caisses québécoises.

## B – LE SOUTIEN À L'ÉDUCATION FINANCIÈRE DES JEUNES

Les banques se consacrent peu ou pas à l'éducation financière. Pour ce qui est des services offerts pour aider les parents dans l'éducation financière de l'enfant, la plupart des institutions financières (Banque Nationale, CIBC, Banque Royale et Banque Scotia) ont développé des programmes spéciaux pour les jeunes. Tout comme chez Desjardins, ces programmes ne sont accessibles que sous la tutelle d'un parent, ce dernier contrôlant les différentes possibilités liées au compte (épargne, montant maximal pour les retraits) et ce, jusqu'à la majorité de l'enfant. Il est aussi possible d'émettre une carte de guichet au nom de l'enfant avec approbation du tuteur. Si on se fie à l'opinion des banquiers, la carte de débit serait un « symbole » pour les jeunes. Associé à l'image du « rite de passage de l'enfance vers l'âge adulte » (GRÉGOIRE, 2001, p.49), le fait d'avoir une carte de débit à son nom serait, pour le jeune, une marque de la reconnaissance de sa maturité. Des informations sur les différentes notions financières sont disponibles sur les sites Internet de chacune des banques et auprès des conseillers financiers. Toutefois, les institutions financières n'y accordent pas toute la même importance.

---

<sup>2</sup> Ces programmes consistent notamment à mettre sur pied une coopérative de biens ou de services à l'intérieur de l'école secondaire fréquentée.

<sup>3</sup> Ce programme permet de réaliser un stage pratique en tant qu'administrateur d'une caisse, et même de poursuivre cette expérience dans une coopérative internationale réputée pour une durée d'une semaine.

Desjardins est l'institution financière qui offre le plus d'information sur son portail web. Il contient entre autres des rubriques détaillées et des solutions pour les moments plus difficiles du point de vue financier que les jeunes et les étudiants peuvent connaître. L'importance de l'éducation financière pour la coopérative est donc visible même sur son site Internet. Desjardins est suivi par la Banque Nationale, dont le site Internet comprend une section dédiée aux 18-24 ans donnant beaucoup d'informations pour les jeunes aux études qui souhaitent être attentifs à leurs finances. La CIBC vient ensuite avec une section de soutien aux étudiants où il est possible de trouver réponse à certaines questions généralement posées par les jeunes en matière de finances. Quant aux autres institutions (Banque de Montréal (BMO), Banque Royale (RBC) et Banque Laurentienne), bien que leurs sites Internet contiennent des portails dédiés aux jeunes, on n'y parle que de prêts et bourses et de crédit, ce qui n'apporte rien à l'éducation financière des jeunes.

## C – LES ÉTUDIANTS : CIBLE DES INSTITUTIONS FINANCIÈRES

Les jeunes représentent une cible de choix pour les différentes institutions financières, soit parce qu'ils forment la future élite financière, soit parce qu'ils sont susceptibles d'être à risque financièrement et d'engraisser les coffres en payant des intérêts de façon régulière. Il serait par contre faux de dire que les jeunes sont tous « irresponsables » lorsqu'il est question de crédit ou encore qu'ils entretiennent un mauvais rapport avec l'argent. Il est vrai que pour plusieurs, l'éducation financière fait défaut et que le crédit est souvent le début de l'endettement, mais pour une bonne partie des jeunes, les parents se soucient de cet aspect et exercent un contrôle très tôt.

### *1. Des clients à séduire*

Les institutions financières travaillent d'arrache-pied pour trouver de nouveaux clients, ou membres dans le cas de Desjardins. Les jeunes, considérés comme des consommateurs en puissance, représentent une clientèle en or car l'achat d'une première voiture, l'achat de meubles, le financement des études, etc., sont des dépenses importantes qui sont facilitées par le crédit. Les institutions financières font ainsi en sorte de rendre ce dernier accessible aux jeunes de plus en plus facilement. Que ce soit par la carte de crédit des parents pour les jeunes du niveau secondaire (comme second utilisateur de la carte de crédit du père ou de la mère) ou encore par

la sollicitation des institutions financières dans les établissements scolaires de niveau collégial et universitaire, les jeunes sont initiés toujours plus tôt à la consommation par le crédit. Selon un sondage de SOM réalisé pour Visa Desjardins auprès de 500 étudiants québécois de 18 à 24 ans, 45 % des étudiants disaient posséder au moins une carte de crédit qu'ils utilisaient comme mode de paiement complémentaire à la carte débit ou à l'argent comptant en 2002 (NORMAND, 2002, p.16). Malgré cette accessibilité accrue au crédit, les institutions financières n'accordent pas toutes la même attention à la situation financière particulière des étudiants.

## *2. L'endettement des étudiants*

L'endettement des jeunes est un phénomène en expansion depuis quelques années, et dépendrait de deux causes majeures, soit la dette d'étude et la dette de crédit à la consommation.

Au sujet de la dette d'étude, entre 1990-1991 et 1994-1995, le nombre d'ex-étudiants(es) qui ont eu recours au Programme de remboursement différé est passé de 5 373 à 17 771, une augmentation de 330 % » (GRENIER ET LAUZON, 1997, p.16). Selon une enquête nationale réalisée par Statistique Canada en 2004, les bacheliers canadiens avaient en moyenne une dette d'étude de 19 500 \$ envers le gouvernement, alors qu'en 2002, madame Jannick Desforges, avocate chez Option Consommateurs affirmait que la dette moyenne des étudiants au premier cycle universitaire s'élevait à 10 000 \$ (NORMAND, 2002, p.16). Les étudiants s'endettent donc plus que par le passé et déjà en 2004, 45 % des répondants de l'enquête menée par Statistique Canada avaient, à la fin de leurs études, « contractés une dette auprès des programmes de prêts étudiants du gouvernement » (STATISTIQUE CANADA, 2004).

Au même chapitre, il faut considérer l'endettement lié à la consommation par crédit. Selon un sondage omnibus effectué entre le 24 septembre et le 3 octobre 2007 auprès de 1021 ménages québécois, les gens reçoivent en moyenne 2,8 sollicitations sur le crédit au cours d'un mois normal (CACQ) ce qui fait un peu plus de 30 sollicitations par année. On retrouve les jeunes parmi les individus les plus enclins à répondre positivement à cette sollicitation. Les jeunes de 18 à 30 ans possèdent en moyenne 2,2 produits de crédit comprenant généralement carte de crédit, prêt étudiant et prêt pour l'achat de matériel informatique dans le cas des étudiants. Bien que plusieurs aient besoin de ces prêts pour poursuivre leurs études,

les prêts accordés sont calculés en fonction du besoin immédiat et non de la capacité à assumer un tel prêt.

Or, les individus n'ont pas tous le même niveau de connaissance en matière de crédit et de finance. D'après une étude réalisée en 2004 par Lachance, Beaudoin et Robitaille, ceux qui s'y connaissent le plus en matière de crédit sont ceux dont les revenus sont élevés, qui ne vivent pas en couple et qui cumulent les expériences avec le crédit. Mais encore, « l'âge, le sexe, le nombre d'années de scolarité, le fait de rapporter faire un budget ou de mettre régulièrement de l'argent de côté et le niveau d'endettement à la consommation » (LACHANCE, BEAUDOIN ET ROBITAILLE, 2004) n'influencent pas le niveau de connaissances dans le domaine du crédit. Toujours selon ces chercheurs, l'attitude face au crédit et à l'endettement est influencé par le fait d'avoir une bonne connaissance du crédit et le fait d'avoir un enfant à charge.

Néanmoins, l'accès facile au crédit et le manque de connaissances de ce dernier poussent les jeunes vers une situation d'endettement qui aboutit plus souvent qu'auparavant à des faillites personnelles. « De 1987 à 2005, le nombre de faillites a doublé chez les 15-24 ans, et augmenté de 150 % chez les 25-35 ans » (CACQ). Il est donc des plus important d'inculquer aux jeunes des connaissances financières qui leur serviront à éviter de telles situations.

## **IV – OUTILS CONCEPTUELS**

Dans cette section, les concepts de socialisation et de représentation sociale seront définis. Cette étape est importante, car une bonne compréhension des concepts fondamentaux de l'enquête aide à comprendre la question de recherche posée par le chercheur, de même que l'élaboration d'hypothèses en lien avec cette dernière.

### **A – LA SOCIALISATION : À LA BASE DES REPRÉSENTATIONS SOCIALES**

Chaque individu, qu'il soit jeune ou âgé, est soumis au processus de socialisation. Bien qu'elle soit particulièrement intense au moment de l'enfance, la socialisation d'un individu n'est jamais terminée. Ce processus, plus intense par moment et quasi inexistant à d'autres périodes de la vie, ne prend fin qu'avec la mort de l'individu. Selon Guy Rocher (1992), la socialisation est le « processus par lequel la personne

humaine apprend et intériorise tout au cours de sa vie les éléments socio-culturels de son milieu, les intègre à la structure de sa personnalité sous l'influence d'expériences et d'agents sociaux significatifs et par là s'adapte à l'environnement social où elle doit vivre » (ROCHER, 1992, p.12). Plusieurs auteurs ont d'ailleurs montré que ce processus modifie les perceptions, et permet à des phénomènes semblables d'être perçus différemment d'un individu à un autre.

### *1. La socialisation primaire*

La socialisation primaire est une période importante dans la socialisation globale de l'individu. Dans un premier temps, la « socialisation est le processus d'acquisition des connaissances, des modèles, des valeurs, des symboles, bref des « manières de faire, de penser et de sentir propres aux groupes, à la société, à la civilisation où une personne est appelée à vivre » (ROCHER, 2004, p. 132). Cet aspect est celui de l'acquisition de la culture, principalement transmise par la famille à l'aide du langage, et suivie par l'intégration de la culture à la personnalité de l'individu. Ce second aspect fait en sorte que chaque élément culturel prend chez l'individu socialisé la forme de l'obligation morale, ou encore d'une règle de conscience, qui traduira la façon de penser et d'agir normale aux yeux des autres tout en semblant naturelle aux yeux de l'individu socialisé. En ce sens, il est inévitable que la culture influence les différentes représentations sociales. Lorsqu'il s'identifie à sa collectivité et qu'il reconnaît en elle un « Nous », c'est que l'individu s'est adapté à l'environnement social duquel il fait partie. La socialisation produit donc une conformité dans les façons de penser, sentir et agir, ce qui assure une unité sociale et permet à la collectivité de se maintenir et de durer.

### *2. La socialisation secondaire*

À la suite de la socialisation primaire, l'individu a intériorisé les façons de faire, de penser, de sentir, de même que les normes de la société globale à laquelle il participe. Par contre, comme toute société est constituée de sous-groupes d'individus dont les rôles sont souvent plus spécifiques, l'individu n'est jamais parfaitement socialisé. La socialisation secondaire se fait ainsi chez un individu déjà socialisé qui est intégré à de nouvelles fonctions sociales, ou à un groupe social nouveau pour lui. Rocher la décrit en ce sens comme « l'intériorisation de « sous-mondes » institutionnels ou basés sur des institutions » (ROCHER, 1992, p. 189). Tout comme pour la socialisation primaire, le langage occupe ici aussi une place

importante, car la socialisation secondaire implique l'apprentissage d'un vocabulaire nouveau et spécifique au nouvel environnement social. L'intériorisation qui suit crée une identification subjective du sujet et de son rôle. Ce rôle sera par contre moins général que celui que l'individu se voit attribuer par la société globale. Il ne sera en lien qu'avec le ou les sous-groupes dont l'individu fait partie et il sera indépendant de sa personnalité, contrairement à son rôle social global. C'est d'ailleurs pourquoi la socialisation secondaire sera toujours plus fragile que la socialisation primaire.

Dans la socialisation secondaire, trois principaux agents de socialisation sont actifs. Dans un premier temps, les pairs ou amis permettent à l'individu de vivre une insertion sociale complémentaire de celle vécue avec la famille. Bien que la socialisation par les pairs puisse commencer pendant la socialisation primaire, c'est principalement lorsque l'enfant entre à l'école et qu'il est en contact constant avec des individus son âge qu'on peut considérer les pairs comme des agents de socialisation. Ainsi, les différents élèves forment un groupe d'âge avec lequel l'enfant apprendra à interagir, selon les normes et les règles que ses parents lui ont inculquées pendant la socialisation primaire. Dans un second temps, l'école représente elle aussi un agent de socialisation. Ayant pour but explicite la socialisation des individus qui la fréquentent, l'école transmet aux élèves des normes et des valeurs plus globales que celles de la famille, de même que des manières de penser, de faire et de sentir que les individus peuvent mettre en pratique entre eux. Cette seconde socialisation fait en sorte que l'individu se construit des schèmes de pensée partagés par l'ensemble de la société à laquelle il appartient, tout en bâtissant la personnalité sociale qui lui sera propre. Nous supposons d'ailleurs que l'école peut avoir un impact sur la représentation des institutions financières que se construisent les jeunes. Que ce soit par le contenu des cours dispensés aux élèves, par la présence de caisses scolaires et étudiantes à l'intérieur de l'établissement scolaire fréquenté ou encore par l'influence des professeurs et des pairs, plusieurs éléments sont à prendre en compte afin de bien comprendre de quelle façon la socialisation peut influencer les représentations sociales.

Les médias constituent également un agent de socialisation qu'il ne faut pas négliger. Avec la communication de masse, la société est aujourd'hui « médiatiquement socialisée ». Que ce soit par les émissions télévisées populaires, par les imprimés didactiques ou par les journaux, les générations d'aujourd'hui sont maintenant confrontées à des informations de toute sorte. En effet, « les techniques de communication de masse suggèrent, proposent, expriment des modèles, des

valeurs, des idéaux qui peuvent s'imposer avec d'autant plus de force et de persuasion qu'ils se présentent dans un contexte dramatique ou émotif qui contribuent à inhiber le jugement critique » (ROCHER, 2003, p. 155).

Les institutions financières participent elles aussi à la communication de masse. De plus en plus présentes à travers l'univers publicitaire, ces institutions n'ont pas limité leur présence à ce niveau. Davantage présentes dans les lieux d'enseignement, du niveau collégial et universitaire principalement, Desjardins et les banques participent aussi à la socialisation des individus. Sans être les seuls responsables des représentations sociales qu'elles suscitent chez les étudiants, les institutions financières y jouent tout de même un rôle.

Par contre, bien que la socialisation semble être une période importante dans l'élaboration des représentations sociales qui se forment chez un individu, elle n'est certainement pas la seule responsable de ces dernières.

## B – LES REPRÉSENTATIONS SOCIALES : UN CONCEPT CLÉ

La représentation sociale est, selon Jodelet (1994), « une forme de connaissance, socialement élaborée et partagée, ayant une visée pratique et concourant à la construction d'une réalité commune à un ensemble social ». Selon Blanc (2006), nous pouvons concevoir la représentation sociale comme un ensemble constitué d'un noyau « solide », socialement partagé, ayant en sa périphérie une multitude d'éléments plus diversifiés. La périphérie est ce qui change constamment avec les nouvelles expériences de l'individu en interaction avec son environnement. Le noyau renvoie presque toujours à une image claire et nette, stable dans le temps. C'est cette image qui est spontanément accessible lorsqu'on pense à un objet en particulier.

La notion de représentation sociale est souvent confondue avec d'autres notions (opinions, attitudes, stéréotypes et croyances). Selon Flament et Rouquette, « ces assimilations sont à l'origine d'erreurs de procédures et d'erreur d'interprétation. » (FLAMENT ET ROUQUETTE, 2003, p. 12) qui mèneront le chercheur à s'égarer de ses objectifs de recherche. Il est ainsi primordial de faire en sorte que la notion de représentation sociale soit claire.

## *1. Fonction de la représentation*

Les représentations sociales occupent trois fonctions ou « rôles » principaux selon Jodelet (1989). Tout d'abord, puisqu'elles ont pour base des façons de faire, de penser et d'agir regroupées en schèmes de pensée, les représentations sociales permettent l'anticipation des actes et des conduites sociales, autant pour soi-même que pour les autres. C'est notamment à l'aide des normes et règles transmises pendant la socialisation que l'individu apprend à anticiper l'univers social. De ce fait, les représentations sociales permettent aussi de justifier les conduites de l'individu et d'intégrer ce dernier à différents groupes sociaux puisqu'il partage avec eux des schèmes de pensée spécifiques. Ensuite, parce que les représentations sociales forment un système de catégorisation cohérent et stable, elles permettent l'interprétation d'une panoplie de situations que l'individu sera amené à vivre. Bref, la représentation sociale agit comme un tissu unificateur de la pensée sociale, de même que des façons de sentir et d'agir des groupes sociaux et de la société auxquels appartient un individu.

## *2. Noyau, équilibre et consensus*

Trois notions permettent de comprendre davantage la représentation sociale. Il s'agit du noyau, de l'équilibre et du consensus.

Nous avons vu dans la section précédente que le noyau (ou système central) occupe une fonction très importante dans toute représentation. Ce dernier est généralement composé d'un petit nombre d'éléments (entre deux et six), qui « ne peuvent être remis en question, car ils sont le fondement des modes de vie et qu'ils garantissent l'identité et la pérennité d'un groupe social » (FLAMENT ET ROUQUETTE, 2003, p.23). Abric a notamment identifié trois fonctions remplies par le système central.

Tout d'abord, le noyau a une fonction génératrice de la signification de la représentation. En d'autres mots, on considère que deux représentations sont identiques si leur noyau est le même. De plus, on ne parle de transformation structurale que lorsque le noyau de la représentation sociale est changé, que ce soit par un élément périphérique qui y prend place ou parce qu'un élément central devient périphérique.

Ensuite, le système central de la représentation a une fonction organisatrice des éléments internes de la représentation. Pour être stables et cohérentes, les représentations sociales doivent avoir une structure. Par ailleurs, il est impossible de prédire le nombre d'éléments qui seront contenus dans une représentation, ni de savoir lesquels feront partie du système central (noyau) ou du système périphérique, à moins bien sûr de l'étudier en détail. Quant aux éléments du système périphérique, ils peuvent être nombreux et sont influencés par des facteurs comme les idéologies, les pratiques sociales et les croyances.

Finalement, une fonction de stabilisation de ces mêmes éléments, c'est-à-dire qu'il doit y avoir un certain équilibre entre les éléments d'une représentation pour que celle-ci se partage au sein du groupe qu'elle caractérise. Pourtant, il ne faut pas tenir pour acquis qu'un consensus au sein d'un groupe veut nécessairement dire que tous se représentent l'objet étudié de la même façon. Il est ainsi important, lors de l'analyse (dans les parties VI à IX de ce rapport), de traiter tous les éléments disponibles grâce à la collecte des données réalisée afin de bien comprendre la façon dont les étudiants de l'Université Laval se représentent Desjardins, et ce, que les éléments recueillis soient majoritaires ou minoritaires.

Ainsi, l'ampleur qu'a prise le Mouvement Desjardins, l'augmentation de la concurrence des banques « nationales » et des banques « internationales », semble donner à Desjardins l'image d'une institution sans aspect coopératif. Puisque la coopérative québécoise se démarque de moins en moins de l'ensemble des institutions financières, il est fort possible qu'un changement dans la représentation sociale vis-à-vis de Desjardins se soit produit chez les jeunes membres de la coopérative.

