

# CONFLITS DE VALEURS AU TRAVAIL



## Analyse

Août 2009

**Ariane Dewandre**  
Chargée de projets, SAW-B

La grande majorité des entreprises d'économie sociale sont actives dans le secteur des services : crèches, épicerie, aide-familiale, aide-ménagère, restaurant, boulangerie, jardinage, métiers du bâtiment, services de lutte contre la fracture numérique, transport, petits travaux à domicile, etc. Les travailleurs sont amenés à avoir une relation directe avec des clients aux valeurs, comportements et styles de vie très diversifiés.

Ils peuvent être confrontés, aux travers des comportements des usagers, à différents systèmes de valeurs auxquels ils n'adhèrent pas forcément, ou faire face à des inégalités sociales fortes. Ces « chocs de valeurs » économiques, culturels, éducatifs, provoquent parfois des conflits internes. Comment gérer la relation avec des clients dont on ne partage pas les valeurs ? Comment comprendre, voire supporter, des différences de valeurs ou même des inégalités sociales ? Comment réagir lorsque ces valeurs dévalorisent le travail effectué ou le travailleur ? Comment rester fidèle à son propre système de valeurs ?

Ces questions ont été abordées à l'occasion d'un atelier organisé lors des Chantiers de l'Economie Sociale du 19 juin 2009. Une trentaine de travailleurs d'entreprises d'économie sociale y ont partagé leurs réflexions et leurs pistes d'action face aux difficultés qu'ils rencontrent en termes de « chocs de valeurs » et d'inégalités sociales et culturelles dans leur travail. Au travers de cette analyse, nous souhaitons faire écho de ces échanges et les prolonger. Les différences et les inégalités sociales et culturelles existent et se vivent au travers de la relation de services. Comment l'économie sociale traite-t-elle ces difficultés avec ses travailleurs ?

Après un cadrage plus théorique sur la construction sociale des valeurs, nous aborderons des exemples concrets de chocs de valeurs qui ont été évoqués lors de l'atelier. Enfin, nous proposerons quelques pistes à développer au niveau personnel, de l'entreprise et de la société pour faire face à ces différences.

### Des valeurs construites socialement

Les valeurs sont une construction sociale et historique. Elles évoluent donc selon les époques et varient d'une région à l'autre. Mais, bien qu'il y ait, au sein d'une même culture, un socle de valeurs communes et largement acceptées (égalité, solidarité, liberté...), tous les individus ne partagent pas les mêmes valeurs ou ne les partagent pas avec la même intensité. Nous mettons des significations différentes derrière des mêmes termes et cela se traduit dans des comportements différents.

De nombreux sociologues, dont Pierre Bourdieu, ont démontré que les valeurs, normes et conceptions du monde que nous développons dépendent en grande partie du milieu familial et social, économique et culturel dans lequel nous évoluons. Nos valeurs ne sont donc pas uniquement le résultat de notre libre choix. Elles s'imposent à nous par les conditions de vie dans lesquelles nous vivons et grandissons. Nos valeurs se forment par notre éducation, notre accès à l'information, les occasions qui

nous ont permis d'être sensibilisés à certaines questions, nos expériences de vie, qui dépendent notamment de notre milieu et de nos ressources économiques. Ainsi, au travers des chocs de valeurs que vivent les travailleurs dans la relation avec leurs clients, ce sont notamment les inégalités socio-économiques de notre société qui se révèlent.

### Le point de vue de sociologues

#### *Valeurs et classes sociales selon Bourdieu*

Selon le sociologue Pierre Bourdieu, les valeurs sont notamment transmises par la socialisation, processus d'intégration de l'individu à la société. Il défend que tout individu se caractérise par un « habitus »<sup>1</sup> de classe, qui se construit par l'intériorisation de normes, valeurs, représentations et pratiques. La socialisation, qui opère principalement dans le cadre familial et scolaire, correspond à l'incorporation de l'habitus. Selon Bourdieu, ce processus contribue à la reproduction des classes sociales.

