



Baromètre de l'engagement citoyen et solidaire

Note de synthèse
Novembre 2022

“opinionway

 **helloasso**
agir ensemble

Note méthodologique

Le « **Baromètre de l'engagement citoyen et solidaire** » réalisé pour HelloAsso par **Opinion Way**, est destinée à mieux comprendre le rapport des Français à l'engagement collectif, et son évolution depuis la crise sanitaire.

Cette étude a été réalisée auprès **d'un échantillon de 1019 personnes**, représentatif de la **population française âgée de 18 ans** et plus, constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.

Les interviews ont été réalisées par **questionnaire auto-administré en ligne** sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview), du **20 au 22 juillet 2022**.

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : « **Sondage OpinionWay pour HelloAsso** » et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

OpinionWay rappelle par ailleurs que les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1,4 à 3,1 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.

OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la norme ISO 20252.

A. Plus d'un Français sur deux reste engagé dans le cadre d'activités collectives et associatives, malgré une baisse depuis la crise sanitaire

Plus d'un Français sur deux (52%) pratique une activité collective. Le sport arrive en tête (21%), suivi des pratiques d'arts, de culture et de l'engagement climatique (15% respectivement). Les actions solidaires font aussi partie des causes qui mobilisent les Français, 10% s'engagent dans l'éducation/formation et autant dans l'action sociale, humanitaire et caritative. Les engagements collectifs liés aux discriminations, notamment la défense des droits des femmes (9%), des LGBTQI+ (4%) et la lutte contre le racisme (9%) sont également mentionnés. A noter que seulement 4% des Français citent l'engagement politique, révélateur d'une défiance des Français à l'égard des appareils politiques traditionnels et plus globalement vis-à-vis des élites françaises.

52%

-7 points depuis la crise sanitaire

Un Français sur 7 "hyper engagé" dans au moins 3 activités différentes

des Français engagés dans une ou plusieurs activités collectives

- **Les jeunes se déclarent les plus engagés dans des activités de groupe.** 81% des 18-24 ans et 69% des 25-34 ans pratiquent une activité dans au moins un groupe (contre 52% pour l'ensemble des Français).
- **Il existe un clivage générationnel entre les jeunes et les seniors sur l'engagement contre les discriminations.** 29% des 18-24 ans déclarent s'engager pour la défense des droits des femmes (contre 2% pour les 65 ans et plus), 39% pour la lutte contre le racisme (contre 3% pour les seniors) et 8% pour la défense des droits LGBTQI+ (vs 1%).