## D – QUESTION DE RECHERCHE

Bien que le Mouvement Desjardins repose sur le principe coopératif, il est aujourd'hui préoccupé par le fait que les jeunes semblent soit ignorer ce fait, soit n'y porter aucune attention. Je croyais que cette réalité pouvait être la conséquence d'une socialisation dans laquelle certaines valeurs et idées transmises n'étaient que peu favorables à l'image de Desjardins ce qui m'a permis de formuler la question de recherche suivante :

**Quelles sont les représentations sociales des étudiants de l'Université Laval vis-à-vis des institutions financières en général et de Desjardins en particulier, et quels sont les facteurs qui influencent ces représentations?**

**E – HYPOTHÈSE**

Dans un premier temps, je supposais que la socialisation primaire et secondaire de chaque individu influençait les représentations sociales que les étudiants universitaires se font des institutions financières. Au gré de mes lectures, les auteurs ont semblé être en accord avec cette hypothèse. Par exemple, Rocher considère que les manières de penser sont influencées par le processus de socialisation puisque « la socialisation fournit, au niveau de la pensée, des catégories mentales, des représentations, des images, des connaissances, des préjugés [et] des stéréotypes » (ROCHER, 2003, p.136).

De plus, je supposais que les étudiants universitaires connaissaient mal l'aspect coopératif de Mouvement Desjardins, et que l'ampleur de l'entreprise leur faisait croire que Desjardins est en fait une institution financière au même titre que n'importe quelle autre banque, qui n'est là que pour « faire de l'argent ».

**V – MÉTHODOLOGIE**

Afin de connaître les représentations qu'ont les étudiants universitaires vis-à-vis des banques, des coopératives et de Desjardins, j'ai jugé pertinent d'orienter cette recherche vers une méthode qualitative, pour plusieurs raisons. Tout d'abord, puisque le langage occupe une place très importante dans la transmission des représentations sociales, il était important d'utiliser une méthode permettant d'analyser le discours des étudiants. Ensuite, la population à l'étude comprenait l'ensemble des étudiants de l'Université Laval, ce qui représentait une population difficile à rejoindre dans son ensemble. Puisque je cherchais davantage à comprendre quels éléments influencent les représentations sociales de la population étudiée qu'à dresser un portrait représentatif de la population, une méthode qualitative était appropriée.

## A – MÉTHODE DE RECHERCHE

Pour étudier les représentations sociales qu'ont les jeunes des institutions financières, il m'a fallu poser trois questions. Tout d'abord, que pensent les étudiants de l'Université Laval des institutions financières? C'est à travers le discours des participants à la recherche que j'ai trouvé les éléments de réponse à cette première question. Ensuite, il m'a fallu me demander de quelle façon les étudiants conçoivent ces éléments. Cette question renvoie à la façon dont le contenu de la représentation est organisé. Ce sont les liens qui organisent ces différents éléments de la représentation et le tout qu'ils forment qui m'ont permis de comprendre la représentation à l'étude. Finalement, puisque la représentation sociale est à la fois dépendante de l'objet et du sujet, il fallait comprendre en quoi les caractéristiques liées au sujet permettent de comprendre la représentation que se fait le sujet de l'objet de la représentation. J'ai donc dû chercher à savoir pourquoi les répondants pensent ainsi. Cette dernière question a trouvé réponse dans l'interprétation que je donne à partir des données obtenues dans les prochaines sections.

Bien qu'il soit possible d'accéder au contenu de la représentation par de simples entrevues, il est beaucoup plus difficile de comprendre de quelle façon sont organisés les éléments de cette dernière à travers le discours que les participants peuvent livrer. C'est pourquoi j'ai cru nécessaire de combiner trois méthodes de recherche qui sont les entrevues de recherche, l'induction associative (ou évocation hiérarchisée) et l'analyse thématique du discours des étudiants interrogés.

J'ai donc choisi de réaliser des entrevues semi-dirigées qui avaient pour but de déterminer quels éléments sont présents dans les représentations sociales des étudiants de l'Université Laval vis-à-vis des institutions financières. À l'intérieur de ces entrevues, une méthode associative a été utilisée, ce qui m'a permis de connaître de quelle façon s'organisent les éléments présents dans ces représentations et d'identifier si ceux-ci font partie du noyau ou de la périphérie de la représentation. Une méthode associative « consiste, à partir d'un ou de plusieurs mots inducteurs, à demander aux individus de produire tous les mots ou expressions qui leur viennent à l'esprit » (BLANC, 2006, p.27). Ce genre de technique permet d'avoir accès rapidement aux éléments qui constituent l'univers sémantique de l'objet étudié. Par la suite, j'ai aussi fait une recherche thématique pour quatre thèmes dominants pour le sujet de Desjardins et quatre thèmes dominants pour le sujet des

banques afin d'évaluer si l'analyse du discours des étudiants me portait aux mêmes conclusions que l'évocation hiérarchisée.

### *1. L'évocation hiérarchisée*

Lors des entrevues, les répondants ont été soumis à une technique appelée l'évocation hiérarchisée qui « se propose de recueillir conjointement le contenu de la représentation et la structure de celle-ci en termes d'éléments centraux et d'éléments périphériques » (BLANC, 2006, p. 31). De cette façon, il m'a été possible de réaliser mes objectifs de recherche. Cette technique n'a été utilisée que pour recueillir les éléments nécessaires à la compréhension de la représentation sociale de Desjardins et de la représentation sociale des banques qu'ont les étudiants.

Dans un premier temps, j'ai demandé aux participants quels sont les trois premiers mots et expressions qui leur venaient spontanément à l'esprit lorsque je leur disais les mots « Desjardins » et « Banque », qui sont les deux inducteurs de l'évocation hiérarchisée. Aucune limite d'association n'a été posée, autant au point de vue numérique que sémantique ou lexical. Par la suite, il a été demandé aux participants d'expliquer pour quelle(s) raison(s) ce(s) mot(s) caractérise(nt), à leur avis, l'inducteur proposé. Cette explication ne visait pas à forcer les participants à se justifier parce que certaines réponses étaient bonnes ou mauvaises, mais plutôt à éviter un biais. Flament et Rouquette (2003) nous mettent en effet en garde vis-à-vis d'une pratique courante dont il faut se méfier. C'est qu'il est généralement tenu pour acquis qu'un individu qui déclare quelque chose le pense aussi. Comme ces auteurs le précisent, « il faut justifier la légitimité du passage de l'un à l'autre soit par le biais des relations causales (la pensée déterminant la déclaration), soit au moyen de relations définies d'équivalence » (FLAMENT ET ROUQUETTE, 2003, p. 26). Il est donc important de distinguer la déclaration et la pensée du répondant, autrement dit le(s) mot(s) et la raison pour laquelle ces mots lui viennent à l'esprit.

Au moment de l'analyse, trois caractéristiques ont été prises en compte afin de déterminer si les éléments recueillis faisaient partie du noyau ou de la périphérie de la représentation sociale des institutions financières. En premier lieu, la diversité des réponses a été calculée par le rapport  $T / N$ , où  $T$  représente le nombre de réponses différentes et  $N$  l'effectif de la population de réponses enregistrées. Si le résultat obtenu se rapproche de la valeur 1, c'est que la diversité des réponses est très grande et qu'il n'existe pas de représentation sociale des institutions financières,

alors qu'au contraire une valeur près de 0 nous permet de supposer que la représentation sociale est particulièrement uniforme et partagée par les participants. Par la suite, la fréquence d'apparition de chaque élément, classé du plus fréquent au moins fréquent, a permis de calculer l'entropie (le degré d'ordre ou de désordre de la représentation sociale étudiée) à l'aide de la formule  $N - (T - 1)^4$ . Une valeur se rapprochant de 1 témoigne d'une forte entropie (grand désordre parmi les éléments) et de l'absence de représentation sociale. Finalement, la fréquence d'apparition de chaque élément a été calculée et croisée avec son rang moyen d'apparition. Cette technique développée par Vergès permet de classer les éléments de représentation dans un tableau dont les cases correspondent soit au noyau, soit à la périphérie.

## B- OPÉRATIONNALISATION

Afin de construire un outil de cueillette me permettant de répondre à ma question de recherche et de vérifier mes hypothèses, j'ai conçu un schéma d'opérationnalisation. Pour y arriver, j'ai décomposé en dimensions, sous-dimensions et indicateurs chacun des deux concepts-clés de ma problématique, soit la socialisation et les représentations sociales, en prenant en compte l'ensemble de mes lectures ainsi que les informations recueillies lors de la préenquête.

Chacune des dimensions liées au concept de la socialisation représente un agent de socialisation, dont je pense qu'il a influencé la façon dont les étudiants de l'Université Laval se représentent les institutions financières.

---

<sup>4</sup> Où N représente toujours l'effectif de la population enregistrée et T le nombre de réponses différentes.

**Tableau I : Schéma d'opérationnalisation du concept de socialisation** <sup>5</sup>

<b>Dimensions</b>	<b>Sous-dimensions</b>	<b>Indicateurs</b>	
La famille	----	Première institution financière	
		Un membre travaille dans une institution financière	
		Parent membre d'une coopérative / actionnaire d'une banque	
L'école	Niveau primaire	Présence d'une caisse scolaire	
		Participation à la caisse scolaire	
	Niveau secondaire	Présence d'une caisse étudiante	
		Participation à la caisse étudiante / Jeunes entreprises	
	Niveau collégial	Présence d'une coopérative	
		Participation à une coopérative	
		Présence de kiosques sur les produits financiers	
	Niveau universitaire	Être membre de la librairie Zone (coopérative)	
		Présence de kiosques sur les produits financiers	
		Avoir été approché par une institution financière	
	Les pairs	---	Pair membre d'une coopérative
			Participation des pairs à une coopérative
Implication des pairs dans des activités communautaires			
Les médias	---	Réceptivité à la publicité	
		Sentiment d'être concerné par la publicité	

Le schéma d'opérationnalisation correspondant au concept de représentation sociale des institutions financières a été construit différemment du précédent. Dans un premier temps, les dimensions correspondent à des éléments que je juge pris en considération de façon non consciente lorsque les étudiants se représentent les institutions financières. Dans un second temps, les sous-dimensions et les indicateurs renvoient soit à des éléments conscients comme des connaissances, soit à des expériences vécues en lien avec l'univers des institutions financières.

<sup>5</sup> Un schéma plus complet se trouve en annexe du présent document.

**Tableau II : Schéma d’opérationnalisation du concept de représentation sociale <sup>6</sup>**

<b>Dimensions</b>	<b>Sous-dimensions</b>	<b>Indicateurs</b>
Institutions de type coopératif	Connaissance du fonctionnement	Savoir ce qu’est une coopérative
		Expériences vécues
	Appréciation des services de base	
	Accès au crédit	
	Connaissance des services offerts	
	Réputation	Influence des publicités, discours et slogans
		Implication de l’institution dans le milieu
		Influence du milieu
	Institutions de type par action	Connaissance du fonctionnement
Expériences vécues		
		Appréciation des services de base
		Accès au crédit
		Connaissance des services offerts
Réputation		Influence des publicités, discours et slogans
		Implication de l’institution dans le milieu
		Influence du milieu
Besoins financiers		Rapport à l’argent
	Aspirations financières	
	Domaine d’étude	
	Épargne	Désir d’épargner pour le futur
		Possibilité d’épargner

### C – GRILLE D’ENTREVUE

À la suite de la construction des deux schémas d’opérationnalisation, j’ai conçu une grille d’entrevue. Cette grille avait pour but de recueillir, auprès des étudiants de l’Université Laval, les éléments de leur représentation de Desjardins et des banques. De plus, la grille a été construite de façon à me permettre d’avoir accès aux informations sur la socialisation de chacun des répondants. Puisqu’il devait y avoir un ordre logique dans les entrevues, les questions liées aux représentations et à la socialisation ont été mélangées dans les différentes sections dans le but d’amener les étudiants à parler le plus librement possible selon la logique de leurs réponses. Leur imposer un schéma différent aurait pu les freiner dans leur élan et me faire perdre de précieuses informations.

<sup>6</sup> Un schéma plus complet se trouve en annexe du présent document.

Les deux premières sections ont été construites de façon à ne pas influencer les réponses des étudiants à propos des éléments présents dans leur représentation de Desjardins et des banques. Bien que selon mon hypothèse la socialisation influencerait les représentations sociales, j'ai cru bon de débiter directement avec des questions associées aux représentations. Cette inversion m'a permis de diriger les entrevues selon l'ordre chronologique de la socialisation du répondant. Ainsi, une question d'ordre général amorçait ces sections. Par la suite, des questions plus précises ont été introduites de manière à couvrir le sujet le plus complètement possible. Suivant le déroulement de chaque entrevue, certaines questions ont pu ne pas être posées aux répondants, de manière à éviter des répétitions de leur part ou encore de façon à éviter de leur poser des questions qui ne les concerneraient tout simplement pas.

#### D - POPULATION À L'ÉTUDE

Le Groupe conseil Sondages souhaitait connaître les représentations des étudiants de l'Université Laval. Puisque je croyais que la socialisation influence la formation des représentations sociales et que l'école représente un agent de socialisation important, l'échantillon était constitué d'étudiants de différentes facultés. Un tel échantillon m'a permis d'interroger des étudiants au parcours scolaire différent.

J'ai choisi de restreindre l'échantillon au groupe d'âge des 18-25 ans puisque le client souhaitait surtout connaître les perceptions des jeunes étudiants. En ce sens, j'ai considéré qu'un élève qui suit un parcours scolaire normal entre habituellement à l'université à l'âge de 18 ou 19 ans.

#### E – ÉCHANTILLON

Puisque la population à l'étude comprenait un grand nombre de personnes, j'ai choisi de réaliser une série de 8 entrevues semi-dirigées auprès d'étudiants choisis au hasard dans différentes facultés de l'Université Laval.

Afin de rejoindre les répondants, la méthode boule de neige a été utilisée dans le but de maximiser les chances que des étudiants réellement intéressés par la recherche participent aux entrevues. Puisque cette méthode ne s'est pas révélée suffisante pour recruter le bon nombre de volontaires, j'ai demandé l'appui d'étudiants présents sur le campus. Les efforts ont par contre été principalement déployés dans la

méthode boule de neige pour minimiser la proportion d'étudiants approchés qui auraient pu se sentir contraints de participer à la recherche du fait qu'ils ont été abordés directement par la chercheuse et dans le but de diversifier les programmes d'études dans lesquels sont inscrits les répondants.

Composé de huit étudiants, l'échantillon compte quatre répondants exclusivement membres de Desjardins et quatre à la fois clients d'une banque et membres de Desjardins. Puisque j'ai connu quelques difficultés pour recruter les étudiants qui font à la fois affaire avec les deux types d'institution financière, je suppose que les répondants clients d'une banque sont surreprésentés dans l'échantillon que j'ai construit. Par contre, le but de cette recherche était de connaître les représentations sociales des étudiants de l'Université Laval à l'égard des institutions financières en général, et de Desjardins en particulier. En ce sens, je considère que d'avoir un échantillon où sont surreprésentés les étudiants qui font affaire avec Desjardins et une banque ne constitue pas un biais puisqu'un échantillon qui aurait été représentatif ne m'aurait pas permis d'atteindre mes objectifs de recherche. De plus, la comparaison entre Desjardins et les banques était appropriée pour répondre aux attentes du Groupe conseil Sondages ce qui nécessitait un échantillon peu représentatif.

#### F – PRÉ-ENQUÊTE

Afin de me permettre d'approfondir ma connaissance du sujet à l'étude, j'ai réalisé des entrevues avec deux personnes travaillant à la fédération du Mouvement Desjardins.

Dans un premier temps, madame Lucille Blais, responsable du programme Action jeunesse, a été rencontrée. Cela m'a permis de faire le point sur une partie des informations tirées de mes lectures et d'éclairer certains propos tenus par mon client au sujet de l'image que Desjardins a auprès des jeunes. Par la suite, madame Odette Duchesne, responsable du développement des caisses scolaires et étudiantes, a elle aussi été rencontrée. Cette entrevue avait pour but de mieux comprendre en quoi consistent les caisses scolaires et étudiantes ainsi que de cerner le rôle que ces dernières peuvent jouer dans la socialisation secondaire des jeunes.

## G - PRÉ TEST

Pour tester ma grille d'entrevue, j'ai, au mois de novembre, interviewé une étudiante de troisième année au baccalauréat à l'Université Laval. À la suite de ce pré-test, trois questions de la grille d'entrevue ont été modifiées puisque la répondante ne semblait pas comprendre le sens des questions. Par exemple, à la question 14 « Croyez-vous que Desjardins se démarque des banques », des explications ont été nécessaires afin que la répondante nous donne les informations que nous souhaitons recueillir. J'ai donc choisi de reformuler cette question de la façon suivante : « Croyez-vous que Desjardins est différente des banques? » La question 32 a aussi été modifiée, alors que les questions 42 et 42.1 ont été abandonnées<sup>7</sup>.

## VI – PRÉSENTATION DES RÉPONDANTS

Cette section présente les répondants. Afin de répondre à la question de recherche de notre client, huit entrevues semi-dirigées ont été réalisées auprès d'étudiants de l'Université Laval âgés de 18 et 25 ans, tous programmes confondus. Parmi les huit répondants, quatre étaient de sexe féminin et quatre de sexe masculin. Des quatre filles interrogées, deux étaient seulement membres de Desjardins, alors que les deux autres étaient à la fois membres de Desjardins et clientes d'une banque. Les quatre répondants masculins se répartissent de la même façon, alors que deux étaient à la fois clients d'une banque et membres de Desjardins et que deux faisaient simplement affaire avec Desjardins.

Dans le but de préserver l'anonymat des répondants, j'ai donné un titre à chaque entrevue ce qui permet de distinguer les répondants entre eux. Ce titre fait généralement référence à un aspect particulier de l'entrevue, comme une anecdote, une caractéristique du répondant, ou une expression verbale redondante utilisée par ce dernier.

### A. LE MONDE EST PETIT

La première étudiante à avoir été interrogée complète son programme en sciences de l'orientation et est membre de Desjardins. J'ai donné comme titre à son entrevue « Le monde est petit » parce que la répondante est originaire d'un petit village de Gaspésie que je connais très bien, étant moi-même native d'un village voisin.

---

<sup>7</sup> La grille d'entrevue se trouve en annexe du présent document.

Pour elle, la représentation sociale liée à Desjardins semble avoir un lien direct avec le lieu physique des caisses populaires, puisqu'elle évoque comme premier élément la « caisse », suivie des termes « prêt » et « marge de crédit », qu'elle dit liés au lieu physique de la caisse. Elle fut socialisée très jeune à la coopérative financière, puisqu'elle participait à la caisse scolaire à l'école primaire et que ses deux parents sont membres chez Desjardins depuis toujours. De plus, la grande majorité de ses amis font leurs affaires financières avec Desjardins. Elle est satisfaite de son institution financière et n'a jamais eu recours à des services financiers spécialisés ou plus avancés que les services de base. Elle considère ainsi que Desjardins remplit bien la mission d'une coopérative, mais ne se sent pas pour autant interpellée par les annonces publicitaires de la coopérative qu'elle considère comme visant une clientèle plus âgée.

