

## LE SOUHAIT D'ENGAGEMENT DES FRANÇAIS DANS LES ASSOCIATIONS : UN CLIVAGE GENERATIONNEL POUR LES CAUSES SOLIDAIRES ET ENVIRONNEMENTALES

**Thèmes abordés :** #Solidarités #RSE #Campagnes électorales 2022 #Covid-19 #Ukraine

L'association Altruwe a fait appel à l'Ifop, leader des études d'opinion et expert des études marketing en France et à l'international pour mesurer le degré d'engagement des Français sur **16 grandes causes ayant fait l'objet de débats lors des campagnes électorales de 2022**. L'étude a été menée, par les équipes Ifop Média & Digital, auprès d'un échantillon représentatif de 1 001 individus âgés de 18 ans et plus\*.

### EN SYNTHÈSE : 3 POINTS

1. Derrière le terme générique de « Solidarités » se cache des réalités très disparates : certaines grandes causes (*les violences faites aux femmes, le bien-être animal, le grand âge*) **mobilisent 3 fois plus de français** que d'autres (*l'accueil des migrants, les droits LGBT+, la GPA/PMA*)
2. Au-delà des causes en elle-même, on observe **un clivage générationnel marqué** notamment entre les 18-34ans d'un côté et les retraités de l'autre. Par exemple sur des thématiques comme *l'Ecologie*.
3. La crise sanitaire et le conflit international, bien qu'ayant engendré quelques initiatives solidaires spectaculaires, **n'incitent que 1 français sur 10 à s'engager plus** dans le tissu associatif (et seulement 1 jeune sur 12)

### EN DETAIL :

Les résultats de l'enquête mettent en avant **trois causes** se détachant assez nettement des **préférences d'engagement des Français** : **Les violences faites aux femmes** (avec un taux d'engagement très probable à 27%), **Le bien-être animal** (à 26%), et **Les conditions de vie des aînés** (à 22%). A l'inverse, **La GPA et PMA** (5%), **Les droits LGBT+** (7%) et **L'accueil des migrants** (8%) peinent à mobiliser. A noter, **L'aide aux ukrainiens en guerre**, thème d'actualité, se classe en 9<sup>ème</sup> position avec un taux à 16% des causes très probablement engageantes.

Cf suite pages 2 & 3

(\* ) La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée) après stratification par région et catégorie d'agglomération. Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne, du 23 au 25 mars 2022.

(\*\* ) Ne sont mentionnées ici que les écarts statistiquement significatifs.

Engagement des Français sur 16 grandes causes  
-(engagement très probable - en %)



Base : Ensemble 18 ans et plus (1 001 ind.)

Question #1 : Derrière certains des thèmes de la campagne présidentielle actuelle, il y a de nombreuses associations qui agissent au quotidien. Si vous en aviez le temps et les moyens, pour quelles causes seriez-vous le plus enclin à vous engager ? Pour chacune d'entre elles, merci d'indiquer si cela est très probable, assez probable, peu probable, pas du tout probable ou vous ne savez pas. Plusieurs réponses possibles

L'enquête révèle également un **clivage entre les générations\*\***, en particulier entre les 18-34 ans et les séniors (les 50-64 ans ou les retraités), sur plusieurs grandes causes :

- **Le bien-être animal** recueille 33% de réponses « engagement très probable pour cette cause » de la part des jeunes de 18-34 ans vs 18% des retraités uniquement, pour 26% de l'ensemble des Français.
- **La lutte contre la précarité étudiante** mobilise également davantage les 18-34 ans (à 19%) que les retraités (9%) ou les 50-64 ans (à 7%).
- Même constat pour **Les droits LGBT+**. Avec 13% de réponses « engagement très probable » chez les 18-34 ans vs 7% pour la population Française et uniquement 3% auprès des retraités.

**La violence faite aux femmes** est une autre grande cause qui sensibilise également les jeunes : 26% des Français affirment « s'engager très probablement » pour cette dernière, un taux qui monte à 33% chez les 18-34 ans. A l'inverse, les séniors (les retraités ou les 50-64 ans) sont moins enclins que la moyenne des Français à déclarer « très probablement s'engager » pour les causes ci-après :

- **La protection de la biodiversité** (13% des retraités vs 18% en moyenne),
- **La transition écologique** (12% des retraités vs 17% en moyenne),
- **L'insertion des jeunes** (9% des 50-64 ans vs 14% en moyenne),
- **L'accueil des migrants** (5% des 50-64 ans vs 9% en moyenne)
- ou bien la cause sur **La GPA et PMA** (3% des 50-64 ans et 2% des retraités vs 6% en moyenne).