Ainsi, la transmission des valeurs se fait notamment sous l'emprise du cadre familial et social. Nous ne subissons cependant pas ce processus de manière passive, mais nous opérons une logique de tri entre les valeurs. Par ailleurs, la socialisation est un processus interactif dans lequel nous sommes acteurs. Enfin, nous pouvons être « socialisés » par une multitude d'agents différents tout au long de la vie : école, famille, pairs, mais aussi médias, associations, entreprises et administrations, etc.

#### *Le système des grandeurs selon Thevenot et Boltanski*

Laurent Thevenot et Luc Boltanski, sociologues, affirment que les individus, pour agir ensemble, doivent partager des valeurs. En cas de désaccord, ils ont recours à des systèmes de justification, ou « grandeurs », qui font référence à des valeurs présentes dans notre culture. Ces systèmes permettent de justifier la légitimité d'un comportement ou d'évaluer la « grandeur » d'une personne. La grandeur civique (bien commun), la grandeur marchande (intérêt individuel, richesse, réussite personnelle), la grandeur industrielle (efficacité, performance), domestique (les relations personnelles, le positionnement hiérarchique), la grandeur de l'opinion (la grandeur d'une personne dépend du regard des autres), la grandeur inspirée (idées et valeurs propres de l'individu, notamment la créativité), auxquelles on pourrait ajouter la grandeur verte (l'intérêt pour l'environnement)<sup>2</sup>. « Dans une société complexe comme la nôtre, chaque individu doit donc trouver des compromis entre de multiples principes ayant chacun leur propre légitimité »<sup>3</sup>. Ce modèle permet également de comprendre les relations conflictuelles entre les individus.

Si nos valeurs dépendent de notre milieu social, la façon dont nous les traduisons en actes dépend également de nos ressources économiques. Si les valeurs guident les actes, les individus adaptent leurs comportements aux conditions dans lesquelles ils vivent. Ainsi, nous ne sommes donc pas égaux face aux possibilités de vivre nos valeurs. Tout le monde ne peut pas se permettre financièrement d'acheter « bio », par exemple, ce qui ne remet pas en cause l'attachement à la valeur « préservation de l'environnement ». En outre, face à la nécessité, certaines valeurs prennent le pas sur d'autres, plus accessoires. La réponse à des questions telles que « La santé est-elle plus importante que l'argent ? » ou « l'argent est-il plus important que la solidarité ? » peut notamment dépendre du revenu dont dispose la personne. Le politologue Ronald Inglehart soutient ainsi la thèse selon laquelle les valeurs évoluent avec le niveau de vie : « *Pour quelqu'un qui est menacé physiquement, la valeur la plus importante est la sécurité. En revanche, celui à qui il suffit de monter le chauffage quand il fait froid et d'allumer la lumière lorsque la nuit tombe peut se consacrer à autre chose qu'à la lutte pour la survie [...] Celui qui n'est pas menacé et mange à sa faim peut jouir d'une plus grande liberté d'action et s'épanouir davantage. Des valeurs comme la tolérance, la démocratie ou la protection de*

<sup>1</sup> « Systèmes de dispositions durables et transposables, structures structurées disposées à fonctionner comme structures structurantes, c'est-à-dire en tant que principes générateurs et organisateurs de pratiques et de représentations ». Pierre Bourdieu, « Le sens pratique », Paris, Éditions de Minuit, 1980.

<sup>2</sup> Luc Boltanski, Laurent Thévenot, « De la justification, les économies de la grandeur », Paris, Éditions Gallimard, 1991.

<sup>3</sup> « Les valeurs en question », *Les valeurs en question*, Sciences Humaines, numéro 79, Janvier 1998.

*l'environnement remplacent alors les valeurs de survie* »<sup>4</sup>. Il n'est donc pas toujours question de ne pas partager les mêmes valeurs, mais de ne pas pouvoir les partager de la même manière.