Sa représentation des banques est influencée par le fait qu'elles sont moins nombreuses dans les régions (elle évoque l'expression « il y en a moins ») et par une impression qu'elles « coûtent plus cher » que Desjardins. Elle a participé à la formule Jeunes entreprises au cours de son secondaire et les banques ne font pas partie de son univers. Elle leur est pratiquement indifférente et ne voit aucun avantage à aller vers ces dernières. Ses besoins financiers, de même que ses aspirations financières à court et long termes, sont modestes et l'argent y occupe un rôle utilitaire, voire secondaire.

## B. JE PENSE ...

La deuxième étudiante à avoir été interrogée appartient au département de sociologie et est à la fois membre de Desjardins et cliente d'une banque. Puisqu'elle disait souvent « Je pense » lors de l'entrevue, j'ai décidé d'utiliser cette expression comme titre pour son entrevue.

Sa représentation sociale de Desjardins est étroitement liée aux coopératives et à la coopération, élément de représentation souvent évoqué au cours de l'entretien et qui distingue Desjardins des autres institutions financières. Elle évoque aussi les termes « caisse » et « sondage », ce qui signifie que son opinion et sa représentation sont toutes deux liées à son travail dans une firme de sondages. Elle a été socialisée à la coopérative financière à l'adolescence et ses deux parents sont membres de Desjardins. Bien qu'elle n'ait pas participé à la caisse scolaire ou à une caisse étudiante, cette répondante est très sensibilisée au mouvement coopératif

puisque'une grande partie de son entourage s'implique dans une coopérative de solidarité. Elle considère que malgré sa forme coopérative, Desjardins se rapproche de plus en plus des banques dans ses pratiques en étant moins à l'écoute des besoins financiers des petits épargnants. Elle évoque ainsi un décalage entre le discours que tient Desjardins et les pratiques de la coopérative.

Ses deux parents faisant aussi affaire avec une banque, la répondante voit ces dernières comme étant propres au capitalisme et plus compétitives que Desjardins. Sa représentation des banques étant sans doute similaire à celle d'une entreprise, elle évoque en premier lieu le terme « argent » suivi par celui de « directeur général ». Cette représentation est aussi en partie influencée par son expérience de la banque, puisqu'elle ajoute le terme « épargne ». Elle se dit satisfaite des services offerts par sa banque, chez qui elle trouve de meilleures offres en matière d'épargne.

### C. C'EST ÇA!

La troisième répondante étudie en communications et est membre de Desjardins pour qui elle travaille d'ailleurs, mais pas dans une caisse. Puisqu'elle terminait souvent ses phrases par l'expression « C'est ça! », j'ai jugé que de donner ce titre à son entrevue serait une bonne façon de la distinguer des autres répondants.

Initiée à Desjardins depuis son enfance, elle a une représentation de cette institution financière en lien avec l'évolution de la coopérative financière et évoque les « caisses populaires », le fondateur de l'institution « Alphonse Desjardins » et le fait qu'il s'agisse d'une « entreprise québécoise ». Son entourage est très majoritairement favorable à Desjardins puisque ses parents en sont tous les deux membres et qu'un membre de sa famille y travaille. Ses parents sont aussi membres d'un autre type de coopérative. La répondante différencie nettement Desjardins des autres institutions financières et se sent interpellée par la coopérative.

Son opinion des banques est bien différente, puisqu'elle se les représente comme étant davantage adaptées à une clientèle bien nantie, voire même anglophone et conservatrice. Les termes qu'elle évoque sont « très gros portefeuille », « conservateur » et finalement « argent ». Elle n'est d'ailleurs pas interpellée par les banques et se dit satisfaite des services dont elle profite chez Desjardins.

## D. L'EXCEPTION

Le quatrième répondant que j'ai interrogé est étudiant en droit et membre de Desjardins. J'ai intitulé son entrevue « L'exception », car à l'une des questions qui lui ont été adressées, il a répondu que « l'exception, c'est de ne pas être membre de Desjardins », ce qui était en lien avec une difficulté que j'ai éprouvée lors du recrutement des répondants, soit trouver des étudiants qui étaient clients d'une banque. Cette affirmation de sa part est ainsi restée gravée dans mon esprit. De plus, contrairement aux autres répondants érudits en matière de finance et malgré le fait que son entourage vante les mérites des banques, il demeure chez Desjardins et ne se dit pas particulièrement intéressé par les autres institutions financières pour le moment.

L'élément central de sa représentation de Desjardins semble être la formule coopérative, puisqu'il évoque en premier lieu le terme « coopérative ». Viennent ensuite les termes « institution financière » et « Alphonse Desjardins », qu'il considère d'ailleurs comme une figure emblématique du Québec. Étant membre de la coopérative depuis l'enfance, il a participé à la caisse scolaire et dans son entourage, parents et amis font affaire avec Desjardins. Il apprécie grandement l'accessibilité géographique de cette institution financière où que l'on soit au Québec. Il pense néanmoins que Desjardins ne se distingue maintenant des banques que par sa forme coopérative puisqu'un rapprochement des pratiques financières entre les banques et Desjardins est inévitable avec l'ampleur qu'a prise la coopérative.

Sa représentation des banques est celle de grandes entreprises, puisqu'il évoque les termes « actionnaires » et « argent ». D'ailleurs, il explique que les banques visent plus le rendement que Desjardins en étant davantage axées sur la rentabilité des investissements du client, tout en étant moins présentes dans la communauté. Il prévoit tout de même rester chez Desjardins, n'étant pas particulièrement tenté par la performance des banques.

## E. LE CŒUR CHEZ DESJARDINS

La cinquième répondante est étudiante en littérature et usagère des services dispensés à la fois par Desjardins et les banques. Son entrevue porte le titre « Le cœur chez Desjardins », car si elle avait à choisir entre la coopérative financière et sa banque, elle irait chez Desjardins.

Sa représentation de Desjardins est liée au lieu physique de la caisse populaire et à sa condition d'étudiante. Elle évoque ainsi les termes « institutions », « caisses » et « étudiants ». Même si ses deux parents et la majorité de son entourage sont clients d'une banque, elle se dit satisfaite de Desjardins, notamment lorsqu'il est question de prêts et de produits développés pour les étudiants. Elle voit Desjardins comme une institution financière non intéressée par le profit et offrant un service plus humain.

La représentation des banques de cette répondante gravite principalement autour d'éléments opposés à ceux évoqués pour Desjardins. Les « taux d'intérêt » offerts, l'« argent » omniprésent et une mauvaise expérience avec une banque font en sorte qu'elle continue d'être cliente d'une banque pour des questions de commodité, puisqu'elle dit clairement préférer les services de Desjardins.

#### F. DESJARDINS M'INTERPELLE

Le sixième répondant est étudiant en traduction et membre de Desjardins. J'ai donné le titre « Desjardins m'interpelle » à cette entrevue, car le répondant dit être plus réceptif aux annonces publicitaires qui présentent Desjardins qu'à celles qui présentent les banques.

Comme plusieurs répondants, sa représentation de Desjardins est liée à des éléments comme la « caisse » et les « prêts étudiants ». Néanmoins, il souligne clairement le caractère unique au Québec de la coopérative financière. Puisque ses parents ont toujours fait affaires avec Desjardins, il fut initié à l'institution en bas âge et a ouvert son premier compte chez Desjardins par l'intermédiaire de la caisse scolaire. Il se dit satisfait des services offerts chez Desjardins et laisse entrevoir un sentiment d'appartenance à la coopérative du fait qu'il se dit interpellé par la publicité de celle-ci simplement parce qu'il en est membre. Il est d'accord pour dire que Desjardins est une coopérative, mais ne voit pas de différence majeure entre celle-ci et les banques.

La représentation qu'il a des banques est beaucoup plus générale, puisqu'il évoque les éléments « banque », « service financier » et « argent ». Il connaît très peu de gens qui font affaire avec les banques et considère qu'il est plus avantageux de faire affaire avec Desjardins qui est, pour lui, supérieure aux banques quant à l'étendue des services offerts.

## G. LE CONNAISSEUR

Le septième répondant, un étudiant en droit à la fois membre de Desjardins et client d'une banque, semble être un féru de finances. J'ai intitulé son entrevue « Le connaisseur » puisque ce répondant fait preuve de connaissances étonnantes en finances lors de l'entrevue. Desjardins n'avait que peu de secrets pour lui, et il était en contrôle total des notions théoriques et économiques auxquelles il faisait référence.

La représentation qu'il a de Desjardins semble partagée entre la particularité coopérative de Desjardins et sa similarité avec les autres institutions financières, alors qu'il évoque les termes « mouvement », « coopérative » et « finances ». Il souligne la forme coopérative de Desjardins, mais considère que les pratiques de cette dernière se confondent de plus en plus avec celles des banques. Très informé de l'évolution du Mouvement Desjardins et des décisions prises par celui-ci, il considère que Desjardins prend, depuis quelques années, un virage différent de ce qu'étaient jadis ses orientations. Membre de Desjardins depuis la caisse scolaire au niveau primaire, il ne voit chez Desjardins qu'un côté pratique en matière de facilité d'accès pour les guichets automatiques. Son insatisfaction personnelle l'a d'ailleurs poussé à ouvrir un compte dans une banque.

La représentation de ce répondant pour les banques est fortement liée aux particularités du système bancaire canadien, comme le rapport entre banques et territoire étatique et des éléments tel que « conglomérat ». Ainsi, les termes qu'il évoque sont « Canada », « finance » et « conglomérat ». Il constate un très grand rapprochement entre Desjardins et les banques et considère que si la clientèle associée à chaque institution était clairement visible par le passé, il s'agit aujourd'hui d'un élément peu facile à observer. La forme juridique des institutions financières reste, selon lui, la seule différence entre les banques et la coopérative financière.

## H. SIMILARITÉ

Le dernier répondant est étudiant en science politique et est à la fois membre de Desjardins et client d'une banque. Il voit entre les deux types d'institutions financières une grande similarité, d'où le titre de son entrevue.

Sa représentation de Desjardins se construit principalement autour des particularités de l'institution, puisqu'il évoque les termes « caisse », « coopérative » et « pratique », puisque les guichets de Desjardins sont accessibles « partout ». Il fut socialisé à un jeune âge à Desjardins, puisque ses deux parents en sont membres et qu'il participait à une caisse scolaire à l'école primaire. Néanmoins, il considère que Desjardins ne se différencie que très peu des banques, sinon par sa forme légale et par sa facilité d'accès. Il a été initié aux services spécialisés de Desjardins et se dit peu interpellé par la publicité de cette institution, car elle s'adresse à une clientèle dont il ne juge pas faire partie.

Sa représentation des banques est bien différente de celle de Desjardins. Il évoque les termes « argent », « profit » et « bureaux » et précise par la suite que l'image dégagée par les banques est centrée sur l'argent et que leur but est considérablement axé sur le profit. Il fait tout de même affaire avec une banque, car un prêt lui a été refusé chez Desjardins, et se dit satisfait des services. Il ne considère pas que les banques soient au-dessus de Desjardins ou vice versa, et soutient que les mêmes services financiers sont disponibles dans les deux types d'institutions financières.

## **VII - LES FACTEURS QUI INFLUENCENT LES REPRÉSENTATIONS**

Selon une étude réalisée en 2004 par Lachance, Beaudouin et Robitaille auprès de 980 jeunes de 18 à 29 ans, l'éducation financière des jeunes québécois est assumée conjointement par les parents et Desjardins. Les trois auteurs soutiennent que « la source d'apprentissage principale en matière de finances personnelles la plus fréquemment rapportée est la famille (pour 37,8 % des sujets), suivie par l'expérience personnelle (25,4%) et les cours suivis à l'école ou ailleurs (13,1 %) [et que] les médias, les amis et les conseillers financiers ne sont mentionnés que par 5 à 6,5 % des sujets » (LACHANCE, BEAUDOUIN ET ROBITAILLE, 2004).

Pour Lachance, Beaudouin et Robitaille, l'expérience personnelle comprend la participation aux caisses scolaires et aux caisses étudiantes de Desjardins. Par contre, pour l'analyse, je suis d'avis qu'il est préférable d'inclure cette participation dans le cursus scolaire. D'une part, les caisses scolaires et étudiantes prennent vie à l'intérieur même de l'établissement scolaire fréquenté par le jeune et d'autre part,

elles visent davantage à lui apprendre l'épargne qu'à lui donner une véritable expérience des institutions financières. En effet, les services financiers offerts à l'école sont restreints et considérablement contrôlés par les parents. Ainsi, le rapport entre l'enfant participant à la caisse scolaire et l'institution financière est généralement faible, puisque celui-ci ne fait que déposer son argent dans une enveloppe et la confier au responsable de ladite caisse scolaire. En ce sens, participer à une caisse scolaire ou à une caisse étudiante ne représente pas une véritable expérience des institutions financières.

Dans une section précédente, j'ai soulevé l'hypothèse selon laquelle leur socialisation primaire et secondaire influencerait les représentations sociales que les étudiants universitaires se font des institutions financières. Dans cette section, je montrerai que cette hypothèse semble se vérifier dans les propos des huit étudiants de l'Université Laval interrogés et que quatre principaux facteurs, soit la famille, le cursus scolaire, le degré de connaissances financières et l'expérience personnelle, influencent les représentations sociales qu'ont les jeunes à l'égard de Desjardins et des banques.

## A. LE RÔLE DE LA SOCIALISATION

Les répondants n'ont pas tous été socialisés à Desjardins au même degré. Certains en sont membres depuis l'adolescence seulement, alors que d'autres y ont ouvert un compte par l'intermédiaire de la caisse scolaire, ou même avant de commencer l'école primaire, avec leurs parents. De plus, les répondants clients d'une banque ont tous fait le choix de devenir utilisateurs de ce type d'institution financière à l'adolescence ou récemment. Mais pour quelle(s) raison(s) le membre de Desjardins décide-t-il d'aller vers les banques?

### *1. L'influence de la famille*

La famille joue un rôle primordial dans l'opinion qu'ont les jeunes sur Desjardins et les banques. Dans le même ordre d'idée, la cellule familiale est décisive dans les représentations sociales des jeunes à l'égard des institutions financières.

Dans un premier temps, j'ai remarqué que des huit étudiants de l'Université Laval que j'ai interrogée, sept avaient au moins un parent membre de Desjardins et ceux dont les deux parents étaient membres de Desjardins se disaient particulièrement

satisfaits des services offerts par la coopérative financière. En fait, Desjardins c'est un peu une « tradition », au sens où les parents ont fait affaire avec Desjardins, les enfants font affaire avec Desjardins et les petits-enfants feront probablement aussi affaire avec Desjardins un jour ou l'autre. Cette « tradition » dépend directement de ce que le choix de la première institution financière avec laquelle fera affaire le jeune est en fait un choix des parents. À ce sujet, sept étudiants ont rapporté avoir ouvert leur premier compte d'épargne chez Desjardins, et la répondante faisant exception n'avait pas de compte d'épargne à son nom étant jeune, ses parents ayant préféré ouvrir un compte d'épargne personnel à leur nom dans le but de soutenir ses études plus tard :

« Ce n'était pas un compte à mon nom. Parce ce qu'ils avaient ouvert, c'était un compte. Bien ils avaient ouvert un compte pour moi et un pour ma sœur, mais qui était à leur nom puis dans le fond c'était de l'argent pour nos études là. » (Extrait de l'entrevue 2 – Je pense ...)

Il semble que les parents ouvrent un premier compte pour leur enfant chez Desjardins par habitude de fréquentation de l'établissement. Desjardins représente pour plusieurs une institution financière facile d'accès, puisque présente dans le quartier où ils habitent. Plusieurs des répondants étaient ainsi devenus membres de Desjardins parce que leurs parents avaient choisi cette institution financière pour eux et non par choix personnel. Par contre, à l'exception de deux étudiants qui avaient déménagé, l'ensemble des répondants avait toujours, au moment de l'entrevue, le même compte chez Desjardins que celui qu'ils avaient ouvert étant petits. Allons maintenant voir pourquoi le choix de la première institution financière par les parents est décisif dans la représentation que se font les jeunes de Desjardins ou des banques.

La réponse se trouve dans la socialisation des jeunes par rapport à Desjardins d'une part et par rapport aux banques d'autre part. Comparativement aux banques, les jeunes sont socialisés à Desjardins en bas âge. La bannière est vue partout et Desjardins représente la première institution financière choisie par les parents pour les enfants. Quant aux banques, les répondants qui en étaient clients l'étaient depuis beaucoup moins longtemps qu'ils n'étaient membres de Desjardins. Les banques représentent, pour eux, un complément aux services offerts par Desjardins lorsque les besoins financiers évoluent ou qu'on ne peut plus trouver satisfaction chez Desjardins.

« Pour mon épargne, je fais affaire avec une banque tout simplement. Je ne fais pas affaire avec les caisses pour ça parce que bon, j'avais des meilleurs taux d'intérêt ailleurs. » (Extrait de l'entrevue 2 – Je pense ...)

« J'étais désappointé par les services qui étaient offerts chez Desjardins. Je trouvais des facilités beaucoup plus intéressantes au niveau des banques. » (Extrait de l'entrevue 7 – Le connaisseur.)

L'attachement à Desjardins est plus ou moins fort selon le répondant, et ceux qui ont été socialisés à la coopérative financière en bas âge sont plus attachés à Desjardins. Elle fait partie de leur histoire de vie et le souvenir de la caisse scolaire en fait sourire plusieurs. Cet attachement à Desjardins peut aussi renvoyer à bien d'autres éléments qui sont autant pratiques, qu'économiques ou émotifs. On retrouve parmi ceux-ci l'aspect coopératif de Desjardins (même s'il s'agit d'une caractéristique de l'institution financière à laquelle peu de jeunes participent), le fait que ce soit une institution originaire de Lévis et qu'on soit natif de cette ville, etc. :

« On est plus des membres que des clients. Quand même, tout le monde a le droit d'aller à l'assemblée annuelle puis de participer. Il n'y a pas grand monde qui le fait, mais tu as le droit. » (Extrait de l'entrevue 6 – Desjardins m'interpelle.)

« Puis je pense qu'être membre de Desjardins c'est... (il réfléchit) ... c'est aussi adhérer à ce mouvement là de services aux plus petits, puis aux communautés et aux populations. » (Extrait de l'entrevue 4 – L'exception.)

Par contre, cet attachement est toujours sous-entendu et aucun des étudiants interrogés n'a clairement verbalisé que Desjardins représentait quelque chose de plus significatif pour lui que les banques. C'est davantage dans leur discours en entier que j'ai décelé ce rapport plus affectif avec Desjardins. Par exemple, une des répondantes se dit déçue qu'il n'y ait pas eu de caisse scolaire dans son école primaire. De plus, lorsqu'elle parle du fondateur des caisses populaires, elle l'appelle « Monsieur Alphonse Desjardins », ce qui me porte à dire qu'elle respecte l'homme et l'œuvre qu'il a accomplie, sans toutefois le formuler explicitement. Pour cette raison, elle distingue le rôle que jouait Desjardins au début des années 1900 du rôle que la coopérative joue maintenant :

« Je pense que ça s'est éloigné beaucoup de sa mission de base, que Monsieur Alphonse Desjardins voulait lui donner. » (Extrait de l'entrevue 2 – Je pense ...)