81%

des
18-24
ans



27% des 18-24 et 30% des 25-34
en **faveur de l'environnement**



69%

des
25-34
ans



Près de quatre jeunes de 18-24
ans sur dix **luttent contre le
racisme**



**prennent part à
des actions collectives**

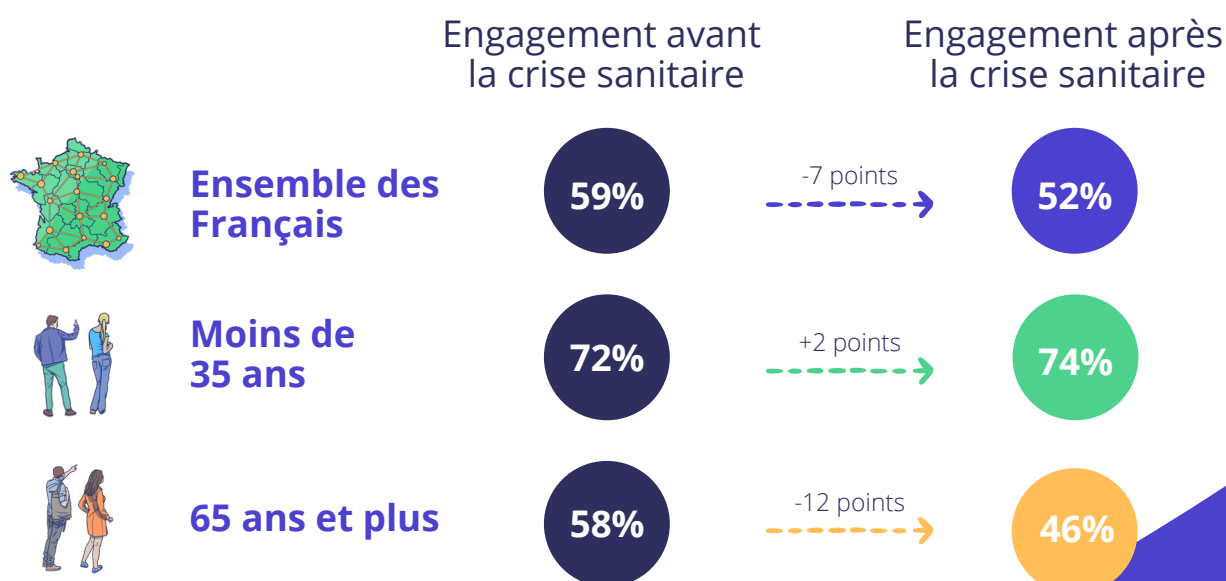


29% des 18-24 et 20% des 25-34
participent à la **défense des droits
des femmes** contre 9% pour la
moyenne des Français



- La « génération climat » est également sur-représentée dans l'engagement pour l'environnement (27% pour les 18-24 ans et 30% pour les 25-34 ans contre 15% pour l'ensemble des Français) ainsi que les sympathisants de gauche (25%, un écart de 10 points par rapport à la moyenne).
- Les catégories aisées sont sur-représentées dans la pratique d'activités sportives en groupe (31% vs 21% en moyenne), les hauts niveaux de diplôme (supérieur à Bac+2) s'engagent d'une manière significative dans les activités culturelles (25% vs 15% pour l'ensemble) ainsi que dans l'éducation, la formation (18% contre 10%).
- Il existe également un noyau dur de Français très engagés : 14% déclarent avoir un engagement ou une activité collective dans au moins trois groupes.
 - **Les jeunes de moins de 35 ans sont sur-représentés parmi ces Français très engagés.** 24% des 25-34 ans pratiquent une activité dans au moins trois groupes (contre 14% dans l'ensemble). Cette tendance est encore plus frappante chez les 18-24 ans, puisque 44% d'entre eux se disent très engagés dans des activités collectives (soit un écart de 30 points par rapport à la moyenne des Français)

- Bien qu’une majorité de Français se disent engagés, la pratique d’activités en groupe n’a pas retrouvé son niveau d’avant la crise sanitaire. 59% déclaraient s’engager dans au moins une activité collective avant le Covid 19 (contre 52% aujourd’hui, soit une baisse de 7 points) et 30% s’investir dans au moins trois activités de groupe (contre 14% aujourd’hui, soit une baisse de 16 points).
 - **Cette baisse peut notamment s’expliquer par les restrictions sanitaires des deux dernières années** incitant à éviter les rassemblements, à privilégier la distanciation sociale et les gestes barrières. **Ces mesures ont été particulièrement suivies par les seniors, catégorie de la population ayant le plus diminué ou renoncé aux activités de groupe** : 58% d’entre eux pratiquaient une activité collective avant la crise sanitaire contre 46% aujourd’hui, soit une baisse de 12 points de pourcentage.
- A noter que près d’un Français sur quatre est néanmoins plus engagé collectivement aujourd’hui : 24% des Français déclarent participer à plus d’activités de groupe qu’avant la crise sanitaire.
 - Là encore un clivage existe entre les seniors et les plus jeunes. 34% des moins de 50 ans (dont 49% des moins de 35 ans) affirment participer à plus d’activités de groupe qu’avant le Covid 19, contre seulement 11% pour les 65 ans et plus.
 - Les catégories aisées sont également sur-représentées : 33% d’entre eux participent à plus d’activités collectives aujourd’hui (contre 24% en moyenne)



B. Malgré une baisse de la pratique d'activités collectives, les Français ont une vision positive de l'engagement, se traduisant par une forte envie de s'investir