Enfin, la société a subi, ces dernières décennies, des mutations culturelles caractérisées par la montée de valeurs matérialistes<sup>5</sup>, dont la concrétisation est particulièrement tributaire des conditions socio-économiques des individus. En effet, la société marchande véhicule des valeurs fortes de consommation, d'individualisme, de bien-être personnel, de valorisation du travail. Les messages de réussite financière mais également personnelle, sociale, culturelle ou psychologique, sont envahissants et omniprésents. Or, ces idéaux sont hors d'atteinte pour de nombreuses personnes défavorisées sur le plan socio-économique ou culturel. Le difficile accomplissement de ces valeurs peut générer frustration, sentiment d'échec, mal-être, etc. De manière générale, enfin, ce matraquage de valeurs matérialistes peut générer, chez certains, des sentiments de décalage ou de perte de valeurs. Dans ce contexte, réussir à rester fidèle à ses valeurs –si elles sont autres- peut relever du défi, et être source de nombreuses tensions internes comme externes. Si de nombreuses personnes s'identifient aux valeurs dites post-matérialistes (valorisation de l'identité, de l'écologie, de la solidarité), la possibilité d'être sensibilisé à cette nouvelle catégorie de valeurs dépend à nouveau de l'appartenance à un certain milieu socioculturel.

Si les conditions de vie contribuent à déterminer les valeurs de chacun, les conflits de valeurs seront d'autant plus fréquents qu'il y a d'inégalités dans la société. Or, on doit bien constater que les différences socioéconomiques s'accroissent. Une nouvelle précarité « dans l'emploi » vient s'ajouter aux précarités économiques, sociales et culturelles traditionnelles. Les statuts « atypiques » par exemple, de plus en plus fréquents, n'offrent pas les mêmes droits et la même sécurité qu'un emploi de droit commun. Le nombre croissant de « travailleurs pauvres »<sup>6</sup> démontre que l'emploi ne met pas à l'abri du besoin. Pour donner quelques chiffres-clefs, 8,6 % de l'emploi salarié belge ont un horizon de travail et de revenu limité dans le temps (CDD, intérimaires, travailleurs occasionnels...), et 4,2% des travailleurs belges vivent sous le seuil de pauvreté<sup>7</sup>. Dans le même ordre d'idée, Philippe Defeyt constate, dans une étude publiée en 2007, le déclin du pouvoir d'achat des ménages en bas de l'échelle des revenus<sup>8</sup>, et soutient la thèse d'une précarisation socio-économique croissante des ménages déjà précaires. Cette évolution ferait partie d'un processus plus large d'augmentation des écarts économiques dans la société. Dans un tel contexte, traiter les problèmes liés aux écarts de valeurs n'exige-t-il pas avant tout une réduction des inégalités socio-économiques ?

## Les conflits de valeurs dans l'économie sociale

Les conflits de valeurs peuvent prendre différentes formes au sein des entreprises d'économie sociale. Le client peut, par son mode de vie ou son comportement, véhiculer des valeurs incompatibles avec celles du travailleur. Le conflit peut également résulter de l'attitude -exigence, manque de respect, condescendance- adoptée par le client à l'égard du travailleur. Enfin, les clients comme l'entreprise peuvent demander au travailleur d'effectuer son travail d'une manière qui ne correspond pas à ses valeurs.

<sup>4</sup> Peter Hossli, « Les valeurs évoluent avec les conditions de vie », Emagazine Crédit Suisse, 19/02/2007 (disponible à l'adresse <http://emagazine.credit-suisse.com/app/article/index.cfm?aoId=178219&fuseaction=OpenArticle&lang=fr>).

<sup>5</sup> Ronald Inglehart établit une distinction entre valeurs matérialistes (domination d'objectifs traditionnels de sécurité économique et physique) et post-matérialistes (priorité à des considérations non matérielles et à la solidarité sociale). Il soutient l'hypothèse que ces valeurs correspondent à deux grandes périodes, la modernisation et la postmodernisation, mais de nombreux auteurs démontrent que l'on peut trouver chez l'individu un mélange de valeurs matérialistes et post-matérialistes. Jacques Lecomte, « Raison de vivre, raison d'agir », *Les valeurs en question*, Sciences Humaines, numéro 79, Janvier 1998.