Pour un autre répondant, le rapport affectif renvoie au lieu de fondation des caisses populaires. Il semble considérer la coopérative d'un angle différent puisqu'une partie de sa famille est native de Lévis, comme si Desjardins faisait partie de son patrimoine personnel ou familial. Une des répondantes exprime aussi un attachement plus grand

pour Desjardins que pour les banques, car ses prêts se trouvent dans cette institution financière. L'attachement qu'ont les jeunes pour Desjardins renvoie ainsi à différents facteurs, tout comme les raisons pour lesquelles les répondants disent faire affaire avec une banque.

Les jeunes qui font affaire avec une banque le font aussi sous l'influence d'un parent. En effet, aucun des étudiants interrogés n'était client d'une banque lorsque les deux parents étaient membres de Desjardins. De plus, l'influence des parents était explicite chez au moins une des répondantes :

*« Puis pour quelle(s) raison(s) tu as ouvert un compte chez une banque quand tu en avais un chez Desjardins? »*

La CIBC, c'était parce que ma mère m'avait encouragée à ça, j'avais genre 15 ans puis je ne travaillais même pas alors je ne te le raconterai pas. »  
(Extrait de l'entrevue 5 – Le cœur chez Desjardins.)

La famille joue donc un rôle déterminant dans la façon dont les jeunes se représentent Desjardins et les banques. Probablement sans le savoir, la majorité des parents socialisent leurs enfants à Desjardins en bas âge soit parce qu'ils ouvrent un premier compte d'épargne pour l'enfant dans cette institution, soit parce qu'ils soutiennent leur enfant dans sa participation à la caisse scolaire au début du primaire. Ils peuvent par la suite encourager l'enfant à faire affaire avec les deux types d'institutions financières à l'adolescence, et ainsi contribuer à ce que la représentation sociale du jeune soit transformée par ses nouvelles expériences en matière de finances. Malgré tout, les parents ne sont pas en mesure, à eux seuls, de déterminer les représentations sociales qu'auront les jeunes vis-à-vis de Desjardins et des banques. Leur influence semble s'amenuiser au fur et à mesure que grandissent les enfants et l'environnement scolaire prend ainsi la relève en matière de socialisation aux institutions financières.

## *2. Le cursus scolaire*

Le rôle socialisant du cursus scolaire se joue par un contact plus ou moins régulier du jeune avec l'institution qu'est Desjardins. Dans un premier temps, c'est à travers les caisses scolaires que l'enfant sera mis en contact avec Desjardins dans un cadre scolaire. S'il n'a pas déjà un compte d'épargne chez Desjardins, il en ouvrira probablement un par l'intermédiaire de la caisse scolaire. Grâce à ce programme, le contact qu'il aura avec la coopérative financière se fera par l'intermédiaire d'un

représentant d'une caisse populaire et parfois par la caisse populaire elle-même si le parent initie l'enfant à cet univers.

Si on se fie aux étudiants interrogés pour cette recherche, l'ouverture d'un compte chez Desjardins par l'intermédiaire de la caisse scolaire n'est pas à négliger. En effet, sept des huit répondants ont participé à une caisse scolaire ou ont ouvert leur premier compte d'épargne chez Desjardins.

Au niveau secondaire, les caisses étudiantes prennent la relève des caisses scolaires, offrant quelques services financiers supplémentaires aux jeunes membres. Bien qu'elles soient beaucoup moins nombreuses que les caisses scolaires (seulement trois répondants ont rapporté avoir fréquenté une école secondaire où se trouvait un comptoir de Desjardins), les caisses étudiantes perpétuent l'apprentissage financier que livre Desjardins et constituent un contact plus direct avec la coopérative financière puisqu'un véritable comptoir de Desjardins est ouvert dans l'école secondaire. La bannière est ainsi vue régulièrement et l'image de Desjardins s'imprègne chez les jeunes.

Desjardins s'efface un peu par la suite, mais reste bien souvent présent dans les milieux d'enseignements. Plusieurs répondants ont rapporté qu'il y avait des guichets automatiques de Desjardins dans le Cégep qu'ils fréquentaient ou encore ont mentionné ceux installés à l'université même. De plus, on trouve à l'Université Laval une caisse populaire, celle justement nommée Caisse de l'Université Laval. Mais la présence de Desjardins ne s'arrête pas là, car trois répondants ont rapporté avoir vu des kiosques d'information tenus par Desjardins à l'intérieur du Cégep qu'ils fréquentaient, alors que cinq étudiants ont rapporté avoir vu la même chose sur le campus de l'Université Laval. Par contre, la présence des banques est pratiquement inexistante dans le parcours scolaire des étudiants québécois (Desjardins étant la seule institution financière présente à l'intérieur des établissements scolaires, tous niveaux confondus), ce qui fait en sorte que les étudiants de l'Université Laval sont moins socialisés à ce type d'institution financière, à l'exception des étudiants en médecine qui sont énormément sollicités par les différentes banques<sup>8</sup>. La méconnaissance des banques que j'ai observée chez certains répondants est probablement due à cet aspect.

---

<sup>8</sup> Des informations supplémentaires sur le sujet sont disponibles dans le rapport final d'une recherche réalisée par Mahée Gilbert-Ouimet (2006).

Il n'en reste pas moins que l'influence de la présence de Desjardins au cours du cursus scolaire est palpable. Même si les pratiques actuelles de Desjardins se rapprochent de plus en plus de celles des banques, il reste tout de même cette image imprégnée au « fond des cœurs » des membres de Desjardins, car le souvenir de la caisse scolaire est souvent rattaché à d'autres souvenirs, comme l'école primaire fréquentée, le plaisir de mettre ses économies dans l'enveloppe de dépôt, les premiers amis, etc.

C'est ainsi que la famille et le cursus scolaire contribuent à la « socialisation à Desjardins et aux banques ». Par contre, la socialisation n'est pas la seule responsable dans l'élaboration des représentations sociales à l'égard des institutions financières qu'ont les jeunes. Elle joue certes un rôle important au cours de l'enfance, mais lorsque l'individu vieillit, d'autres facteurs deviennent plus importants dans la formation de la représentation sociale que se font les jeunes à l'égard de Desjardins et des banques.

## B. AUTRES FACTEURS D'INFLUENCE

Lors du recrutement, je cherchais simplement à trouver des répondants qui étaient membres de Desjardins, clients d'une banque, ou les deux à la fois. C'est donc par hasard que deux des huit étudiants interrogés ont un travail en lien avec Desjardins. Il semble d'ailleurs que leur travail respectif influence la représentation qu'elles se font de la coopérative. Ainsi, on retrouve parmi les facteurs d'influence les expériences personnelles, les expériences de travail et les connaissances financières générales.

### *1. Les expériences personnelles*

La situation financière des jeunes influence les représentations sociales qu'ont les jeunes à l'égard de Desjardins et des banques. Étant considérés comme des consommateurs en puissance, les jeunes représentent une clientèle en or, car l'achat d'une première voiture, l'achat de meubles, le financement des études, etc., sont des dépenses importantes qui sont facilitées par le crédit. Par contre, dans le cas des étudiants, ce besoin d'argent ne s'arrête pas à la sortie des études. Plusieurs ont, à la fin du baccalauréat ou de la maîtrise, contracté une dette d'étude très importante qu'ils doivent rembourser. De plus, même avec un diplôme en main, plusieurs finissants se trouvent au chômage faute d'emploi, ou occupent des emplois

précaires et mal rémunérés. Le crédit devient, ou continue dans certains cas, à être à la base d'un mode de vie, ce que les institutions financières s'empressent d'encourager.

Certains jeunes comptent beaucoup sur l'appui financier que peuvent leur fournir les institutions financières. Que le crédit prenne la forme d'une carte de crédit ou d'une simple marge de crédit, il est souvent très apprécié. Quant aux prêts étudiants, aucun des répondants bénéficiaires du programme gouvernemental de prêts et bourses n'a mentionné faire affaire avec une banque pour le prêt étudiant. Desjardins semble être la première institution financière à qui les jeunes adressent leur demande de prêts et de crédit, soit parce que c'est la seule institution financière avec laquelle ils font affaire, soit parce que Desjardins a développé des produits pour les étudiants, soit parce que les taux d'intérêt proposés sont plus avantageux :

« Ils fournissent beaucoup des trucs pour aider les étudiants donc veut, veut pas, je sais qu'ils sont là pour nous autres. »

« Le taux d'intérêt sur un emprunt étudiant est vraiment genre le dixième d'ailleurs. Tout ce qu'ils offrent comme services aussi en gros. » (Extraits de l'entrevue 5 – Le cœur chez Desjardins.)

L'opinion change cependant lorsqu'il est question d'épargne et d'investissement. Bien que seulement deux des étudiants interrogés avaient la possibilité d'épargner ou de placer de l'argent lors de l'entrevue, l'ensemble des jeunes interrogés semble d'avis que les banques offrent de meilleures possibilités de rendement que Desjardins à ce niveau :

« Pour mon épargne, je fais affaire avec une banque tout simplement. Je ne fais pas affaire avec les caisses pour ça parce que bon, j'avais de meilleurs taux d'intérêt ailleurs. » (Extrait de l'entrevue 2 – Je pense ...)

Évidemment, les avantages tirés d'une institution financière ont un impact positif sur la représentation de cette même institution. Dans le même ordre d'idées, lorsque le jeune éprouve de l'incompréhension et de l'insatisfaction dans son expérience avec l'institution financière avec laquelle il fait affaire, la représentation de celle-ci en est transformée. La majorité des jeunes interrogés, c'est-à-dire sept sur huit, font affaire avec Desjardins depuis l'enfance et s'attendent à ce que la coopérative financière leur fasse confiance et les aide à atteindre leurs buts. La réalité est parfois tout autre, car malgré leur fidélité, certains se voient refuser des prêts ou du crédit :

« Comme des fois [...] des membres [...] qui étaient là depuis longtemps et qui voulaient juste faire une petite demande de crédit, ou parce qu'ils

n'avaient pas tellement fait affaire avec les caisses, avaient été ailleurs, se voyaient refuser des fois des emprunts. Les jeunes se plaignent beaucoup que c'est très, très difficile d'emprunter, surtout quand ils veulent partir des compagnies, ou des trucs comme ça. » (Extrait de l'entrevue 2 – Je pense...)

Il semble que ce soit dans de telles situations que les étudiants de l'Université Laval membres de Desjardins commencent à s'intéresser aux banques. En effet, les clients de Desjardins qui ont eu recours à des services financiers plus avancés (demande de prêt, de crédit, placements, etc.) semblent plus souvent être allés « voir ailleurs » dans le but de trouver l'institution qui sera favorable à leur(s) demande(s). Il faut cependant savoir ce que l'on veut et être au courant que les banques peuvent offrir des services financiers équivalents à ceux qu'offre Desjardins. Il importe de se demander pour quelle(s) raison(s) les jeunes « magasinent » les services financiers :

« Je pense que je connais assez bien mes besoins en terme de services financiers pour magasiner moi-même et prendre ce qui m'avantage [...] surtout que bien honnêtement la majorité des institutions financières, qu'il s'agisse de caisses populaires ou d'institutions bancaires, vont offrir des gammes de services extrêmement comparables avec très, très peu de marge de compétition. » (Extrait de l'entrevue 7 – Le connaisseur.)

« Je me dis que le jour où je vais vouloir magasiner je vais le faire, mais pas par des annonces là. Je ne sais pas, je vais vérifier les taux et tout à la place. » (Extrait de l'entrevue 5 – Le cœur chez Desjardins.)

À ce sujet, les répondants qui avaient fait le choix d'aller vers les banques ont fait montre, lors des entrevues, de connaissances en matière de finances supérieures aux autres étudiants interrogés. Les quatre répondants clients d'une banque étaient plus au courant des services offerts par Desjardins et des pratiques de la coopérative financière au moment de l'entrevue. De plus, ils connaissaient bien les services financiers offerts par les banques et la différence entre l'aspect coopératif et l'aspect entrepreneurial des deux types d'institutions financières. À l'opposé, les répondants exclusivement membres de Desjardins connaissaient peu l'ensemble des services offerts par la coopérative financière et encore moins ceux offerts par les banques. Contrairement aux répondants plus cultivés en matière de finances, ils n'étaient pas au courant des changements opérés chez Desjardins (élection d'une première femme à la direction de Desjardins, développement de nouveaux services pour les jeunes, changement d'orientation, etc.) au cours des dernières années. Le niveau de connaissances financières jouerait-il ainsi un rôle dans la formation des représentations des jeunes à l'égard des institutions financières?

## *2. Les expériences de travail*

Pour une des répondantes, le fait de travailler pour une firme de sondages qui fait de la sous-traitance pour Desjardins a considérablement changé sa vision de la coopérative. Puisqu'elle réalise régulièrement des sondages téléphoniques auprès des membres de Desjardins, elle est au courant des insatisfactions que vivent les membres et connaît bien les buts et les objectifs de Desjardins. Ainsi, elle voit davantage Desjardins comme une institution financière identique aux banques et de plus en plus « capitaliste » dans ses pratiques. De plus, lors de l'évocation hiérarchisée, elle a évoqué le terme « Sondages », qui est en lien avec son emploi. Par l'intermédiaire de son travail, elle a réalisé qu'il existe un décalage entre le discours de Desjardins et ses pratiques. À son avis, Desjardins essaie de dégager la même image qu'au début du siècle : une coopérative financière à l'écoute de ses membres qui a pour but de favoriser le petit épargnant et d'aider l'ensemble de ses membres, chose qu'elle n'est plus qu'en partie aujourd'hui. Pour ces raisons, la répondante était beaucoup moins réceptive au message de Desjardins, qu'elle qualifie à la limite de « mensonger » et « d'hypocrite » :

« Je parle beaucoup avec des personnes de Desjardins, des membres, etc. qui se plaignent beaucoup de [...] pas du mauvais service, mais [...] que c'est rendu difficile d'emprunter, ce n'est pas tout le monde qui a des hypothèques, ce n'est pas tout le monde qui a du crédit. »

« J'ai trop été déçue du service, de ce que j'ai entendu aussi. [...] Je trouve [que les caisses] essaient de dégager une image qui ne représente plus les caisses Desjardins, ils ne peuvent pas se redéfinir parce qu'ils doivent rester [...] ils ne peuvent pas redéfinir le Mouvement au complet parce qu'une coop, c'est une coop [et] il faut que ça reste une coop. Ils veulent que ça reste une coop aussi. Alors non, moi je vois là-dedans un peu plus d'hypocrisie. » (Extraits de l'entrevue 2 – Je pense ...)

Pour une autre répondante, qui travaille à l'intérieur du Mouvement Desjardins, l'impact du travail sur la représentation à l'égard de Desjardins est exprimé moins clairement. Elle connaît bien la qualité du service offert aux membres et les particularités de Desjardins, mais considère que la coopérative reste après tout une institution financière comparable aux banques. Par contre, elle considère que Desjardins est une institution beaucoup plus personnalisée que les banques, et réagit de façon positive aux annonces publicitaires où le nom de Desjardins est remplacé par différents patronymes. Ce concept publicitaire semble ainsi la rapprocher de la coopérative. Elle note aussi une grande opposition entre les publicités de Desjardins et celles des banques

« Je trouve que [les publicités des banques ne sont] pas axées sur ... que ce n'est pas vraiment axé sur les services ou pas très personnalisé. Je trouve que ça ne m'interpelle pas du tout. Je trouve qu'on voit seulement l'édifice. C'est plus les heures d'ouverture ou les trucs comme cela qu'on voit dans les annonces de banques. » (Extrait de l'entrevue 3 – C'est ça !)

Des deux répondantes dont le travail a touché d'une façon ou d'une l'autre Desjardins, l'une est plus positive que l'autre. Nous avons d'une part, une répondante pour qui le travail a eu un effet de « désillusion » quant à la perception qu'elle avait de Desjardins, ramenant sa perception de la coopérative au même rang que celle d'une autre institution financière, probablement en raison des nombreuses plaintes qu'elle dit avoir entendue sur la coopérative financière. D'autre part, pour la seconde répondante, le travail constitue un complément à la connaissance qu'elle avait déjà de Desjardins, lui permettant d'établir une distinction entre la coopérative et les banques et renforçant ainsi l'image positive qu'elle avait de la coopérative financière.

### *3. Les connaissances et les pratiques financières*

Les connaissances financières, des institutions autant que des produits et services offerts par celles-ci, sont un autre facteur influençant la formation des représentations. En effet, les répondants qui étaient à la fois clients d'une banque et membres de Desjardins montraient une plus grande connaissance des produits financiers et des deux types d'institutions, alors que ceux qui étaient membres de Desjardins semblaient se complaire dans une « méconnaissance financière » qui joue en faveur de Desjardins. D'une part, plusieurs des répondants n'avaient pas véritablement expérimenté les services financiers offerts par la coopérative financière et se contentaient des services disponibles au guichet automatique. Or, c'est chez deux étudiants à la fois membre de Desjardins et clients d'une banque que j'ai pu recueillir ces propos sur la satisfaction qu'ils retirent de Desjardins :

Bien, je fais surtout affaire avec le guichet automatique, mais comme je perds souvent ma carte je dois souvent aller au comptoir. (Extrait de l'entrevue 2 – Je pense ...)

« C'est plutôt rare que je fais affaire au comptoir. J'utilise plutôt le guichet, mais oui. C'est dur d'être insatisfait quand on n'utilise pas le service en question (il rit). » (Extrait de l'entrevue 8 – Similarité.)

Ces étudiants se sont tournés vers une banque pour des raisons différentes qui semblent à la fois relever des connaissances et des pratiques financières. Une première répondante a choisi de faire affaire avec une institution financière autre que Desjardins parce qu'elle y trouvait de meilleurs taux d'intérêt pour l'épargne, alors

que la raison évoquée par un autre répondant est que la banque lui accordait un prêt refusé par Desjardins. Les heures d'ouverture peu pratiques de la coopérative financière ont aussi poussé un répondant à faire affaire avec une banque. Malgré tout, les étudiants clients d'une banque continuent de faire affaire avec la coopérative chez laquelle ils n'utilisent généralement plus que le guichet automatique.

Il ne faut pourtant pas négliger le lien entre l'insatisfaction face à Desjardins et le fait de « magasiner » ses services financiers, chose que seuls les individus plus cultivés en matière de finances font. C'est pour cette raison que je considère d'une part que les connaissances financières constituent un facteur d'influence sur les représentations sociales lorsqu'elles sont combinées à l'insatisfaction en tant que membre ou client et d'autre part, que l'insatisfaction ne constitue pas un facteur qui peut, à lui seul, faire en sorte que le jeune délaisse Desjardins pour une autre institution financière. J'ai aussi pu observer que les jeunes qui choisissent d'aller vers les banques le font sans délaisser complètement Desjardins et on revient ainsi à l'attachement dont il était question plus tôt. Comme l'exprime un des répondants à la fois membre de Desjardins et client d'une banque :

« Je pense que la grosse différence c'est que la clientèle chez Desjardins est une clientèle qui est un peu malgré elle captive par l'habitude presque générationnelle de faire affaire avec Desjardins [...]. Tandis que le client d'une banque, insatisfait des services qu'il a, éventuellement pourrait avoir moins de scrupules à aller voir ailleurs, ce que des membres de Desjardins ne feront pas, vont se résigner à demeurer chez Desjardins malgré tout. »  
(Extrait de l'entrevue 7 – Le connaisseur.)

