

HelloAsso lance la première édition du *Baromètre de l'engagement citoyen et solidaire* qui révèle les dynamiques de mobilisation et de participations des Français

Bordeaux, le 22 novembre 2022

HelloAsso, la plateforme numérique qui connecte les acteurs du lien social et les citoyens - 215 000 associations membres, 7 millions d'utilisateurs en France - dévoile les résultats d'une étude inédite sur l'engagement et les pratiques associatives des Français, en partenariat avec OpinionWay. Réalisée sur un panel représentatif de la population française, le baromètre donne à voir les grandes évolutions en matière d'engagement et de cohésion sociale. Il établit un panorama des thématiques qui mobilisent le plus les Français dans le cadre de leurs activités associatives, sociales et citoyennes.

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

52% des Français déclarent être actuellement engagés dans une ou plusieurs activités collectives. L'engagement des Français dans des actions collectives est principalement tiré par **3 catégories d'activités**: le sport, puis les activités culturelles et l'environnement qui arrivent à égalité, suivis de l'action sociale (pauvreté/précarité, éducation).

Lorsque les Français sont invités à se projeter sur leurs souhaits de mobilisation future, c'est **l'environnement qui bénéficie de la dynamique la plus favorable** : 30% d'entre eux considèrent qu'il s'agit d'une des causes qui leur donne le plus de souhait d'engagement à l'avenir. Le baromètre confirme que **la prise de conscience des défis environnementaux (changement climatique et protection de la biodiversité) a infusé dans tous les segments de la société française**. Si la thématique est plus fortement poussée par les jeunes (44% des 25-34 ans), se mobiliser en faveur de l'environnement **arrive en tête dans toutes les catégories d'âge testées**. Fait notable, le souhait d'engagement sur les causes environnementales arrive largement **en tête parmi les classes populaires** (28% des CSP-).

“Nous observons les mêmes tendances sur notre plateforme où des millions de personnes rejoignent les projets et les activités portés par les associations françaises. Si historiquement le sport et la culture rassemblent très largement parmi la population, les associations environnementales fédèrent de plus en plus de soutiens” observe Léa Thomassin, présidente et fondatrice de HelloAsso.

L'engagement dans des activités collectives **n'a pas retrouvé son niveau pré-crise sanitaire** : il est en **baisse de 7 points**. Cette baisse est **particulièrement notable chez les seniors** (moins 12 points chez les 65+), tandis que l'engagement des jeunes (moins de 35 ans) reste à peu près stable.

Le baromètre confirme par ailleurs la **désaffection des Français pour l'engagement politique traditionnel** (seulement 4%), qui arrive dernier ou avant-dernier dans toutes les catégories testées, par âge et niveau de revenu.

La jeunesse : moteur de l'engagement en France

C'est peut-être l'un des enseignements les significatifs de l'étude : **la mobilisation actuelle dans le cadre d'engagements collectifs est fortement poussée par les jeunes (81% chez les 18-24 ans, 69% pour les 25-34 ans)**, avec des **taux d'engagement plus forts que leurs aînés** dans presque toutes les catégories testées. Cette dynamique illustre leur capacité et leur motivation à mettre leurs sujets de prédilection sur le devant de la scène.

La différence générationnelle de mobilisation est **particulièrement notable sur les items « lutte contre les discriminations »** :

39% des 18-24 ans se disent actuellement investis sur la **lutte contre le racisme**, contre 3% des 35-49 ans et des 65+. En terme d'envie future d'engagement, 36% des 18-24 ans déclarent envisager s'investir dans la lutte contre le racisme à l'avenir (qui arrive 2^{ème} après l'environnement dans cette catégorie d'âge), contre 5% des 35-49 ans.

Plus de 20% des 18-34 ans sont mobilisés pour la **défense des droits des femmes**, contre 5% des catégories d'âge de 35 à 64 ans. 28% des très jeunes souhaitent s'engager davantage en faveur des droits des femmes, contre seulement 8% des seniors.

“Cette dynamique est autant une bonne nouvelle qu'un défi pour les associations et les pouvoirs publics. L'appétence des plus jeunes pour l'action collective contredit le discours ambiant d'une génération désintéressée ou repliée sur soi. Il ne s'agit pas seulement d'une “Génération Climat” mais d'une “Génération engagée”. Ce fort souhait d'engagement doit stimuler les acteurs de l'intérêt général, associations, fondations et institutions, pour offrir aux jeunes des formats et modes d'actions en ligne avec leurs attentes”, analyse Léa Thomassin.

De nouveaux leviers de mobilisation à exploiter (socialisation, échelle locale) et des freins à lever (stress, accès à l'information) pour les acteurs du lien social

La **perception positive des activités collectives, aux niveaux individuel et collectif, reste un moteur puissant d'engagement pour les Français**. Ainsi, 72% pensent que les associations

jouent aujourd'hui un rôle fondamental dans la cohésion sociale, et 69% pensent que les activités collectives ont un impact positif sur la vie des personnes qui y participent.

L'étude confirme également **l'engouement des Français pour l'échelle locale** : 64% estiment que cette dimension est essentielle dans leur choix d'engagement.

Outre le manque de temps (65%), le stress de faire le premier pas vers un groupe (60%) reste un frein à l'engagement, en particulier pour les plus jeunes (80%). Face à ces freins, les Français aimeraient à 70% disposer d'une meilleure information sur les activités proches de chez eux et la possibilité d'avoir des formes d'engagement flexibles (71%) pour créer des conditions plus favorables à leur participation.

Si le sentiment de solitude est très marqué chez les jeunes (plus du double que chez leurs aînés), ceux-ci restent relativement plus optimistes que les seniors sur l'état de la société française. Alors que seulement 1 Français sur 5 et 1 senior sur 10 estime que la société est de plus en plus soudée, le chiffre monte à 44% et 39% pour les 18-24 ans et 25-34 ans, respectivement.

CONTACTS PRESSE

MDW Consulting |

Maimouna DIOP
0652031347 | maimouna@mdwconsulting.fr
Sami Asali
0634363674 | sami.asl.rp@gmail.com

HelloAsso |

Charlie TRONCHE
Directeur de la communication et des partenariats
06.66.50.29.38 | charlie@helloasso.org

A propos de HelloAsso :

HelloAsso est la plateforme qui accompagne le développement des associations en facilitant la participation des citoyens. Depuis sa création en 2009, elle rassemble les projets et activités de plus de 200 000 associations et a permis à 7 millions de personnes d'y prendre part. Pour faire connaître leurs actions et recevoir le paiement des participants, les clubs et associations utilisatrices bénéficient d'une solution de paiement intégralement gratuite. En 13 ans, plus de 700 millions d'euros ont été collectés par les associations sur HelloAsso.

HelloAsso repose sur un modèle audacieux et solidaire qui lui vaut d'être reconnue ESUS (Entreprise Solidaire d'Utilité Sociale). Aucun frais, aucune commission, aucun abonnement n'est appliqué pour l'utilisation du service : l'unique source de revenu de l'entreprise provient des contributions laissées volontairement par les particuliers au moment de leur paiement. Plus d'une personne sur deux fait le choix de soutenir la plateforme, permettant d'assurer le développement de la mission portée par les 95 collaborateurs.

[Helloasso.com](https://helloasso.com) - [Helloasso.com/associations](https://helloasso.com/associations) - [Facebook/helloasso](https://facebook.com/helloasso) - Twitter [@helloasso](https://twitter.com/helloasso)