D'autres différences apparaissent selon les catégories de population :

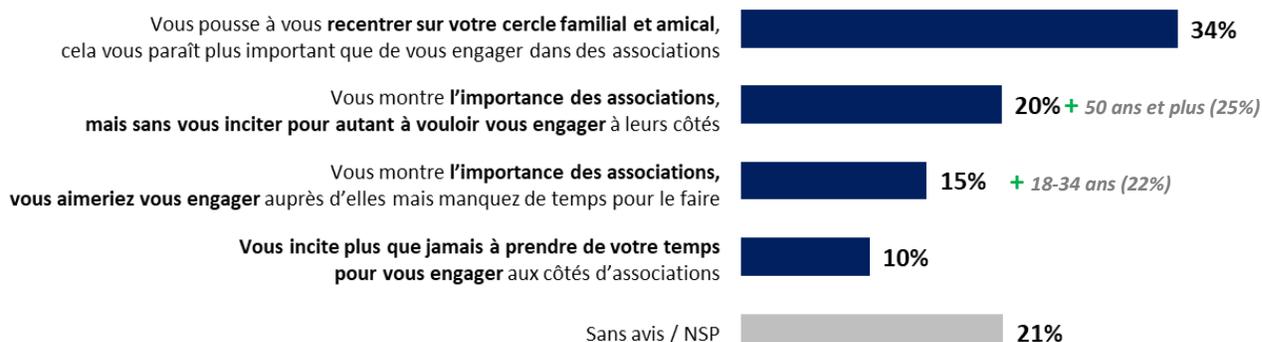
**Les violences faites aux femmes** est une cause qui recueille beaucoup plus d'« engagement très probable » auprès des femmes (33%) que chez les hommes (19%). Elles sont également plus promptes à déclarer « s'engager très probablement » pour la cause du **bien-être animal** que les hommes (33% vs 18%).

Des priorités divergentes qui compliquent les prises de position politiques mais qu'il faudra dépasser pour construire les solidarités de demain.

« Nous observons au travers de ces résultats une très forte sensibilité des jeunes à ces questions, en particulier sur les causes solidaires et sur l'environnement. Cela montre bien l'engouement de cette population pour ces enjeux RSE. Reste à trouver comment réussir à les amener à s'engager au-delà de leurs convictions. » commente Isabelle Trévilly, directrice du pôle Média & Digital de l'Ifop.

**Autre enseignement** de l'étude : si le contexte actuel, avec la crise sanitaire et la guerre en Ukraine, montre l'**importance des associations**, les Français ne souhaitent pas pour autant s'engager dans le tissu associatif (20%). **La majorité d'entre eux déclarent se recentrer sur leur cercle familial et amical** (à 34%).

La période actuelle ...



+ / - Ecart significatifs à 95% par rapport à l'ensemble

Question #2 : Deux ans après le 1er confinement lié à la crise du covid-19, et désormais avec la guerre en Ukraine, de laquelle des phrases suivantes vous sentez-vous le plus proche ?

**Jérémie Mani et Yves Delnatte, co-fondateur d'altruwe, commentent ce résultat :** « La pandémie de COVID-19, puis la guerre en Ukraine, ont rappelé l'importance de la solidarité sociale et internationale. De nombreux citoyens, notamment au sein des associations, se sont mobilisés et fait apparaître les aspects positifs de la solidarité humaine. Pourtant, ce sondage montre une tendance générale au repli sur soi (34% des répondants) et des difficultés de mobilisations, notamment chez les plus jeunes!

Il nous semble plus que jamais essentiel de favoriser de nouvelles formes de solidarité et faire émerger de futures générations de bénévoles. C'est la raison d'être du réseau social altruiste « altruwe » et nous sommes décidés à redoubler d'effort pour créer ces vocations ».

**A retrouver en complément l'interview complète des fondateurs d'altruwe sur le blog de l'Ifop :**

<https://www.ifop.com/publication/notre-raison-detre-cest-de-promouvoir-laltruisme-comme-solution-pragmatique-aux-defis-du-xxie-siecle/>

**Contact Relation Presse & Media :** [RP@altruwe.org](mailto:RP@altruwe.org) / Jérémie Mani

En remerciant Elodie Laloum, agence RP Melodik, pour la diffusion de ce communiqué à titre bénévole

**Contact IFOP Média & Digital :** [isabelle.trevilly@ifop.com](mailto:isabelle.trevilly@ifop.com)

### A propos d'altruwe :

Lancée fin 2021 par deux entrepreneurs à succès, Yves Delnatte et Jérémie Mani, altruwe est un mouvement digital qui promeut l'altruisme à travers un réseau social gratuit et sans lucratif, déjà soutenu par une vingtaine de personnalités inspirantes (dont Matthieu Ricard, Thierry Marx, Laurent Gounelle...).

<https://altruwe.com> (réseau social, grand public) et <https://altruwe.org> (notre concept et inspirations).