J'en viens ainsi à la conclusion suivante : les étudiants de l'Université Laval plus cultivés en matière de finances voient chez les banques une bonne alternative à Desjardins, mais apprécient l'accessibilité de Desjardins, caractéristique qui explique qu'ils continuent d'être membres de la coopérative financière pour des raisons pratiques. De plus, connaître les caractéristiques des banques rapproche, dans l'esprit des répondants, les deux types d'institutions financières. En ce sens, Desjardins et les banques sont considérées sur un pied d'égalité par les jeunes qui ont par la suite moins de scrupules à faire affaires avec les deux types d'institutions financières dans le but de tirer profit de cette double « utilisation » de services financiers. De plus, les étudiants qui montrent une moins bonne connaissance de Desjardins, des banques et des produits financiers en général voient une plus grande différence entre Desjardins et les banques que leurs confrères plus cultivés en matière de financière. De plus, leurs représentations des banques semblent plus déconnectées de la réalité que celle que se font les étudiants qui ont de meilleures

connaissances en finances, car ils évoquent des éléments de représentations qui font référence à ce qu'étaient les banques il y a quelques décennies déjà (LAMBERT, 2005), comme une clientèle plus fortunée, conservatrice et anglophone, de même que des frais administratifs beaucoup plus élevés que chez Desjardins. En effet, lors de l'évocation hiérarchisée pour l'inducteur « banque », les répondants ont donné des éléments de réponse diversifiés, de même qu'une explication de ces éléments très imagée, voire même caricaturée :

« Je vois ça beaucoup plus comme des piscines à *cash* » (Extrait de l'entrevue 2 – Je pense...)

« Bien conservateur ... justement les banques ça me fait penser à ce qui est « *British* », si je peux le dire comme ça. » (Extrait de l'entrevue 3 – C'est ça!)

« J'imaginai le directeur de banque assis dans son bureau avec son gros cigare, les pieds sur le bureau plein d'argent. » (Extrait de l'entrevue 8 – Similarités.)

## VIII – LES RÉSULTATS DE L'ÉVOCATION HIÉRARCHISÉE

Dans le but d'identifier les éléments qui font partie des représentations sociales des étudiants de l'Université Laval à l'égard de Desjardins, des banques et des deux types d'institutions financières confondus, j'ai eu recours à l'évocation hiérarchisée qui permet à la fois d'identifier les éléments de la représentation et de classer ces derniers en éléments périphériques et éléments centraux. Trois calculs ont été nécessaires pour y arriver. Dans un premier temps, la diversité des réponses a été calculée par le rapport  $T / N$ , où  $T$  représente le nombre d'éléments différents évoqués pour l'inducteur et  $N$  le nombre total de réponses enregistrées. Une valeur près de 1 indique alors une très grande diversité des réponses et une absence de représentation alors qu'une valeur près de 0 indiquera une représentation uniforme et partagée par les répondants. Dans un deuxième temps, l'entropie a été calculée à l'aide du nombre d'occurrences de chaque élément et de la formule  $N - (T - 1)^9$ . Finalement, la fréquence d'apparition de chaque élément a été calculée et croisée

---

<sup>9</sup> Où  $N$  représente toujours l'effectif de la population enregistrée et  $T$  le nombre de réponses différentes.

avec son rang moyen d'apparition, ce qui m'a permis de savoir quels éléments font partie du noyau de la représentation et quels éléments font partie de la périphérie.

J'ai choisi de faire ces calculs pour Desjardins et pour les banques afin de comparer les deux résultats entre eux. Cette décision vient du fait que lors des entrevues, certains répondants semblaient confondre Desjardins et les banques, soit dans leur façon de voir les deux institutions, soit par l'utilisation de mauvais termes comme « client » plutôt que « membre » lorsqu'ils parlaient de Desjardins. Je me demande ainsi si, à défaut d'une représentation très partagée pour Desjardins ou les banques, il peut y avoir chez les étudiants de l'université Laval une absence de représentation pour une ou l'autre des institutions.

#### A. L'INDUCTEUR « DESJARDINS »

Suite à l'audition du mot inducteur « Desjardins », l'ensemble des 8 répondants a évoqué au total 25 termes, dont 11 différents, que j'ai regroupés dans le tableau I, où l'on retrouve également le nombre d'occurrences et le rang moyen d'apparition de chaque terme.

**Tableau III : Nombre d'occurrences et rang moyen d'apparition pour chaque terme évoqué par les répondants pour le mot inducteur « Desjardins »**

Terme évoqué	Nombre d'occurrences	Rang moyen d'apparition
Caisse	6	1.5
Coopérative (mouvement)	5	1.6
Prêt (étudiant) <sup>10</sup>	3	2.33
Institution (financière) <sup>11</sup>	3	2
Alphonse Desjardins	2	3.5
Carte (de guichet)	1	1
Sondages	1	3
Entreprise québécoise	1	2
Étudiants	1	3
Argent	1	3
Pratique	1	3

**Note :** Une fréquence élevée correspond à un terme évoqué par trois répondants ou plus, alors qu'un rang faible correspond à un rang moyen entre 1 et 2 inclusivement.

<sup>10</sup> Les termes « prêt » et « prêt étudiant » et « marge de crédit » ont été regroupés ensemble, puisque dans les explications liées aux termes, les raisons de l'évocation étaient très similaires et faisaient dans l'ensemble référence au crédit en général.

<sup>11</sup> J'ai aussi choisi de regrouper ensemble les termes « institution », « institution financière » et « finances » puisqu'ils faisaient tous les trois référence à un même univers de sens.

À l'aide du tableau III, il est possible d'effectuer les calculs liés à l'évocation hiérarchisée. Puisque l'on retrouve 14 termes différents ( T ) et que l'effectif de la population de réponse pour le mot inducteur « Desjardins » est de 25 ( N ), le rapport  $T / N$  est de  $11 / 25$ , soit une proportion de 0.44. On peut ainsi constater que la représentation des étudiants de l'Université Laval à l'égard de Desjardins est plutôt éparse et peu partagée par l'ensemble des répondants. La diversité des réponses étant grande, il me faudra, dans une prochaine section, chercher à comprendre pour quelle raison une telle diversité est observable.

Passons maintenant à la deuxième étape des calculs, soit le calcul de l'entropie ou en d'autres termes, le degré d'ordre ou de désordre de la représentation étudiée. Une valeur se rapprochant de 1 veut dire que l'entropie est forte et qu'un grand désordre est présent parmi les termes recueillis. Pour calculer l'entropie, il faut utiliser la formule  $N - (T - 1)$ , qui devient  $25 - (11 - 1)$  et donne une entropie de 15. Une telle valeur étant bien éloignée de 1, il est possible d'espérer qu'une représentation de Desjardins est présente chez les étudiants interrogés, mais encore faudra-t-il chercher à comprendre pourquoi une telle diversité de réponses a été observée. Néanmoins, il semble y avoir un certain ordre parmi les éléments puisque cinq ont été évoqués plus d'une fois.

Passons maintenant à la troisième étape, soit le classement des éléments dans un tableau dont les cases correspondent soit au noyau, soit à la périphérie de la représentation. Une fréquence élevée et un rang moyen d'apparition faible pour un même élément sont synonymes d'un élément central de la représentation. Au contraire, un élément dont le rang moyen est élevé et la fréquence d'apparition élevée, de même que les éléments dont la fréquence d'apparition est faible et le rang moyen élevé, sont synonymes d'éléments périphériques. Finalement, les éléments qui ont à la fois une faible fréquence d'apparition, mais dont le rang moyen est faible révèlent selon Natalie Blanc « l'existence d'un sous-groupe minoritaire porteur d'une représentation différente de l'objet à l'intérieur du groupe d'individus interrogés » (BLANC, 2006).

**Tableau IV : Classement des termes évoqué par les répondants pour le mot inducteur « Desjardins » en éléments périphériques et centraux de la représentation.**

	Rang moyen faible	Rang moyen élevé
Fréquence élevée	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caisse</li> <li>• Coopérative</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prêt (étudiant)</li> <li>• Institution (financière)</li> </ul>
Fréquence faible	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carte (de guichet)</li> <li>• Entreprise québécoise</li> <li>• Mouvement</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alphonse Desjardins</li> <li>• Sondages</li> <li>• Étudiants</li> <li>• Argent</li> <li>• Pratique</li> </ul>

**Note :** Une fréquence élevée correspond à un terme évoqué par trois répondants ou plus, alors qu'un rang faible correspond à un rang moyen entre 1 et 2 inclusivement.

Nous pouvons déjà voir, à l'aide du tableau IV, que la moitié des éléments évoqués par les répondants font partie de la périphérie de la représentation de Desjardins. Par contre, on retrouve tout de même deux éléments centraux, soit les termes « caisse » et « coopérative ». On remarque aussi que trois termes constituent un sous-groupe de représentation. Passons maintenant aux calculs pour la représentation des banques

## B. L'INDUCTEUR « BANQUE »

Suite à l'audition du mot inducteur « banque », l'ensemble des 8 répondants a évoqué au total 23 termes, dont 13 différents, que j'ai regroupés dans le tableau V à la page suivante.

**Tableau V : Nombre d'occurrences et rang moyen d'apparition pour chaque terme évoqué par les répondants pour le mot inducteur « banque »**

Terme évoqué	Nombre d'occurrences	Rang moyen d'apparition
Argent	6	2.17
Finances	3	1.66
Bureaux (Tour à) <sup>12</sup>	2	3
« Coutent plus cher » <sup>13</sup>	2	2
« Très gros portefeuille » <sup>14</sup>	2	1
« Il y en a moins »	1	1
Directeur général	1	2
Épargne	1	3
Conservateur	1	2
Banque	1	1
Canada	1	1
Conglomérat	1	3
Profit	1	2

**Note :** Une fréquence élevée correspond à un terme évoqué par trois répondants ou plus, alors qu'un rang faible correspond à un rang moyen entre 1 et 2 inclusivement.

Puisque l'on retrouve 17 termes différents ( T ) et que l'effectif de la population de réponse pour le mot inducteur « Desjardins » est de 23 ( N ), le rapport T / N est de 17 / 23, soit une proportion de 0.57. Déjà, il est possible de constater que la diversité des réponses est plus grande pour l'inducteur « banque » qu'elle ne l'était pour l'inducteur « Desjardins ». En ce sens, nous sommes moins près d'observer une représentation des banques partagée par les étudiants interrogés. Seuls les termes « argent » et « finances » semblent être répandus chez une majorité des répondants, alors que le terme « bureaux (Tour à) » et les expressions « très gros portefeuille » et « coûtent plus cher » sont des éléments que l'on retrouve dans plus d'une entrevue après regroupement d'idées en un seul thème<sup>15</sup>. À ce sujet, j'ai jugé préférable de ne pas regrouper les termes « argent » et « finances » puisque le premier renvoyait à l'argent en tant qu'élément symbolique et non à l'univers de la finance à proprement parler.

<sup>12</sup> L'expression « Tour à bureaux » et le terme « bureau » ont été regroupés puisqu'ils faisaient référence à une même réalité.

<sup>13</sup> L'expression « Coûtent plus cher » et l'élément « Taux d'intérêt » ont été regroupés ensemble puisqu'ils faisaient référence à une même impression, soit que les taux d'intérêt au crédit sont plus élevés dans les banques que chez Desjardins.

<sup>14</sup> Le terme « Actionnaires » a été combiné à l'expression « Très gros portefeuille » puisqu'ils faisaient référence à un même univers de sens.

<sup>15</sup> Puisque les termes évoqués lors de l'évocation hiérarchisée étaient nombreux et renvoyaient souvent à un seul et même thème, j'ai jugé préférable de regrouper certains éléments afin d'obtenir une analyse plus substantielle. Ces regroupements ont été faits en respectant l'univers de sens donné à chaque élément par les répondants.

Passons maintenant au calcul de l'entropie calculée avec la formule  $N - (T - 1)$ , soit  $23 - (13 - 1)$ , pour une entropie de 11. Un tel résultat étant inférieur à celui de l'Inducteur « Desjardins », il est possible de conclure que l'entropie liée à la représentation des banques est plus grande que celle de la représentation de Desjardins. Il semble ainsi y avoir une représentation des banques chez les étudiants de l'Université Laval, bien que cette dernière semble moins bien structurée que celle observée pour Desjardins.

Allons maintenant voir ce que le croisement de l'occurrence et du rang moyen d'apparition apportera en compréhension.

**Tableau VI : Classement des termes évoqués par les répondants pour le mot inducteur « Banque » en éléments périphériques et centraux de la représentation.**

	Rang moyen faible	Rang moyen élevé
Fréquence élevée	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Finances</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Argent</li> </ul>
Fréquence faible	<ul style="list-style-type: none"> <li>• « Il y en a moins »</li> <li>• Directeur général</li> <li>• Conservateurs</li> <li>• Banque</li> <li>• Canada</li> <li>• Profit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bureaux (Tour à)</li> <li>• Épargne</li> <li>• Conglomérat</li> <li>• « Coutent plus cher »</li> <li>• « Très gros portefeuille »</li> </ul>

**Note :** Une fréquence élevée correspond à un terme évoqué par trois répondants ou plus, alors qu'un rang faible correspond à un rang moyen entre 1 et 2 inclusivement.

Comme nous pouvons le voir, même avec les différents regroupements, un seul élément a été classé dans la case correspondant aux éléments centraux de la représentation, alors que sans ces regroupements cette case ne comprenait aucun élément. En fait, les représentations sociales n'ont pas toujours un noyau et une telle situation peut témoigner que la représentation sociale étudiée est en transformation ou que le terme suggéré aux répondants ne fait pas l'objet d'une représentation sociale. Il pourrait aussi s'agir d'une conséquence du petit nombre de répondants interrogés pour cette étude. Néanmoins, le noyau étant ce qui structure la représentation, on trouve dans cette observation une explication à la grande diversité des réponses observée et à la forte entropie calculée pour la représentation des banques.

La possibilité qu'il y ait un changement de représentation sociale à l'égard des banques chez les étudiants de l'Université Laval est envisageable. En effet, de nouvelles réalités économiques se sont imposées pour les jeunes depuis les années 1990 : chômage à la sortie des études, emplois précaires, dettes d'étude

importantes, coût de la vie élevé, etc. Les pratiques sociales en matière de consommation ont elles aussi changé, alors que le crédit peut maintenant être considéré comme un « mode de vie » par plusieurs et que les institutions financières sont souvent promptes à accorder ce crédit. Un tel changement peut sans contredit contribuer à modifier la représentation sociale des institutions financières. Il semble par contre pour le moment que la représentation des banques soit plus touchée que la représentation de Desjardins.

Il est également possible d'affirmer que la représentation qu'ont les étudiants de Desjardins est complètement différente de celle qu'ils ont des banques, puisque ce n'est que lorsque les noyaux de deux représentations sont semblables qu'il est possible de conclure que les représentations étudiées sont elles-mêmes identiques.

### C. DES ÉLÉMENTS OPPOSÉS

En regardant bien la sémantique des éléments évoqués par les huit répondants avant les regroupements, on remarque une opposition nette entre la représentation que les étudiants de l'Université Laval se font de Desjardins et celle qu'ils se font des banques.<sup>16</sup>

De l'ensemble des éléments à la fois recueillis pour l'inducteur « Desjardins » et l'inducteur « banque », trois ont été évoqués pour les deux groupes de réponses. Tout d'abord, le terme « argent » est un élément périphérique de la représentation que les jeunes se font de Desjardins, mais aussi de la représentation qu'ils se font des banques. Par contre, il s'agit d'un élément moins significatif dans la représentation de Desjardins puisque selon les résultats de l'évocation hiérarchisée, l'élément « argent » se retrouve en périphérie alors qu'on retrouve ce même élément en centre-périphérie pour la représentation des banques. On retrouve ensuite comme éléments communs aux deux inducteurs les termes « Finances » et « Institutions (financière) » que l'on retrouve en périphérie et centre-périphérie dans le cas de Desjardins, alors que ces termes sont associés à un sous-groupe de réponses disparates pour la représentation des banques. Les éléments « Argent », « Finances » et « Institutions (financières) » jouent ainsi un rôle différent dans les deux représentations étudiées.

---

<sup>16</sup> Vous trouverez la liste de tous les éléments évoqués pour les inducteurs « Desjardins » et « banque » dans les tableaux A-I et A-II en annexe.

Passons maintenant aux éléments de représentation qui sont opposés. On retrouve dans la représentation de Desjardins les éléments périphériques « Marge de crédit » et « Prêt (étudiant) » alors que l'on retrouve dans la périphérie de la représentation des banques le terme « Épargne ». Il semble ainsi que Desjardins est associée au crédit alors que les banques sont au contraire associées à l'épargne. On retrouve par la suite une seconde opposition entre le terme « Étudiants » pour la représentation de Desjardins et les éléments « Actionnaires » et « Très gros portefeuille » pour la représentation des banques, ce qui permet de supposer que les répondants attribuent à chaque type d'institution financière un type de clientèle différent. Cette opposition semble d'ailleurs confirmer le postulat soulevé par le Groupe conseil Sondages en début de recherche et selon lequel les jeunes croiraient que Desjardins est pour le « petit peuple », alors que les banques sont pour les individus fortunés. De plus, un lien possible existe entre ces éléments contraires et le premier groupe de termes opposés, car ceux qui ont de l'argent sont généralement ceux qui épargnent, et les étudiants sont souvent associés à la précarité financière. Il existe donc une certaine logique entre les termes évoqués pour l'un ou l'autre des représentations étudiées.

Un second groupe d'éléments opposés émerge de l'analyse. Dans un premier temps, on retrouve l'élément « Caisse » pour la représentation de Desjardins et l'élément « Banque<sup>17</sup> » pour la représentation des banques. On voit ainsi que les deux représentations ont un lien avec le lieu physique où se déroulent les différentes activités financières. Par contre, la caisse est beaucoup plus significative pour les membres de Desjardins que l'est l'édifice de la banque pour les clients de la banque. En effet, l'élément « Caisse » est associé au noyau de la représentation de Desjardins alors que le terme « Banque » fait partie du sous-groupe de réponses disparates de la représentation des banques. On retrouve aussi une dichotomie entre les termes « Entreprise québécoise » pour Desjardins et « Canada » pour les banques. Bien que ces deux éléments fassent partie d'un sous-groupe de réponses pour leur représentation respective, on peut supposer que Desjardins est associé à un territoire plus restreint que celui occupé par les banques. Il n'est pas contre pas question, dans les explications liées aux éléments évoqués, que Desjardins soit considérée comme « plus petite » ou inférieure aux banques. L'élément « Entreprise québécoise » faisait simplement référence aux origines de Desjardins, alors que l'élément « Canada » était en lien avec les particularités réglementaires des banques

---

<sup>17</sup> Le sens du mot banque est celui associé à la bâtisse ou siège l'institution financière.

canadiennes, à savoir que le Canada est un des rares pays où les banques et les limites de l'État sont étroitement liées et où l'on ne retrouve pratiquement pas d'institutions financières étrangères.

L'opposition entre ces différents éléments porte à croire d'une part qu'il existe une grande différence entre la représentation de Desjardins et la représentation des banques dans l'esprit des étudiants, et d'autre part que cette opposition laisse entrevoir le début d'une représentation sociale des banques, même si les éléments évoqués par les répondants sont disparates et peu organisés. Toutefois, ce manque d'organisation est probablement dû au petit nombre de répondants.

La section suivante sera consacrée aux facteurs influençant la formation de ces représentations.