<sup>6</sup> Personne qui vit sous le seuil de pauvreté malgré qu'il ait un emploi. Le seuil de la pauvreté correspond à un revenu inférieur à 60% du revenu médian en Belgique, soit 860 € par mois pour un isolé et 1.805 € par mois pour un ménage composé de deux adultes et de deux enfants.

<sup>7</sup> Indicateurs Stratégie européenne pour l'emploi, SPF Emploi, 2007 et 2006.

<sup>8</sup> Selon l'Institut pour un Développement Durable, les pertes de pouvoir d'achat des ménages les plus modestes (20% les plus pauvres) peuvent monter jusqu'à 400 euros par an. « *Pour des ménages précaires c'est ce qui restait peut-être comme petite marge de manœuvre qui a totalement disparu* ». Selon Philippe Defeyt, l'indice des prix à la consommation - sur base duquel on adapte les revenus par des indexations - ne colle pas aux dépenses réelles des plus pauvres. Ceci tient au fait que les petits revenus ont des comportements de consommation qui diffèrent fortement de la moyenne des ménages. Le logement représente par exemple environ 6% dans l'indice des prix à la consommation de 2004. Or, cette part est quasiment le triple en bas de l'échelle des revenus (16,9%). ([www.iddweb.eu](http://www.iddweb.eu))

Si des conflits de valeurs peuvent subvenir dans n'importe quelle situation de travail en relation avec un usager ou face aux injonctions qu'une entreprise transmet à un travailleur, le secteur de l'économie sociale semble être particulièrement exposé pour différentes raisons. Dans les services de proximité, largement investis par l'économie sociale, les travailleurs sont souvent amenés à travailler à domicile et à entrer dans l'intimité des gens. C'est, par exemple, le cas des aides ménagères, des aides familiales ou des gardes malades. Cette relation de proximité les confronte à une série de différences qui seraient imperceptibles dans une relation plus distante.

Par ailleurs, certaines entreprises d'économie sociale proposent des services à des usagers qui vivent des situations de rupture sociale et économique. Le travailleur est alors confronté quotidiennement à des situations de pauvreté et à de fortes inégalités sociales qui peuvent représenter pour lui une charge émotionnelle importante.

Parallèlement, de nombreuses entreprises du secteur ont pour objectif de remettre au travail des personnes qui connaissent elles-mêmes des difficultés sociales et économiques. Si elles sont amenées à travailler pour des clients de milieux sociaux parfois très différents, elles sont surtout plus fragiles face aux chocs culturels et sociaux qu'elles peuvent rencontrer dans le cadre de leur travail : difficultés ou peur d'exprimer les choses, difficultés à poser leurs limites face à une situation dégradante ou à poser des questions face à une incompréhension, etc. Certaines entreprises d'économie sociale travaillent avec une proportion importante de personnes d'origine étrangère, ce qui peut également provoquer des décalages culturels importants. Des chocs culturels peuvent subvenir tant avec les clients qu'entre les travailleurs et leur équipe d'encadrement.

Par ailleurs, des décalages peuvent exister entre les valeurs portées par les travailleurs, d'une part, et les valeurs portées par l'entreprise, d'autre part. Ceci tient au fait que, dans le secteur, beaucoup d'entreprises combinent une mission d'insertion avec des préoccupations environnementales, de démocratie participative, de solidarité, propres à l'esprit de l'économie sociale. Les personnes qui viennent travailler ou se former dans l'entreprise n'y viennent pas forcément parce qu'elles en partagent les valeurs. Ces différences de valeurs génèrent des incompréhensions dans la relation avec l'entreprise, mais également dans la relation avec les clients qui choisissent souvent le service ou produit dont ils partagent les valeurs. Par exemple, les employés d'une épicerie « bio » peuvent ne pas comprendre les choix de consommation de leurs clients, estimant que ces produits coûtent trop chers face aux revenus dont ils disposent eux-mêmes. Mais rien n'empêche une compréhension de ces choix et pratiques à partir du moment où les travailleurs ont connaissance des motivations qui les sous-tendent. Il incombe à l'entreprise de les expliquer.

