

BAROMÈTRE HELLOASSO X OPINIONWAY

Communiqué de presse

“opinionway”

OCTOBRE 2023



Coup d'arrêt de la participation citoyenne face à l'inflation. Face à la hausse des prix, s'engager devient un luxe inaccessible à certains Français

Paris - le 19 octobre 2023 - HelloAsso publie la deuxième édition de son Baromètre de l'Engagement Citoyen et Solidaire, en partenariat avec OpinionWay. Les résultats montrent un essoufflement de la participation des Français dans des activités collectives, en particulier chez les plus jeunes. Si les associations sont toujours louées pour leur capacité à créer du lien social, le contexte inflationniste pousse les Français à restreindre leur implication dans les activités qu'elles proposent. Au risque d'une forme d'isolement et d'une cohésion sociale toujours plus fragile.

Le contexte économique, responsable du recul de la participation des Français à des activités collectives - moins d'un Français sur deux est aujourd'hui engagé

Aux effets délétères de la crise sanitaire sur la participation des Français à des activités solidaires et collectives s'ajoutent désormais les conséquences de la hausse des prix : **un Français sur deux estime que le contexte économique actuel l'empêche de s'investir davantage (49%).**

Entre la période pré-Covid et 2023, **la part des Français impliqués dans une ou plusieurs activité(s) en groupe est passée de 59% à 52% en 2022 pour tomber à 48% en 2023.** En comparaison avec les résultats de l'an dernier, le sport (21% - stable), la culture (15% - stable) et l'environnement (12% - en baisse de 3 points) continuent d'être les trois thématiques qui mobilisent le plus dans notre pays.

La baisse de l'engagement citoyen est particulièrement notable pour deux catégories de la population, particulièrement affectée par les difficultés économiques : **La part des Français les plus modestes engagés dans des activités collectives recule, en particulier chez les inactifs (-5 points entre 2022 et 2023).**

Les jeunes de moins de 35 ans, dont la très forte implication observée l'an passé faisait de la jeunesse le moteur de l'engagement en France. En 2023, **le décrochage sur les 18-24 ans (-24 points) et les 25-34 ans (-14 points) est spectaculaire**. Les 25-34 ans apparaissent comme la génération pour qui la hausse des prix est un frein majeur à l'engagement : près de deux tiers d'entre eux (64%) estiment que le contexte économique les empêche de participer autant ou davantage qu'auparavant à des activités associatives.

Malgré cette baisse, les Français les plus jeunes restent plus engagés que leurs aînés. **Les enjeux environnementaux et les luttes contre les discriminations (égalité Femme-Homme, droits LGBTQ+) continuent d'être des sujets où la jeunesse joue un rôle de premier plan.**

“Cette baisse de l'engagement des plus jeunes ne doit pas être interprétée comme un renoncement à l'action collective, au contraire. Plus d'un tiers des 24-35 ans envisagent de créer une association ou de prendre des responsabilités associatives à l'avenir, contre moins de 2 Français sur 10 âgés de plus de 50 ans.” tempère Charlie Tronche, porte-parole de HelloAsso”

Le risque d'un repli sur soi malgré l'aspiration à plus de collectif

Conséquence de ce recul de l'engagement, les Français jugent sévèrement l'état de la cohésion sociale en France : **seuls 15% d'entre eux estiment la société de plus en plus soudée (-5 points par rapport à 2022).**

Ce constat ne les empêche pas de vouloir jouer plus collectif : 44% des sondés ont le souhait d'essayer de nouvelles activités à l'avenir (+7 points par rapport à 2022). Là encore, le contexte inflationniste rend la situation plus incertaine : 64% de ces Français qui veulent s'engager demain sont contraints de se restreindre du fait de la hausse des prix qui perdure.

Autant de personnes pour qui l'accès à la contribution à la vie locale, la recherche convivialité et d'épanouissement personnel deviennent inaccessibles. Car c'est en effet ce que recherchent principalement les Français dans leur participation et leur engagement associatif. 75% considèrent la **dimension locale** d'une activité ou d'un engagement comme importante (+11 points par rapport à 2022). 59% ont le sentiment qu'une pratique de groupe apporte plus de sens et d'épanouissement qu'une pratique individuelle.

Enfin quand les Français s'impliquent dans une association, c'est davantage une quête de convivialité que d'engagement pour la majorité d'entre eux (53%).

“S'impliquer dans une association, c'est souvent faire autant de bien aux autres qu'à soi-même. On y trouve un bien-être personnel qui vient s'ajouter à l'utilité sociale que l'on était venu chercher au départ. La situation actuelle met une partie des Français face à un dilemme catastrophique : remplir son frigo ou être heureux ensemble” commente Charlie Tronche.

Des associations reconnues pour leur rôle national, mal connues pour leurs actions locales et leur fonctionnement

Les associations bénéficient toujours d'une cote de confiance élevée : leur rôle fondamental dans la cohésion de la société étant salué par 74% des Français. Elles sont un lieu propice à la mixité et à la diversité pour 8 Français sur 10, et une alternative crédible aux pouvoirs publics et aux entreprises pour construire des solutions face aux défis actuels pour 65% de la population.

Une aura dont elles jouissent en surface mais qui est ternie par la méconnaissance qu'ont les Français de leurs projets et l'image complexe de leur gestion qu'elles renvoient. Davantage d'informations sur les projets et les activités locales serait une incitation à davantage s'engager pour 73% des sondés.

De même que simplifier leur fonctionnement permettrait de convaincre les 60% des Français qui voient dans leur gestion quotidienne un challenge complexe.

“La reconnaissance de la valeur du travail bénévole de même que la simplification de la gestion administrative des associations sont des chantiers que le gouvernement a indiqué vouloir adresser. Le diagnostic des pouvoirs publics est le bon, mais le remède se fait toujours attendre. Le résultat est perdant-perdant : perdant pour les citoyens qui pourraient y prendre des responsabilités, perdant pour les associations qui souhaitent renouveler leurs effectifs, et perdant pour la société qui a besoin de ces forces vives pour répondre aux grands défis d’aujourd’hui” conclut Charlie Tronche.

Méthodologie

Sondage réalisé sur la base d’un échantillon de 1033 personnes représentatives de la population française et constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d’âge, de catégorie socioprofessionnelle et de région/ zone de résidence.

Contact Presse

MDW Consulting

Maïmouna Diop

06 52 03 13 47

maimouna@mdwconsulting

Sami Asali

06 34 36 36 74

sami.asl.rp@gmail.com

Note aux rédactions

Toute reprise totale ou partielle des résultats doit impérativement utiliser la mention complète suivante : « Baromètre 2023 de l’engagement citoyen et solidaire” (sondage OpinionWay pour HelloAsso) et aucune reprise de l’enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé

HelloAsso

Charlie Tronche, porte-parole

06 66 50 29 38

charlie@helloasso.org

OpinionWay

Eléonore Quarré, directrice conseil

06 11 81 13 87

equarre@opinion-way.com