## **IX - LES REPRÉSENTATIONS SOCIALES DES INSTITUTIONS FINANCIÈRES**

Les huit étudiants de l'Université Laval que j'ai interrogés ont tenu un discours qui m'a permis de soulever quelques hypothèses sur la façon dont se forment les représentations à l'égard de Desjardins et des banques. Puisque les discours se recoupaient entre eux sur plusieurs thèmes, j'ai choisi de rechercher les éléments qui semblaient prédominants dans l'ensemble des entrevues afin de compléter le schéma de la représentation de Desjardins, de même que celui des banques. Ces deux schémas seront présentés dans cette section.

### **A. LA REPRÉSENTATION DE DESJARDINS**

Lorsque les étudiants parlaient de Desjardins, quatre thèmes étaient régulièrement mentionnés ou évoqués. Pour comprendre l'importance de ces thèmes, j'ai calculé le nombre moyen d'occurrences par entrevue pour chacun des thèmes et le nombre d'entrevues où ces thèmes ont été abordés.

Tout d'abord, la caisse populaire est un thème abordé par les huit répondants. Bien qu'il s'agisse d'une bâtisse similaire à celle où siège une banque, les jeunes n'associent ce terme qu'à Desjardins. Il s'agit du thème le plus prédominant chez l'ensemble des répondants avec un nombre moyen de sept occurrences par entrevue. Un second thème qui fut abordé est celui du crédit, dans lequel j'inclus les

marges de crédit, et les prêts en lien avec Desjardins. Moins présent que le celui des caisses, le crédit a été évoqué par sept répondants et a une moyenne de 4,1 occurrences par entrevue. Un troisième thème, soit celui de l'aspect coopératif, a aussi une moyenne de 4,1 occurrences par entrevue, mais n'a été abordé que par six étudiants. Finalement, le thème d'Alphonse Desjardins a été évoqué par la moitié des étudiants interrogés et a une moyenne de 0,8 occurrence par entrevue.

**Tableau VII : Nombre moyen d'occurrences en lien avec le thème Desjardins pour quatre éléments prédominants du discours des étudiants à l'Université Laval.**

Éléments prédominants	Nombre moyen d'occurrences par entrevue	Nombre d'entrevues où le thème est abordé
La caisse <sup>18</sup>	7,0	8
Le crédit	4,1	7
Aspect coopératif <sup>19</sup>	4,1	6
Alphonse Desjardins	0,8	4

**Note :** Le nombre moyen d'occurrences est calculé sur le nombre total d'entrevues.

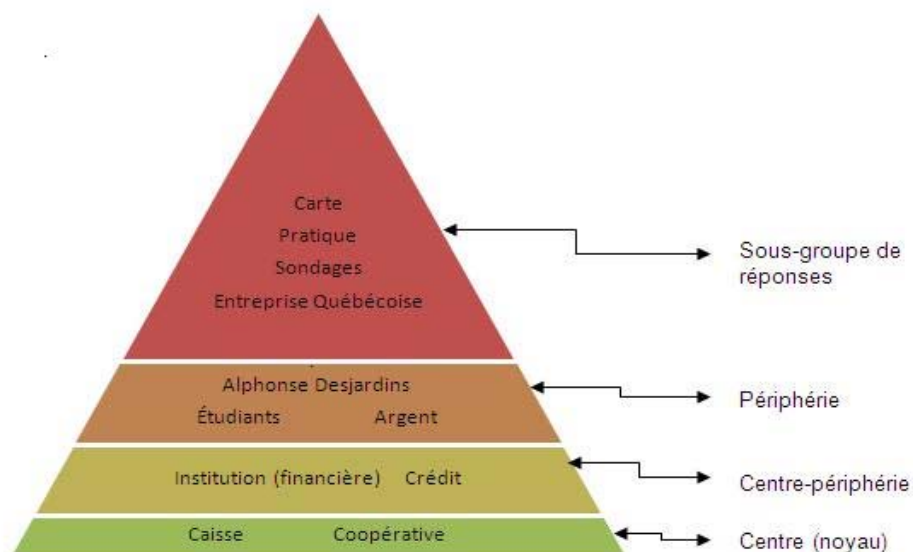
Ces résultats vont dans le même sens que ceux de l'évocation hiérarchisée. Dans la section VIII consacrée aux résultats de l'évocation hiérarchisée, il y avait comme éléments centraux les termes « caisse » et « coopérative », comme élément périphérique central le terme « Prêt (étudiant) » et comme éléments périphériques « Marge de crédit » et « Alphonse Desjardins ». Les résultats obtenus avec la recherche thématique sont similaires, alors que les thèmes que l'on retrouve au centre pour l'évocation hiérarchisée ont été évoqués dans un plus grand nombre d'entrevues<sup>20</sup>, alors que les éléments moins importants pour la représentation sont évoqués dans moins d'entrevues et ont une moyenne d'occurrence par entrevue plus faible. J'ai donc construit le graphique I dans le but d'illustrer la façon dont s'organisent les éléments présents dans la représentation sociale que se font les étudiants de l'Université Laval à l'égard de Desjardins

<sup>18</sup> Au sens d'établissement où siège Desjardins.

<sup>19</sup> La recherche pour cet élément a été faite à partir de la troncature « Coop », afin d'englober à la fois les mots coopérative et coopératif.

<sup>20</sup> Excluant les termes évoqués pour la méthode de l'évocation hiérarchisée.

**Graphique I : La représentation sociale des étudiants de l'Université Laval à l'égard de Desjardins.**



Bref, les résultats sont peu changés à la suite de la recherche thématique. On trouve toujours les mêmes éléments dans le noyau de la représentation, alors que le centre-périphérie et la périphérie sont composés des mêmes éléments que pour le classement de l'évocation hiérarchisée. Il est ainsi possible d'affirmer que l'aspect coopératif de Desjardins est significatif pour les jeunes et que cette caractéristique particulière à l'institution financière ne peut être remise en cause. L'endroit où siège Desjardins semble aussi important et la caisse populaire forme un des appuis de la représentation que se font les étudiants de l'Université Laval à l'égard de Desjardins. Serait-ce que l'appellation « caisse » permet une différenciation entre Desjardins et les banques dans leur esprit?

On retrouve dans le centre-périphérie de la représentation de Desjardins le crédit et les institutions financières en général. Dans un premier temps, les répondants qui ont des prêts ont tous fait une première demande de prêt ou de crédit chez Desjardins, et une seconde dans une banque si la coopérative a refusé de l'accorder. Il est aussi intéressant de retrouver l'élément « institution (financière) » si près du noyau de la représentation. Il semble ainsi que les jeunes considèrent Desjardins au même niveau que les banques même s'ils la différencient par sa base coopérative. Desjardins bénéficie aussi d'une image que certains répondants qualifient de « plus à l'écoute des gens ». Cette perspective est à l'origine de l'élément « étudiants »

présent en périphérie et accompagné du thème « Alphonse Desjardins », personnage associé au coup de main financier donné aux Canadiens français au début des années 1900. En fait, l'origine de la coopérative semblait significative pour certains, alors qu'elle était sans importance pour d'autres. Quant à l'élément « argent », il n'est que peu présent dans le discours des étudiants de l'université Laval membre de Desjardins. Il s'agit plutôt d'un thème dominant lorsque les répondants abordent la question des banques.

## B. LA REPRÉSENTATION DES BANQUES

L'argent, l'épargne, les frais administratifs et les intérêts plus élevés sur les prêts, de même que les rapprochements entre les banques et les entreprises sont les quatre thèmes qui ont été le plus souvent abordés par les étudiants de l'Université Laval dans la section d'entrevue consacrée aux banques.

Évoqué par sept répondants au moment de parler des banques, l'argent constitue le thème le plus souvent abordé par les étudiants de l'Université Laval interrogés avec une moyenne de 3,4 occurrences par entrevue. Présent dans trois entrevues, le thème des frais élevés a une moyenne de 3,7 occurrences par entrevues. Quelques étudiants rapportent en effet que les intérêts sur les prêts et que les frais administratifs des banques sont plus élevés que chez Desjardins. Le thème de l'épargne a été abordé par cinq étudiants, mais ce dernier n'a qu'une moyenne de 1,3 occurrence par entrevue. Finalement, le rapprochement entre les banques et le thème de l'entreprise a été soulevé par quatre répondants, mais ne présente qu'une moyenne de 0,9 occurrence par entrevue.

On peut déjà remarquer que le nombre moyen d'occurrences des thèmes prédominants est beaucoup moins élevé dans le cas des banques que pour Desjardins. De plus, même si ces thèmes ont été abordés par plusieurs étudiants, le nombre d'entrevues où l'on retrouve chaque thème est inférieur au nombre d'entrevues où sont présents les thèmes prédominants liés à Desjardins. Il a déjà été question, dans les sections précédentes, d'un plus grand désordre dans les éléments de représentation des banques que dans les éléments de la représentation de Desjardins. Cette différence entre les moyennes d'occurrence pour les thèmes des banques et ceux de Desjardins peut ainsi être le résultat du manque d'ordre dans la représentation à l'égard des banques.

**Tableau VIII : Nombre moyen d'occurrences en lien avec le thème des banques pour quatre éléments prédominants du discours des étudiants à l'Université Laval.**

Éléments prédominants	Nombre moyen d'occurrences par entrevue	Nombre d'entrevues où le thème est abordé
Argent	3,4	7
Épargne <sup>21</sup>	1,3	5
L'entreprise <sup>22</sup>	0,9	4
Frais élevés <sup>23</sup>	3,7	3

**Note :** Le nombre moyen d'occurrences est calculé sur le nombre total d'entrevues.

Les résultats obtenus pour l'évocation hiérarchisée diffèrent quelque peu de ceux obtenus à la suite de la recherche thématique dans les entrevues. Pour l'évocation hiérarchisée, on trouve dans le noyau l'élément « finances », alors que ce thème n'est que très vaguement abordé dans le reste des entrevues<sup>24</sup>. Je crois ainsi que les banques sont spontanément associées à la finance en général, car il s'agit d'un élément souvent évoqué pour l'inducteur « banque ». En complément, le thème de l'argent fait partie du centre-périphérie et constitue le thème le plus fort et le plus répandu de la recherche thématique effectuée pour la section d'entrevue consacrée aux banques. Par contre, même si sept répondants ont établi un rapport direct entre ce type d'institution financière et l'argent au cours de l'entrevue, le nombre d'occurrences pour ce thème reste faible en comparaison des thèmes associés à Desjardins. Finalement, l'épargne et la comparaison des banques avec les entreprises capitalistes sont des termes présents dans la moitié des entrevues, mais leur nombre moyen d'occurrences par entrevue est si faible que je doute qu'il s'agisse réellement d'élément très significatif pour les étudiants de l'Université Laval. Il aurait fallu interroger un plus grand nombre d'étudiants pour être en mesure de déterminer de façon plus certaine les thèmes prédominants que l'on retrouve dans la représentation des banques. Il m'est tout de même possible de présenter les éléments principaux qui composent cette représentation sociale et leur organisation dans le graphique II.

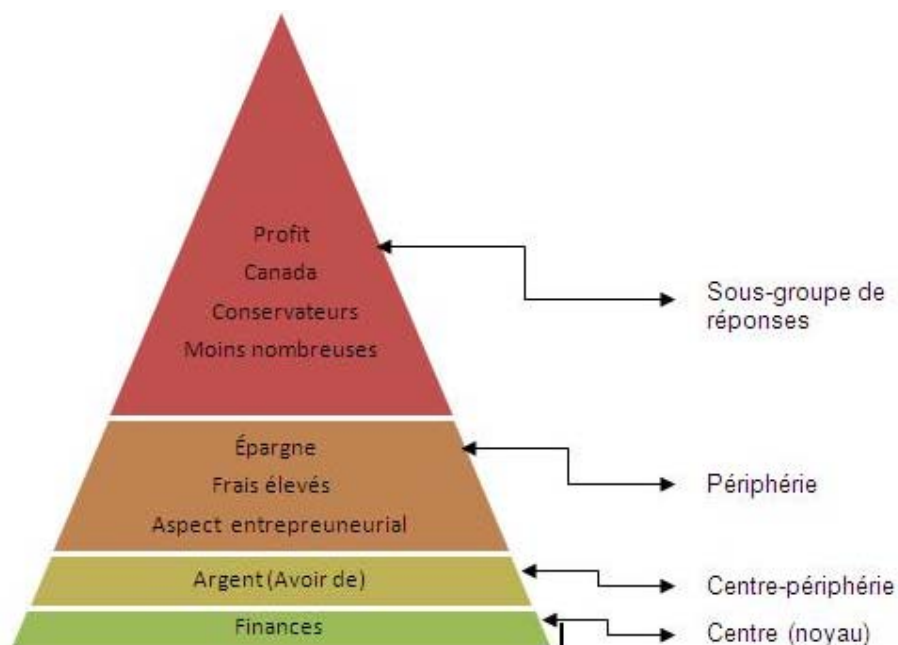
<sup>21</sup> La recherche pour ce thème a été faite à partir des termes « épargne » et « placement », en incluant les régimes d'épargne enregistrés en lien avec une banque quelconque.

<sup>22</sup> Les éléments « entreprise », « actionnaire » et « action » en lien direct avec la banque ont été utilisés pour évaluer l'importance de ce thème.

<sup>23</sup> Incluant les frais administratifs et les intérêts sur les prêts seulement.

<sup>24</sup> La recherche thématique exclut les éléments donnés pour l'évocation hiérarchisée.

**Graphique II : La représentation sociale des étudiants de l'Université Laval à l'égard des banques.**



La représentation sociale qu'ont les étudiants de l'Université Laval à l'égard des banques a pour élément central les finances en général. Contrairement à Desjardins, les banques sont fortement associées à l'argent, un élément du centre périphérie, que ce soit en matière de frais administratifs et d'intérêts à déboursier, ou encore pour déterminer le type de clientèle qui fréquente les banques. Quant à elle, la périphérie de la représentation sociale comprend l'épargne, l'aspect entrepreneurial des banques (au sens où elles visent un fort rendement des investissements et que le profit est leur principal point de mire) et une impression que les frais y sont élevés.

Déjà, l'organisation de ces éléments diffère de l'organisation des éléments associés à la représentation de Desjardins. En comparaison avec Desjardins, les banques sont vues par les jeunes comme des institutions pour « grandes personnes ». L'image qu'ils s'en font (frais plus élevés, crédit plus accessible, investissements qui rapportent davantage, etc.), fait en sorte que les banques deviennent pratiquement un synonyme du mot « argent », au sens où il faut en avoir pour traiter avec ce type d'institution financière, et où plus on en a, plus le rendement des investissements sera important.

« Tu ne vas pas à une banque parce qu'ils sont démocratiques ou parce qu'ils donnent un million de dollars au centre communautaire machin chouette à chaque deux ans. Ils sont d'abord et avant tout axés sur le client et sur la rentabilité de ce que le client demande. » (Extrait de l'entrevue 4 – L'exception.)

Quant à elle, Desjardins est associé à l'entraide et au crédit, des valeurs plus humaines et moins pécuniaires que celles des banques. À ce sujet, mon client, le Groupe conseil Sondages, avait signifié l'impression selon laquelle Desjardins était aux yeux des jeunes une institution financière pour le petit peuple, alors que les banques étaient associées à une clientèle très à l'aise. Les éléments de représentation que les jeunes ont associés à Desjardins (le crédit, les étudiants), de même que ceux qu'ils ont associés aux banques (avoir de l'argent, l'épargne, le profit) donnent effectivement l'impression que la clientèle de la coopérative est vue comme opposée à celle des banques. Par contre, je crois que la clientèle de Desjardins et des banques est de plus en plus semblable, au sens où les petits portefeuilles vont aussi chercher les avantages des banques (à l'exemple des étudiants interrogés), alors que les gros portefeuilles hésitent de moins en moins à profiter des particularités de Desjardins. Cette impression est d'ailleurs partagée par certains répondants :

« S'il est incontestable que cette dichotomie a existé avant [entre clients de Desjardins et clients des banques], elle s'effrite de plus en plus. Au même sens qu'il y a des petits épargnants qui font affaire avec des banques et que les banques leur offrent des solutions qui sont taillées à leurs besoins. » (Extrait de l'entrevue 7 – Le connaisseur.)

Bref, l'image que se font les jeunes de la clientèle des banques et de Desjardins est stéréotypée, car dans les faits, lorsque les jeunes doivent comparer les services offerts par les deux types d'institutions financières, tous s'entendent pour dire que Desjardins et les banques offrent des services équivalents et très semblables. Les raisons qui font qu'un individu choisit d'aller vers Desjardins ou vers une banque dépendent plutôt de la socialisation et des intérêts personnels de chacun. D'une part, si le jeune épargnant vise la rentabilité maximale de ses investissements et de ses placements, il ira vers l'institution financière la plus susceptible de répondre à ses attentes. D'autre part, il considérera Desjardins d'un œil différent s'il a été socialisé à cette institution en bas âge, et sera plus ou moins attaché à la coopérative financière selon la socialisation qu'il aura reçue. Les entrevues m'ont permis de constater que les individus qui ont participé à la caisse scolaire et qui ont été socialisés à Desjardins en bas âge sont plus attachés à l'institution que ceux qui n'en sont membres que depuis quelques années. De plus, la famille est un facteur d'influence

déterminant dans la représentation que les étudiants de l'Université Laval se font de Desjardins, au sens où un parent satisfait de Desjardins encouragera son enfant à aller vers cette institution en lui vantant les mérites de la coopérative financière. La même réalité s'observe aussi dans le cas des banques et les étudiants qui bénéficient des services offerts par les deux types d'institutions ont au moins un parent qui fait affaire avec une banque.

L'expérience particulière de l'individu joue aussi un rôle dans la représentation qu'il se fait de Desjardins et des banques. S'il a vécu une mauvaise expérience avec son institution financière, la représentation qu'il s'en fait sera affectée. De plus, un travail en lien avec une institution financière peut affecter la représentation qu'on se fait de cette dernière. Aucun répondant ne travaillait pour une banque, mais deux étudiantes occupaient, au moment de l'entrevue, un emploi qui a influencé la représentation qu'elles se faisaient de Desjardins. Dans un des cas, la représentation a été renforcée par les connaissances acquises au travail, alors que dans l'autre cas, la représentation de Desjardins s'est en partie dissoute puisque les propos qu'elle entend dans le cadre de son travail sont à l'opposé de ce qu'elle croyait au sujet de Desjardins.

Finalement, les connaissances financières déterminent en partie la façon dont sont vues les institutions financières. En effet, les répondants membres de la coopérative financière voient une différence évidente entre Desjardins et les banques. Pour certains, c'est la forme coopérative qui prime, alors que pour d'autres ce sont les pratiques commerciales et la qualité du service offert par la coopérative qui rehaussent la représentation qu'ils se font de cette institution financière :

« On voit que c'est un mouvement qui est beaucoup plus coopératif, beaucoup plus démocratique, beaucoup plus décentralisé. » (Extrait de l'entrevue 4 – L'exception.)

Pour les répondants plus cultivés en finances, Desjardins et les banques sont vues comme des institutions financières équivalentes où l'on retrouve dans l'ensemble le même service et des produits financiers très semblables. La seule différence qu'ils voient entre les deux types d'institution est l'aspect coopératif de Desjardins, mais ils s'entendent sur le fait que cette base coopérative n'a plus l'importance qu'elle avait auparavant et que les décisions réellement importantes sont prises par les hauts dirigeants de Desjardins plutôt que par les membres de la coopérative. En ce sens, Desjardins se rapproche des banques par son fonctionnement bureaucratique et les services qu'elle offre.