Enfin, la poursuite simultanée des finalités qui caractérise les entreprises d'économie sociale - qualité du travail, rentabilité économique, qualité de la relation avec la clientèle, finalité sociale - peut générer des conflits de valeurs et des difficultés de poser certains choix, tant chez les dirigeants que chez les travailleurs. Quelle priorité donner à quel objectif dans quelle situation ? Par exemple, où mettre la limite entre « temps de socialisation et d'écoute » et « temps de travail » lors d'une prestation à domicile ? Jusqu'à quel point faut-il accepter d'adapter la prestation pour répondre aux demandes ou besoins des usagers ? Etc.

Les conflits de valeurs peuvent être sources de mal-être pour le travailleur. Il peut en résulter du stress, de la frustration, de la colère ou de la culpabilité, surtout lorsque le malaise n'est pas exprimé<sup>9</sup>. S'il persiste, le malaise peut mener à une absence de motivation, de l'absentéisme, des problèmes de santé physique ou mentale et des relations interpersonnelles difficiles, avec des conséquences pour le climat organisationnel et la qualité du service.

---

<sup>9</sup> Diane Girard, « Conflits de valeurs et malaises au travail », Colloque sur l'éthique, le travail et la fonction publique, Université St Paul, Ottawa, 30 janvier 2009. [http://www.ustpaul.ca/Events/Documents/colloque\\_Tessier/Diane%20Girard.pdf](http://www.ustpaul.ca/Events/Documents/colloque_Tessier/Diane%20Girard.pdf)

## Des témoignages concrets

### *Conflits de valeurs généraux*

Les travailleurs à domicile sont parfois confrontés à des scènes familiales ou personnelles. Au-delà de l'aspect exhibitionniste des situations qui peut rentrer en conflit avec leur conception de la décence (exhiber un problème de santé par exemple), ils peuvent y être témoins de pratiques qui s'opposent directement à leurs valeurs (violence verbale ou physique, alcoolisme).

Des travailleurs qui valorisent le respect de l'environnement peuvent se sentir en désaccord par des pratiques de gaspillage ou de manque de tri des déchets. Au contraire, d'autres travailleurs peuvent ne pas comprendre l'obligation d'utiliser des produits de nettoyage respectueux de l'environnement qui coûtent plus chers que certains produits classiques.

Les travailleurs peuvent se sentir en désaccord avec les pratiques éducationnelles qu'ils observent (négligence, laxisme ou excès d'autorité). Certains chocs peuvent naître de malentendus culturels, ou suite à des manques de respect face à l'origine culturelle de l'autre (attitudes racistes de clients envers des travailleurs d'origine étrangère).

Souvent, les chocs de valeurs concernent la manière dont les travailleurs sont traités, qui peut être non-conforme à leur conception du respect (clients qui ne rangent pas avant la venue d'un service de nettoyage, qui demandent une quantité ou une vitesse de service estimée excessive...). Le travailleur peut se sentir tiraillé entre respect du client et respect de lui-même.

### *Conflits de valeurs de nature économique*

Certains « chocs de valeurs » trouvent directement leur source dans des différences économiques entre le travailleur et le client. Travailler dans des maisons luxueuses ou, au contraire, d'une grande précarité renvoie le travailleur à sa propre situation économique. Le montant des revenus, les priorités dans les choix de dépenses, les dépenses futiles peuvent être autant de facteurs d'incompréhension. Différentes réflexions peuvent naître : « Une heure de mon travail leur coûte moins cher que ce qu'ils dépensent pour ... » ; « Je travaille plus durement que ces personnes, pourtant je ne peux pas me permettre financièrement d'engager une aide-ménagère ». Comment gérer les questions que cela pose sur les différences économiques dans la société, sur notre propre place dans celle-ci, sur la rémunération du travail (qui ne dépend pas de l'effort), sur notre propre pouvoir d'achat ?