- Les enquêtes montrent de manière régulière une inquiétude grandissante des Français vis-à-vis de la fragilisation du lien et de la cohésion sociales. **Près de huit Français sur dix pensent que la société française n'est pas assez soudée**, et près d'un Français sur trois (32%) craint davantage la solitude aujourd'hui.
 - **Les perceptions des jeunes sont contrastées : s'ils expriment une forte inquiétude**, 60% des 18- 24 ans craignant davantage la solitude aujourd'hui qu'avant la crise sanitaire (contre 23% pour les 65 ans et +), **ils demeurent cependant plus positifs que leurs aînés concernant l'unité des Français** : 44% des 18-24 ans pensent que la société est plus soudée contre seulement 10% pour les 65 ans et plus.
 - D'un point de vue territorial, les habitants des zones rurales sont plus pessimistes que les autres concernant l'unité du pays : seulement 13% d'entre eux pensent que la société est aujourd'hui plus soudée (contre 20% en moyenne).
- **Malgré un contexte tendu, l'engagement et la pratique d'activités collectives sont perçus comme vecteurs de lien sociaux, favorisant le vivre ensemble.** 72% des Français pensent que les associations jouent un rôle fondamental dans la cohésion de la société, 69% que les activités collectives ont un impact positif sur la société, et 65% qu'elles permettent de rencontrer des personnes issues de milieux différents du leur.
 - Les Français très engagés partagent le plus ce ressenti : 88% d'entre eux pensent que les activités collectives ont un impact positif sur la société (écart de 19 points par rapport à l'ensemble), 86% qu'elles permettent de rencontrer des personnes issues de différents milieux sociaux (écart de 21 points par rapport à l'ensemble) et 85% pensent que les associations jouent un rôle fondamental dans la cohésion de la société (écart de 13 points par rapport à l'ensemble).

- **Les Français associent également la dimension locale et la recherche de sens à l'engagement collectif.** 64% pensent que la dimension locale d'une activité ou d'un engagement est essentielle, et 53% que les activités en groupe apportent davantage de sens que les activités pratiquées seul.
 - D'une manière prégnante, les Français de catégories aisées sont sensibles à la dimension locale de l'engagement : 70% d'entre eux considèrent qu'elle est essentielle dans l'activité en groupe (contre 59% pour les catégories populaires).
 - Enfin, les jeunes perçoivent l'engagement collectif comme porteur de sens. 76% des 18-24 ans considèrent que les activités de groupe apportent davantage de sens que les activités pratiquées seul (soit un écart de 23 points par rapport à l'ensemble des Français).

72%

des Français pensent que **les associations jouent aujourd'hui un rôle fondamental** dans la cohésion sociale.



64% plébiscitent **l'échelle locale** dans leur choix d'engagement

- **Cette vision positive de l'engagement, dans un contexte post Covid, contribue à une forte envie de s'investir dans les collectifs.** Dans un futur proche, 65% des Français pourraient s'engager. La mobilisation pour le climat (30%) vient en tête. L'investissement dans une activité sportive (21%), une action sociale (19%) et dans les arts/culture (18%) arrivent par la suite. Les engagements contre les discriminations – défense des droits des femmes (12%), lutte contre le racisme (11%), défense des droits LGBTQI+ (7%) – sont également mentionnés. Là encore, l'engagement politique (6%) est l'activité collective la moins citée.

- L'engagement pour le climat est porté par les jeunes générations. 43% des moins de 35 ans souhaiteraient s'engager collectivement pour l'environnement (vs 30% pour l'ensemble des Français).
- Les plus jeunes générations sont plus sensibles aux luttes contre les discriminations. 28% des 18-24 ans désireraient s'investir dans la défense des droits des femmes (écart de 16 points par rapport à l'ensemble des Français), 36% dans la lutte contre le racisme (+25 points) et 16% dans la défense des droits LGBTQI+ (+9 points).
- Les Franciliens souhaiteraient davantage se mobiliser dans les arts, la culture (28% vs 18% en moyenne) et l'éducation (23% vs 16%).