« Au niveau des services qu'un particulier peut avoir, je ne pense pas que la distinction avec une banque est si apparente que ça. [...] Que ce soit au niveau du placement, au niveau des REER, au niveau des services bancaires courants. Je ne vois pas comment la personne pourrait être susceptible de trouver une différence. » (Extrait de l'entrevue 7 – Le connaisseur.)

« Aujourd'hui je dirais que ça ressemble plus à une banque. » (Extrait de l'entrevue 2 – Je pense ...)

« Les seules différences visibles [entre Desjardins et les banques] seraient la proximité de Desjardins où que l'on soit et la forme légale de la coopérative à mon avis. » (Extrait de l'entrevue 8 – Similarités.)

Il est donc possible d'affirmer que la socialisation des individus influence les représentations sociales que les étudiants de l'Université Laval se font des institutions financières, et de confirmer la première hypothèse que j'ai soulevée en début de recherche. J'ai aussi supposé que les étudiants connaissaient mal l'aspect coopératif de Desjardins et que cette méconnaissance faisait qu'ils considèrent la coopérative du même œil qu'ils considèrent les banques. Cette hypothèse est infirmée par les données que j'ai recueillies (ou par la démarche que j'ai choisie) puisque les étudiants interrogés connaissaient plutôt bien cet aspect de Desjardins. Cette seconde hypothèse ne tient donc pas. Par contre, certains répondants confondent les deux types d'institutions financières et considèrent que la seule différence qui subsiste entre Desjardins et les banques est celle de la forme légale. Il est probable que ce rapprochement soit une conséquence de l'évolution de Desjardins, ou même du décloisonnement des institutions financières dans les années 1990. À partir de ce moment, les banques ont pu offrir les mêmes services financiers que Desjardins, et la coopérative a perdu le plus gros avantage qu'elle avait sur ses « opposants ». De plus, les étudiants interrogés n'ont pas connu cette différence entre Desjardins et les banques.

Plusieurs étudiants ont aussi critiqué l'aspect coopératif de Desjardins. Bien qu'il soit toujours possible de participer aux activités de sa propre caisse populaire, il est vrai que le fait de s'impliquer à l'Assemblée générale de sa caisse populaire et de voter n'a pas un impact décisif sur les décisions du grand Desjardins. De plus, les ristournes sont, à leurs avis, très peu différentes des profits générés par une banque et ne profitent qu'à une petite proportion de membres. Ce serait ainsi les changements opérés chez Desjardins qui seraient responsables du rapprochement que font les jeunes entre la coopérative financière et les banques, ce qui infirme la seconde hypothèse que j'avais soulevée en début de recherche.

## CONCLUSION

À l'aide des entrevues, j'ai pu répondre à la question de recherche formulée en début de recherche à propos des représentations sociales que se font les jeunes à l'égard de Desjardins et des banques, et connaître les facteurs qui influencent la formation de ces représentations. J'avais une première hypothèse selon laquelle la socialisation primaire et secondaire de chaque individu influençait les représentations sociales que se font les jeunes à l'égard des institutions financières. Cette hypothèse a été confirmée par les résultats de la recherche : la famille et l'école se sont révélés être les deux agents de socialisation ayant la plus grande influence sur la socialisation, qui influence à son tour la formation des représentations sociales vis-à-vis de Desjardins et des banques.

La famille est décisive dans le choix de la première institution financière, puisque le parent décide si son enfant fera affaire avec une banque ou avec Desjardins. De plus, le choix de cette première institution est souvent en lien avec la caisse scolaire, projet mis sur pied par Desjardins et offert dans les écoles primaires québécoises. S'installe alors une fidélité ou un attachement particulier entre le membre de Desjardins et la coopérative financière au fil du temps. Le choix de Desjardins comme institution financière dépend aussi d'une certaine habitude générationnelle, puisque grands-parents, parents et enfants y font affaire. Dans le même ordre d'idée, les répondants dont au moins un parent fait affaire avec une banque étaient à la fois membres de Desjardins et clients d'une banque, alors que ceux dont les deux parents étaient chez Desjardins n'étaient que membres de la coopérative financière.

L'expérience personnelle, l'expérience de travail et les connaissances financières que possède chaque individu, de même que les pratiques financières qu'ils ont, jouent aussi un rôle déterminant dans la formation des représentations vis-à-vis des institutions financières. Deux des répondantes occupaient un emploi en lien avec Desjardins qui a influencé de façon différente la représentation sociale qu'elles se faisaient de Desjardins. Dans un cas, le travail a eu un impact positif sur l'image que la répondante se faisait de la coopérative financière, alors que dans l'autre, l'expérience de travail a en partie dissous la représentation sociale à l'égard de Desjardins. Quant aux connaissances et aux pratiques financières, elles sont déterminantes dans la distinction que les jeunes font entre Desjardins et les banques. Les entrevues ont montré qu'un individu qui possède des connaissances financières plus étendues voit une moins grande différence entre les deux types

d'institutions financières, alors qu'un individu qui ne possède que peu de connaissances sur le sujet différencie Desjardins des banques sur la base d'éléments proposés comme différents, mais qui découlent en fait d'une simple méconnaissance des banques. Les individus ayant de meilleures connaissances financières sont aussi plus portés à faire affaire avec les banques et recherchent à tirer profit à la fois des avantages offerts par Desjardins et par les banques.

Cette observation me mène à une seconde hypothèse selon laquelle les étudiants universitaires connaissaient mal l'aspect coopératif de Desjardins et que cette méconnaissance leur faisait croire que Desjardins avait les mêmes buts qu'une banque, soit le profit plutôt que d'avoir à cœur le bien-être et la satisfaction des membres. Cette hypothèse a été infirmée. Dans un premier temps, certains répondants (généralement ceux dont le niveau de connaissances financières était bas) confondaient les termes associés à Desjardins avec ceux des banques et les répondants ayant de bonnes connaissances en finances voyaient les deux types d'institutions d'une façon très similaire avec comme seule différence la forme coopérative de Desjardins qui s'efface sous l'ampleur qu'a pris le Mouvement Desjardins, laquelle tend à s'effacer depuis quelques années. Puisque la majorité des répondants avaient une bonne connaissance de Desjardins (incluant un bref historique de Desjardins et des connaissances sur le principe coopératif), j'en suis venue à la conclusion qu'un facteur différent que le niveau de connaissance sur Desjardins devait faire en sorte que les jeunes voient la coopérative sous le même œil que les banques. L'ampleur qu'a prise Desjardins au fil des années est ainsi une cause directe de ce rapprochement entre la coopérative et les banques dans l'esprit des jeunes.

Finalement, la représentation que se font les jeunes de Desjardins est basée sur deux éléments centraux qui sont la caisse populaire et l'aspect coopératif de Desjardins. Ces deux éléments leur permettent d'établir une distinction entre la coopérative financière et les banques puisqu'il s'agit en fait de deux traits distinctifs de Desjardins. Le crédit, les étudiants, Alphonse Desjardins et l'argent sont quant à eux des éléments qui montrent que Desjardins est toujours associée à l'entraide. Je note ainsi une certaine continuité entre les valeurs qu'avait Alphonse Desjardins lors de la fondation de la coopérative financière et les éléments de représentation identifiés pour Desjardins. Dans un autre ordre d'idées, les éléments de la représentation sociale que se font les étudiants des banques sont moins spécifiques (évoqués moins précisément par les répondants) que ceux liés à la représentation de

Desjardins. En effet, la représentation des banques est fortement associée à l'argent et a pour seul élément central les finances en général. Les jeunes semblent croire qu'il est nécessaire de posséder beaucoup d'argent pour faire affaire avec une banque, et associent ce type d'institution financière à l'épargne et à une clientèle cossue.

Les résultats de cette recherche sont basés sur un très petit échantillon, mais constituent une bonne piste à suivre pour une prochaine étude sur le sujet. Il serait notamment intéressant de chercher à savoir quel impact a eu l'évolution de Desjardins sur les représentations sociales que se font les jeunes à l'égard de la coopérative financière puisque cet aspect semblait vaguement émerger du discours des répondants. Il pourrait aussi être pertinent de réaliser une étude où serait comparée l'opinion des jeunes universitaires avec celle d'une génération antérieure dans le but de bien comprendre les impacts qu'a eus cette évolution. Le Groupe conseil Sondages aurait ainsi un portrait complet des raisons qui font que Desjardins est en partie vue comme une institution financière pour les petits épargnants, alors que les banques sont toujours associées aux personnes fortunées par certains.

## BIBLIOGRAPHIE

- ABRIC, Jean-Claude (dir.) (1994), *Pratiques sociales et représentations*, Paris, Presses Universitaires de France
- ARTEAU, Marcel (1991), « Vers une économie coopérative », *Relations*, No 575, nov., p. 263-277
- BEAUCHAMP, Michel et Yvan COMEAU (1996), « La promotion des coopératives par le vécu : le cas des caisses étudiantes », *Recherches sociographiques*, vol. 37, no 2, 1996, p.301–318
- BEAUCHAMP, Michel et Benoît LÉVESQUE (1991), « A-t-on raison de compter sur Desjardins ? », *Relations*, No 575, nov. 1991, p. 263-277
- BERGER, Peter et Thomas LUCKMANN (2006). « La société comme réalité subjective » dans Berger et Luckmann, *La construction sociale de la réalité*, Paris, Meridiens Klincksieck p. 177-249
- BLANC, Nathalie (dir.) (2006), *Le concept de représentation en psychologie*, Paris, In Press Editions
- CÔTÉ, Daniel (2001), « La Desjardins, entre rupture et continuité ... ; L'identité coopérative, handicap ou avantage concurrentiel ? » dans Gagnon, Alain-G. et Jean-Pierre Girard (dir.) et Stéphane Gervais (coll.), *Le mouvement coopératif au cœur du XXI<sup>e</sup> siècle*, Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec, p. 37 -58
- CROTEAU, René (2004), *Un patrimoine coopératif défiguré et dénaturé*, Ste-Foy, Éditions MultiMondes, p. 5 – 15
- DESJARDINS (mai 2007), Actions jeunesse. *Desjardins, propulseur d'une génération*, Lévis, Fédération des caisses Desjardins
- FLAMENT, Claude et Michel-Louis ROUQUETTE (2003), « Qu'est-ce qu'une représentation sociale ? » dans : Flament et Rouquette, *Anatomie des idées ordinaires. Comment étudier les représentations sociales*, Paris, Armand Colin, p. 11- 30
- GIGUÈRE, Joseph (1991) , « Le mouvement coopératif : élément clé de notre société distincte : RÉSISTANCE COOPÉRATIVE ET SOCIÉTÉ DISTINCTE », *Relations*, No 575, nov., p. 263-277
- GIRARD, Jean-Pierre (2001), « La formule coopérative et les défis du XXI<sup>e</sup> siècle ; Éléments de réflexion » dans Gagnon, Alain-G. et Jean-Pierre Girard (dir.) et Stéphane Gervais (coll.), *Le mouvement coopératif au cœur du XXI<sup>e</sup> siècle*, Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec, p. 1 -33
- GIRARD, Jean-Pierre (2001a), « Le Québec et le mouvement Desjardins » dans Gagnon, Alain-G. et Jean-Pierre Girard (dir.) et Stéphane Gervais (coll.), *Le mouvement coopératif au cœur du XXI<sup>e</sup> siècle*, Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec, p. 59 -71
- Gouvernement du Québec (2006), *Qu'est-ce qu'une coopérative ?*, coll. Outils coop

- GRÉGOIRE, Isabelle, « Génération plastique [De plus en plus d'enfants préfèrent payer avec leur propre carte de débit] », *L'Actualité*, April 1, 2001. Vol. 26, no. 5, p. 49
- GRENIER, Mario, Johanne Lauzon (1997), « L'endettement étudiant : qui s'instruit faillit », *Vie ouvrière*, No 264, janv.-fév., pages 16-18
- JODELET, Denise (1989), *Représentations sociales*, Paris, Presses Universitaires de France
- LAMBERT, Martin (Novembre 2005). « Puis la liberté déloge la vertu – Desjardins et la production sociale de l'épargne au Québec », *Mémoire*.
- MASSÉ, Gilles (1990), « Les jeunes et l'argent », *Affaires plus*, juin, 1990, pages 13 -23
- NORMAND, François (2002), « Un sondage contredit le mythe des étudiants irresponsables », *Les affaires*, samedi, 21 septembre, p. 16
- POULIN, Pierre (1990), *Histoire du Mouvement Desjardins*, Tome I, Montréal, Éditions Québec/Amériques, coll. Desjardins
- POULIN, Pierre (1994), *Histoire du Mouvement Desjardins*, Tome II, Montréal, Éditions Québec/Amériques, coll. Desjardins
- POULIN, Pierre (1994a), *Histoire du Mouvement Desjardins*, Tome III, Montréal, Éditions Québec/Amériques, coll. Desjardins
- ROCHER, Guy (2003). « Socialisation, conformité et déviance » dans Rocher, Guy, *Introduction à la sociologie générale*, LaSalle, Hurtubise HM, p. 129 - 169
- VIDAL, Julien, Patrick RATEAU et Pascal MOLINER (2006), «Les représentations en psychologie sociale » dans Nathalie Blanc (dir.), *Le concept de représentation en psychologie*, Paris, In press éditions, p. 11-42

## DOCUMENT ÉLECTRONIQUES

Alliance coopérative internationale (24 novembre 2007), *Introduction à l'ACI*, [http://www.ica.coop/fr/intro.html]

Archives de Radio-Canada (17 septembre 1987), « Les banques et la concurrence », *Libre échange*, [http://archives.radio-canada.ca/version\_print.asp?page=1&IDLan=0&IDClip=11160&IDDossier=0&IDCat=168&IDCatPa=146] (18 avril 2008)

CACQ (2007), « Quelques chiffres intéressants », [http://www.cacq.ca/dans-la-marge/2007/statistiques.html] (3 décembre 2007)

CACQ (2007a), « L'attitude des québécois face à sollicitation sur le crédit », [http://www.cacq.ca/dans-la-marge/2007/sondage.html] (3 décembre 2007)

Gilbert-Ouimet, Mahée (2006). « L'endettement des étudiants inscrits au doctorat en médecine de l'Université Laval », *Rapport final pour la Faculté de médecine et Regroupement des Étudiants en Médecine de l'Université Laval (RÉMUL)*, [http://www.soc.ulaval.ca/site/etudiante/LabRapTele.asp#2005-2006] (6 avril 2008).

Lachance, Marie J., Pierre Beaudoin et Jean Robitaille (2004), « Les jeunes adultes québécois et le crédit », *Université Laval pour la fondation Claude Masse*, [http://www.consommateur.qc.ca/acefest/424.htm] (6 novembre 2007)

Ministère du conseil exécutif, « Jeunes entreprises du Québec », 23 novembre 2007. [http://www.defi.gouv.qc.ca/terrain/jeunes\_entreprises.htm] (23 novembre 2007)

Ministère du conseil exécutif, « L'entrepreneuriat démystifié », 23 novembre 2007, [http://www.defi.gouv.qc.ca/defi/est/demystifie.htm] (23 novembre 2007)

Office de la protection du consommateur (novembre 2002), *Vigie Consommation*, volume 1, no. 3, [http://www.opc.gouv.qc.ca/publications/vigie/Vol.%201%20num\_3.pdf] (3 décembre 2007)

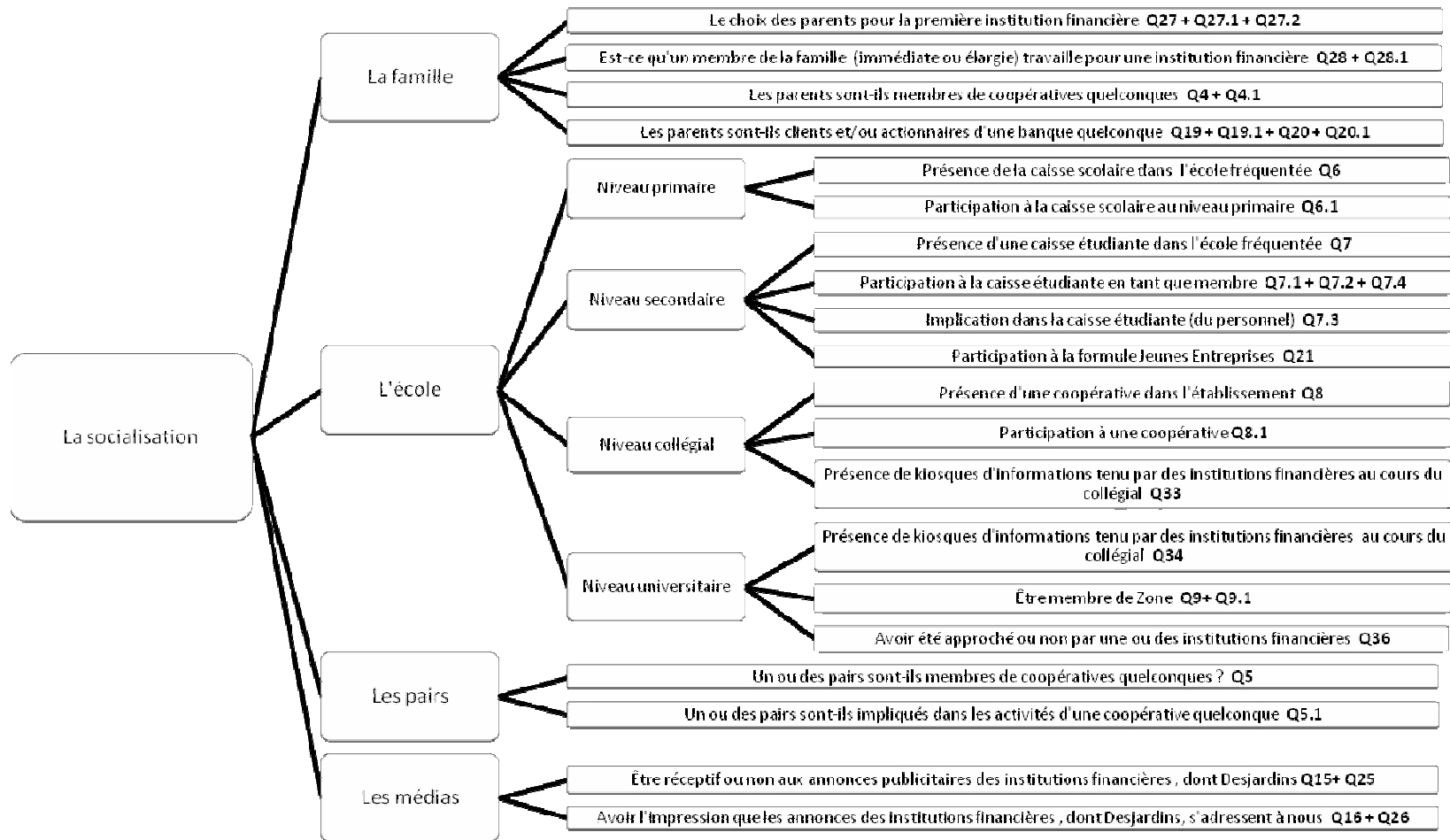
Réseau de protection du consommateur (6 novembre 2007), *Quelques données sur le rapport des jeunes avec la consommation*, [http://www.consommateur.qc.ca/acefest/222.htm]