Dans le cadre des titres-services, le fait que des familles parfois aisées rémunèrent le service à un prix nettement inférieur à sa valeur -puisque subsidié par l'Etat- peut particulièrement susciter le débat. Est-ce normal que l'Etat subsidie les titres-services pour des personnes qui auraient amplement les moyens de payer le « prix plein » ?

### *Dévalorisation du métier*

Enfin, certains comportements ou propos des clients peuvent dévaloriser la valeur du travail effectué et, en conséquence, affecter la personne qui l'effectue. Cela est plus fréquent dans le cas du travail d'aide-ménagère, d'emplois manuels ou qui nécessitent des niveaux de qualification peu élevés, ou encore d'emplois d'insertion. Par exemple, beaucoup d'aides-ménagères ressentent à leur égard une attitude condescendante et ont l'impression de « faire partie du décor ». Cela renvoie à la question de la valorisation symbolique et financière des différents types de travail dans la société : le travail intellectuel et le travail manuel, le travail « ménager » (qu'il soit effectué par une aide-ménagère ou une femme au foyer) et le travail extérieur au foyer, le travail réalisé dans le cadre de politiques de remise à l'emploi, etc.

## Pistes de solution

Dans une société qui abrite -fort heureusement- une diversité de cultures et de conceptions, les conflits de valeurs dans un contexte de travail sont inévitables. La question est de savoir comment nous les traitons et les acceptons, et comment l'entreprise d'économie sociale aide les travailleurs et leur donne des ressources pour faire face à ces difficultés.

Quelle est, tout d'abord, la place donnée par l'entreprise à l'expression et à la réflexion sur ce genre de difficultés ? Dans un souci du bien-être au travail, n'est-il pas important de créer des lieux et de dégager des temps où les chocs de valeurs peuvent être exprimés, partagés et discutés, et où il peut être réfléchi sur les façons de gérer ces conflits ? Notons que cela peut être l'occasion de travailler à une compréhension plus large des valeurs de l'« autre », en favorisant la prise de conscience, d'une part, que nos valeurs sont relatives et personnelles, et, d'autre part, que nos valeurs sont moins différentes qu'elles ne le paraissent dès lors que l'on peut exprimer différemment les mêmes valeurs.

Au-delà de l'expression, comment l'entreprise d'économie sociale peut-elle orienter et accompagner concrètement le travailleur face aux problèmes qu'il rencontre en relation avec la clientèle ? « Jusqu'où faut-il accepter certaines situations ? » « Que faire dans tel ou tel cas de figure ? » Il est important de lui donner des repères pour l'aider à faire des choix ou à poser des limites, ainsi que de l'accompagner dans ses difficultés quotidiennes. Des bonnes pratiques existent et méritent d'être encouragées : première visite du client effectuée par l'assistant social, centrale d'appel pour les travailleurs de « terrain », formations sur la communication ou sur les valeurs, réunions plus ou moins régulières et formelles, distribution d'un livret didactique qui reprend les tâches à réaliser et les choses à ne pas faire, un service qualité qui réalise la médiation entre clients et travailleurs, etc.

Enfin, s'il suffit de travailler avec le personnel pour la gestion de nombreux chocs, d'autres situations moins « acceptables » nécessitent de prendre des mesures vis-à-vis des clients. En effet, certains « conflits de valeurs » résultent de comportements abusifs et irrespectueux de clients (exigence, racisme, condescendance). N'est-ce pas le rôle d'entreprises d'économie sociale de lutter contre la culture du « client-roi » ? Nombre d'entreprises prennent des mesures préventives (contact avec le client, charte à signer, etc.) et des mesures lors de faits abusifs (contact et clarification avec le client, voire arrêt du service).

## Vivre ses valeurs dans son travail

Il est essentiel de trouver des lieux où vivre ses valeurs, des actes dans lesquels les traduire, et des personnes avec qui les partager. C'est également de cette manière qu'on trouve une forme de reconnaissance sociale de ses valeurs. Au-delà de la sphère privée ou associative, il est notamment souhaitable pour tous de pouvoir vivre ses valeurs au travers de son travail<sup>10</sup>. Cette adéquation minimise le risque de conflits de valeurs avec l'entreprise, mais également avec les clients dès lors que le travailleur se sent bien dans ce qu'il fait.