C. Les freins à l'engagement des Français dans les activités collectives, et les moyens de les dépasser

Si la perception et l'intérêt des Français pour les activités en groupe sont reconnus et l'envie de s'investir élevée, différents freins sont néanmoins perceptibles, dans des proportions importantes, 85% des Français exprimant au moins un frein à l'engagement collectif.

- Les freins perçus sont de différentes natures. **Le manque de temps pour s'investir dans des activités** est mentionné en premier par 65% des Français, suivi **des craintes liées à la pression du groupe** : le stress pour s'intégrer (60%) et la peur de pas être à la hauteur (42%). **Le frein lié à la difficulté d'accès à l'information (44%) est également très prégnant.**
 - Les personnes qui n'ont aucune activité collective mentionnent plus que les autres Français le manque de temps comme un frein à l'engagement (70% vs 61% pour les engagés).
 - Les craintes liées à la pression du groupe touchent significativement les jeunes. 81% des moins de 35 ans ressentent du stress pour s'intégrer dans un nouveau groupe (contre 60% pour l'ensemble des Français) et 61% ont peur de ne pas être avoir les compétences nécessaires (contre 42% en moyenne).
- Par ailleurs, on note que près d'un Français sur trois (32%) n'a pas la volonté de s'investir dans une activité collective à l'avenir.
- Face à ces motifs qui font obstacle à l'engagement, des possibilités se font jour pour les dépasser, favoriser l'engagement du plus grand nombre.
 - La flexibilité dans le niveau d'engagement apparaît comme un moyen de lever certaines réticences. Ainsi, 71% des Français aspirent à essayer l'activité avant de s'engager sur le long terme et 68% souhaitent qu'il n'y ait pas un minimum de temps requis par semaine.
 - Les personnes très engagées sont favorables à un investissement flexible : 86% aspirent à essayer l'activité avant de s'engager sur le long terme (écart de 15 points par rapport à la moyenne) et 87% (écart de 19 points par rapport à la moyenne) désirent qu'il n'y ait pas un minimum de temps requis par semaine.
 - Les jeunes suivent la même tendance. 83% des moins de 35 ans désirent pouvoir essayer l'activité avant de s'engager à long terme et 78% ne veulent pas d'un minimum de temps imposé par semaine.

- Les Français souhaiteraient également une meilleure information sur les activités collectives, **70% aspirent à être mieux informé des activités ou projets proches de chez eux.**
 - Les moins de 35 ans (80%) et les catégories aisées (78%) aspirent le plus à être mieux informés des activités ou projets proches de chez eux.
- Une des dimensions qui pourrait aussi inciter les Français (66%) à s'engager concerne la contribution de l'activité à la société, le fait qu'elle ait un impact positif pour l'intérêt général ou le bien commun.
 - L'impact positif sur la société de l'activité collective est très important pour les jeunes de moins de 35 ans (81% contre 66% en moyenne) ainsi que pour les hauts niveaux de diplôme (73% pour les profils supérieurs à bac+2 et 57% pour les sans diplômes).

Conclusion

- **Une majorité de Français est aujourd'hui engagée dans des activités de groupe.** Même s'il existe un noyau dur de personnes très engagées, la pratique d'activités collectives a baissé de manière sensible depuis la crise sanitaire, en lien avec les restrictions sanitaires mises en place dans les deux dernières années.
- Malgré cette baisse, l'engagement collectif est toujours perçu positivement par les Français. Ils considèrent la pratique d'activités en groupe comme porteuse de sens et favorisant la cohésion sociale.
- Les activités sportives, artistiques, culturelles ainsi que la lutte pour l'environnement constituent les engagements collectifs les plus cités. Les luttes contre les discriminations (racisme, droits des femmes, des LGBTQI+) arrivent ensuite.
- Les jeunes sont les plus engagés et les plus motivés à pratiquer des activités collectives, tandis que les seniors ont le plus diminué ou renoncé aux activités en groupe depuis la crise sanitaire.
- Différents freins à la pratique d'activités collectives existent : le manque de temps, les craintes liées à la pression du groupe ou les difficultés d'accès à l'information.