Ressources humaines et Développement social Canada (12 juin 2007), « Programme canadien de prêts aux étudiants Rapport annuel 2004-2005 ; Annexe I », [http://www.rhdsc.gc.ca/cgi-bin/hrsdcrhdsc/print/print.asp?Page\_Url=/fr/apprentissage/subventions\_etudes/Publications/appendix-i-f.shtml] (3 décembre 2007)

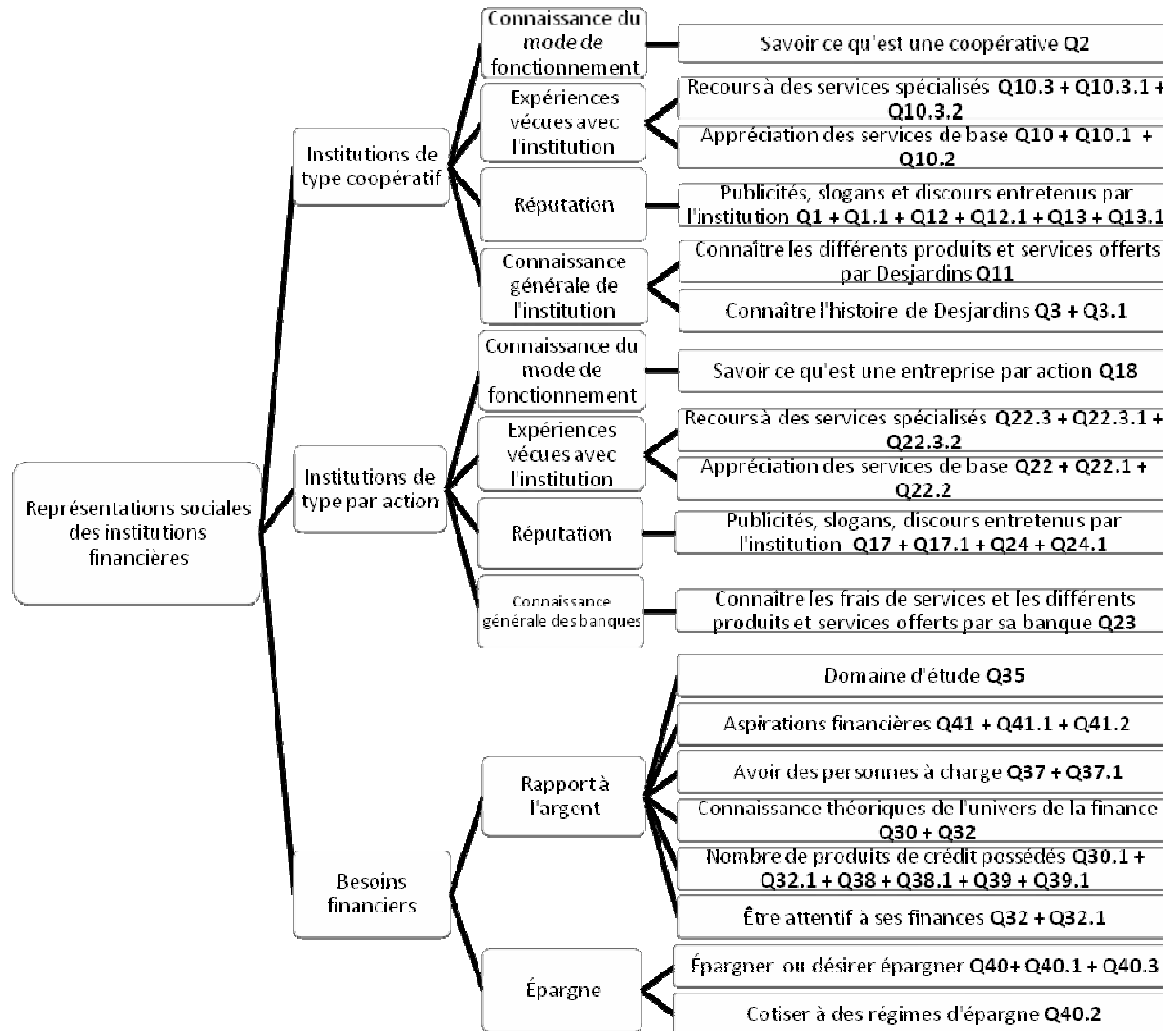
Statistiques Canada (2004), « Enquête nationale auprès des diplômés : endettement des étudiants », *Le Quotidien*, lundi 26 avril 2004, [http://www.statcan.ca/Daily/Francais/040426/q040426a.htm] (3 décembre 2007)

## **ANNEXES**

# ANNEXE I : SCHÉMA D'OPÉRATIONNALISATION



# ANNEXE I : SCHÉMA D'OPÉRATIONNALISATION



## **ANNEXE II : FORMULAIRE DE CONSENTEMENT**



### **Formulaire de consentement**

#### **Représentations des étudiants de l'Université Laval à l'égard des institutions financières**

Cette recherche est effectuée dans le cadre du Laboratoire de recherche du Département de sociologie de l'Université Laval en réponse à un appel d'offres provenant du Groupe conseil Sondages, qui souhaite connaître les représentations des étudiants de l'Université Laval vis-à-vis des institutions financières.

#### **Objectifs**

Cette recherche vise à comprendre quels sont les facteurs qui influencent la formation des représentations des étudiants de l'Université à l'égard des institutions financières. De plus, cette recherche a pour but de comprendre la nature de ces représentations.

#### **Modalités de participation à la recherche**

La participation à la recherche consiste à :

Prendre part à une entrevue individuelle d'une durée d'environ 60 minutes portant sur les représentations des étudiants vis-à-vis des institutions financières, lors de laquelle seront abordés les thèmes suivants : le parcours scolaire, la famille, les amis, les institutions financières, les besoins financiers et les aspirations financières.

Le participant n'est pas tenu de répondre à toutes les questions qui lui seront adressées.

Les entrevues seront enregistrées sur support numérique.

#### **Risques, inconvénients et avantages pour le participant**

Cette recherche ne représente pas de risques connus. La participation à la recherche permettra au participant de contribuer à ce que son expérience aide à comprendre de quelle manière la socialisation influence les représentations sociales des Étudiants vis-à-vis des institutions financières.

#### **Participation volontaire et droit de retrait**

Le participant est libre de participer à ce projet de recherche. Il peut en tout temps décider de s'en retirer sans avoir à se justifier et sans subir de préjudice quelconque. S'il décide de mettre fin à sa participation, il peut communiquer avec l'étudiante chercheuse au numéro de téléphone indiqué dans ce document. Tous les renseignements personnels le concernant seront alors détruits.

## ANNEXE II : FORMULAIRE DE CONSENTEMENT

### Confidentialité et gestion des données

Toutes les informations obtenues dans le cadre de cette recherche demeureront confidentielles et anonymes. Les noms et prénoms des participants, de même que les caractéristiques qui les rendraient aisément identifiables n'apparaîtront nulle part. Si des extraits d'entrevue devaient être cités dans le rapport de recherche, ceux-ci seraient présentés de façon à protéger l'anonymat des participants.

Les données seront conservées au domicile de l'étudiante chercheuse et seront détruites à la fin de la recherche.

### Diffusion des résultats

Un rapport faisant état des résultats de la recherche sera diffusé auprès des personnes et organismes intéressés. Ce même rapport sera remis au Groupe conseil Sondages. Les résultats de la recherche pourront ultérieurement faire l'objet de publications dans des revues, de conférences ou d'autres formes de diffusion.

### Signatures

Je, soussigné(e) \_\_\_\_\_, consens librement à participer à la recherche intitulée : « Représentations des étudiants(es) de l'Université Laval à l'égard des institutions financières ». J'ai pris connaissance du formulaire et je me déclare satisfait(e) des explications, précisions et réponses que le chercheur m'a fournies quant à ma participation à ce projet. Je comprends que je peux mettre fin à ma participation en tout temps sans avoir à subir de conséquence ou de préjudice, et sans devoir justifier ma décision.

\_\_\_\_\_  
Signature du participant, de la participante

\_\_\_\_\_  
Date

Je déclare avoir expliqué le but, la nature, les avantages, les risques et les inconvénients du projet de recherche au participant, avoir répondu au meilleur de ma connaissance aux questions posées, et avoir fait l'appréciation de la compréhension du participant.

\_\_\_\_\_  
Signature de l'étudiante chercheuse

\_\_\_\_\_  
Date

### Étudiante- chercheuse

Lydia Arsenault

[lydia.arsenault.1@ulaval.ca](mailto:lydia.arsenault.1@ulaval.ca)

418-844-3034

## ANNEXE III : GRILLE D'ENTREVUE

### Grille d'entrevue

#### Dire le but de la recherche

Le Groupe conseil Sondages souhaite connaître les représentations des étudiants de l'Université Laval vis-à-vis des institutions financières. Le but de cette recherche est de répondre à cette demande tout en faisant preuve d'objectivité.

#### Expliquer les attentes du chercheur

Puisque les représentations sociales peuvent contenir des éléments diversifiés, il n'y aura pas de réponses jugées comme bonnes ou mauvaises au cours de cette entrevue. Je désire savoir ce que vous pensez réellement alors soyez à l'aise de vous exprimer dans les termes qui vous sont familiers.

#### Formulaire de consentement

Je fais signer un formulaire pour des questions d'éthiques. Je vais lire le formulaire avec vous et vous le faire signer. (Préciser que « comme convenu dans le formulaire je vais enregistrer l'entrevue »).

#### Confidentialité

Les informations seront gardées aux domiciles de l'étudiante chercheuse et seront détruites à la fin de la recherche. Il n'y aura aucun nom ou autres informations permettant de vous reconnaître qui seront cités lors de mon rapport de recherche.

#### Expliquer le déroulement de l'entrevue

L'entrevue sera divisée en quatre blocs différents. Les deux premiers blocs débiteront par une question à laquelle vous tenterez de répondre le plus spontanément et naturellement possible. Par la suite, des questions liées au thème de chaque bloc vous seront posées. Soyez à l'aise de dire tous les commentaires que vous avez en tête, de même que de m'arrêter si vous avez des questions ou désirez des précisions.

#### Questions avant de commencer

Avez-vous des questions avant de commencer?

---

#### Questions concernant Desjardins

- Q.1 Quels sont les trois mots et expressions qui vous viennent spontanément à l'esprit lorsque je vous dis « Desjardins » ?
- Q.1.1 Pourquoi ces mots?
- Q.2 Pouvez-vous m'expliquer ce qu'est une coopérative?
- Q.3 Savez-vous de quelle manière s'est fait la fondation de Desjardins?
- Q.3.1 En savez-vous davantage sur l'histoire de Desjardins?
- Q.4 Savez-vous si vos parents sont membres d'une coopérative?
- Q.4.1 De quelle coopérative sont-ils membres?
- Q.5 Est-ce qu'un ou plusieurs de vos amis sont membres d'une coopérative?
- Q.5.1 Participent-ils aux activités de cette coopérative?
- Q.6 Y avait-il une caisse scolaire dans votre école primaire lorsque vous la fréquentiez?
- Q.6.1 Y Avez-vous participé?
- Q.7 Y avait-il une caisse étudiante dans votre école secondaire durant les années où vous la fréquentiez?
- Q.7.1 Avez-vous participé à cette caisse étudiante en tant que membre?
- Q.7.2 Avez-vous ouvert un compte chez Desjardins à partir de cette caisse étudiante?
- Q.7.3 Avez-vous utilisé le comptoir de la caisse étudiante pour faire des transactions dans un compte que vous aviez déjà chez Desjardins?
- Q.7.4 Vous êtes-vous impliqué dans cette caisse étudiante en faisant partie du personnel ou du conseil administratif?

## **ANNEXE III : GRILLE D'ENTREVUE**

- Q.8 Y avait-il une coopérative à l'intérieur de votre établissement scolaire lorsque vous fréquentiez le niveau collégial?  
Q.8.1 Y participiez-vous?
- Q.9 Savez-vous que la librairie Zone est une coopérative?  
Q.9.1 En êtes-vous membre?
- Q.10 Êtes-vous membre de Desjardins?  
Q.10.1 L'avez-vous déjà été?  
Q.10.2 Appréciez-vous les services de base chez Desjardins (Dépôt, retrait, services offerts au comptoir)?  
Q.10.3 Avez-vous déjà eu recours à des services spécialisés chez Desjardins?  
Q.10.3.1 De quel type de services s'agissait-il?  
Q.10.3.2 Avez-vous apprécié ces services?
- Q.11 Connaissez-vous les services offerts par Desjardins?
- Q.12 Croyez-vous que le slogan « Ceci n'est pas une banque » représente bien Desjardins?  
Q.12.1 Pourquoi ?
- Q.13 Croyez-vous que Desjardins a raison de se décrire comme une coopérative financière?  
Q.13.1 Pourquoi ?
- Q.14 Croyez-vous que Desjardins est différente des banques?
- Q.15 En général, que pensez-vous des annonces publicitaires qui présentent Desjardins?
- Q.16 Qu'elles soient télévisées, radiophoniques ou imprimées, avez-vous l'impression que les annonces publicitaires de Desjardins s'adressent à vous?

---

### **Questions concernant les banques**

- Q.17 Quels sont les trois mots et expressions qui vous viennent spontanément à l'esprit lorsque je vous dis « Banque »?  
Q.17.1 Pourquoi ces mots?
- Q.18 Pouvez-vous m'expliquer ce qu'est une entreprise par actions?
- Q.19 Savez-vous si vos parents sont client d'une banque?  
Q.19.1 De quelle banque sont-ils clients?
- Q.20 Savez-vous si vos parents sont actionnaires d'une banque?  
Q.20.1 De quelle banque sont-ils actionnaires?
- Q.21 Avez-vous participé à la formule « Jeunes Entreprises » ou à une formule de type entrepreneurial dans le cadre scolaire lorsque vous fréquentiez l'école secondaire?
- Q.22 Êtes-vous client d'une banque?  
Q.22.1 L'avez-vous déjà été?  
Q.22.2 Appréciez-vous les services de base offerts par votre banque (Dépôt, retrait, services offerts au comptoir) ?  
Q.22.3 Avez-vous déjà eu recours à des services spécialisés dans une banque?  
Q.22.3.1 De quel type de services s'agissait-il ?  
Q.22.3.2 Avez-vous apprécié ces services?
- Q.23 Connaissez-vous les services offerts par votre banque?
- Q.24 Connaissez-vous le slogan de votre banque?  
Q.24.1 Croyez-vous que ce slogan la représente bien?
- Q.25 En général, que pensez-vous des annonces publicitaires qui présentent Des banques?
- Q.26 Qu'elles soient télévisées, radiophoniques ou imprimées, avez-vous l'impression que les annonces publicitaires des banques s'adressent à vous?

## **ANNEXE III : GRILLE D'ENTREVUE**

---

### **Questions concernant l'éducation et les connaissances financières**

- Q.27 Lorsque vous étiez enfant, vos parents ont-ils ouvert un compte à votre nom dans une institution financière?
- Q.27.1 Savez-vous dans quelle institution financière ce compte fut ouvert?
  - Q.27.2 Avez-vous toujours ce compte?
- Q.28 Est-ce qu'un membre de votre famille immédiate ou élargie travaille pour une institutions financière?
- Q.28.1 Pour quelle institutions travaille-elle?
- Q.29 Parlez vous ouvertement d'argent avec votre famille?
- Q.30 Avez-vous appris à faire un budget?
- Q.31 Savez-vous ce qu'est une marge de crédit?
- Q.31.1 En avez-vous une ou plusieurs?
  - Q.31.1 Qui vous a transmis ces connaissances financières?
- Q.32 À votre avis, quelles sont les caractéristiques d'une personne qui se préoccupe de ses finances?
- Q.32.1 Vous considérez-vous comme une personne soucieuse de ses finances?
- Q.33 Pendant votre formation collégiale, avez-vous le souvenir d'avoir déjà vu des kiosques d'informations tenus par des institutions financières dans l'établissement scolaire même?
- Q.34 Depuis le début de votre formation universitaire, avez-vous le souvenir d'avoir déjà vu des kiosques d'informations tenus par des institutions financières à même l'université ou le campus universitaire?

---

### **Questions concernant les besoins financiers**

- Q.35 Dans quel programme étudiez-vous?
- Q.36 Depuis le début de vos études universitaires, avez-vous été approché par une institution financière au sujet de prêts, carte de crédits et autres services financiers?
- Q.37 Avez-vous des personnes à charge?
- Q.37.1 Combien ?
- Q.38 Avez-vous des prêts, personnels ou conjoints, à votre nom?
- Q.38.1 Combien en avez-vous?
- Q.39 Possédez-vous une ou plusieurs carte de crédit?
- Q.39.1 Combien en possédez-vous?
- Q.40 Avez-vous la possibilité d'épargner?
- Q.40.1 Épargnez-vous?
  - Q.40.2 Cotisez-vous à des régimes d'épargne (REER, REEE, etc.) ?
  - Q.40.3 Désirez-vous épargner?
- Q.41 Quelles sont vos aspirations financières

## ANNEXE IV : LES TERMES DE L'ÉVOCATION HIÉRARCHISÉE

Tableau AI : Termes évoqués par les répondants pour l'inducteur « Desjardins ».

Entrevue	Termes évoqués
1 - <i>Le monde est petit</i>	1. Carte 2. Prêt 3. Marge de crédit
2 - <i>Je pense...</i>	1. Caisse 2. Coopérative 3. Sondages
3 - <i>C'est ça!</i>	1. Caisses populaires 2. Entreprise québécoise 3. Alphonse Desjardins
4 - <i>L'exception.</i>	1. Coopérative 2. Institution financière 3. Alphonse Desjardins
5 - <i>Le cœur chez Desjardins.</i>	1. Institutions 2. Caisses 3. Étudiants
6 - <i>Desjardins m'interpelle.</i>	1. Caisse 2. Prêt étudiant 3. Argent
7 - <i>Le connaisseur.</i>	1. Mouvement 2. Coopérative 3. Finances
8 - <i>Similarités.</i>	1. Caisse 2. Coopérative 3. « Pratique »

## ANNEXE IV : LES TERMES DE L'ÉVOCATION HIÉRARCHISÉE

Tableau AII : Termes évoqués par les répondants pour l'inducteur « banque ».

Entrevue	Termes évoqués
1 - <i>Le monde est petit</i>	1. « Il y en a moins » 2. « Coutent plus cher »
2 - <i>Je pense...</i>	1. Argent 2. Directeur général 3. Épargne
3 - <i>C'est ça!</i>	1. « Très gros portefeuilles » 2. Conservateurs 3. Argent
4 - <i>L'exception.</i>	1. Actionnaires 2. Argent 3. « Tour à bureaux »
5 - <i>Le cœur chez Desjardins.</i>	1. Institution financière 2. Taux d'intérêt 3. Argent
6 - <i>Desjardins m'interpelle.</i>	1. Banque 2. Services financiers 3. Argent
7 - <i>Le connaisseur.</i>	1. Canada 2. Finances 3. Conglomérat
8 - <i>Similarités.</i>	1. Argent 2. Profit 3. Bureau