Nombreux sont ceux qui s'inquiètent d'une perte de valeurs dans notre société, notamment face à une domination croissante de la valeur « argent ». L'économie sociale s'oppose à la tendance en mettant à l'honneur des valeurs autres que financières : solidarité, démocratie, intérêt général, bien-être. Elle a donc, peut-être plus que d'autres entreprises, l'opportunité de donner du sens à l'action de ses travailleurs. La participation à la gestion, les politiques de formation et d'évolution, les finalités sociales et environnementales constituent autant de « valeurs ajoutées » au travail. La question est de savoir comment les travailleurs perçoivent ces valeurs. L'entreprise peut les y sensibiliser, réfléchir avec ses travailleurs comment chacun s'y retrouve, et en quoi ces valeurs peuvent se traduire dans leurs comportements professionnels.

---

<sup>10</sup> Charles Maccio, « Valeurs pour notre temps : L'humanité face aux changements », Vie ouvrière, Bruxelles, 1991

Un emploi qui a du sens, c'est également un emploi valorisé, financièrement mais aussi symboliquement. Or, de nombreux emplois ou métiers restent considérés comme des emplois de « deuxième classe » dans notre société. L'économie sociale est particulièrement concernée par cette question par les activités qu'elle investit ou les publics qu'elle emploie : services à domicile, travail manuel ou peu qualifié, emplois d'insertion, etc. N'est-il pas important que l'économie sociale puisse s'opposer à cette tendance en valorisant ses travailleurs en interne, en favorisant une qualité d'emploi et en encourageant une identité fière et professionnelle ? Il est aussi possible d'interpeller, en tant qu'entreprise, les politiques pour que soit reconnu le professionnalisme, la qualité, la pertinence et l'intérêt sociétal du travail fourni. Le défi est de taille, dès lors qu'il implique de changer le regard que peut avoir tout un pan de la population et des pouvoirs publics sur les métiers « sociaux ».

Une valorisation de son travail, cela passe enfin par une valorisation de l'économie sociale et le développement d'une identité fière liée au secteur. Telle est une des ambitions des Chantiers de l'économie sociale illustrée par le slogan « Votre travail est plein de sens ».

### **Combattre les inégalités sociales**

Enfin, résoudre les conflits de valeurs implique de lutter contre les inégalités socio-économiques sous-jacentes à ceux-ci. Les entreprises se doivent bien entendu de proposer des emplois décents et des niveaux de rémunération corrects. Mais des entreprises peuvent également, ensemble, faire appel aux politiques afin d'exiger les conditions (financement, législation...) d'une véritable qualité d'emploi. Enfin, nous pouvons agir dans notre entreprise et dans la société afin que chaque métier soit valorisé et devienne source d'identité positive.

L'économie sociale aspire à une économie au service d'un mieux-être social, et c'est de différentes manières qu'elle contribue – et peut contribuer – à combattre la pauvreté et les inégalités. Tout d'abord, en veillant à offrir une qualité d'emploi, notamment à des personnes fragilisées sur le marché du travail. Mais également en proposant des services fondamentaux à des personnes qui n'y auraient, sinon, pas accès. En effet, elle les rend financièrement et géographiquement accessibles par le biais des services de proximité (garde d'enfants, aide-familiale, nettoyage, petits travaux à domicile, etc.). Enfin, promouvoir la participation des travailleurs et des usagers, et de ce fait leur émancipation sociale, est également une manière de combattre les clivages sociaux, tout en encourageant une société d'« acteurs ».

Afin que chacun puisse jouir d'une qualité de vie qui lui permette de s'insérer dans la société, satisfaire l'ensemble de ses besoins sociaux, économiques et culturels pour être libre de choisir et de faire évoluer ses valeurs.