

égalité et fraternité -, ainsi que **les Droits de l'Homme et les libertés essentielles** (individuelles, de conscience, de presse, d'association de réunion, etc.). Plus de 9 sur 10 soulignent également la nécessité de **maîtriser la langue** et la **culture** françaises, de respecter la **laïcité** et d'avoir envie de « vivre ensemble ». Néanmoins, **10% des citoyens déclarent ne pas ressentir cet attachement**, proportion encore plus importante parmi les catégories les plus modestes (20% parmi les personnes vivant au sein d'un ménage disposant d'un revenu net mensuel inférieur à 1 000 euros) et les individus se reconnaissant moins dans la représentation politique (19% parmi les personnes indiquant ne se sentir proches d'aucune formation politique).

Reste que « faire partie de la **République** » se définit également, pour un Français sur deux, par le fait d'être « né en France ». Et que si ce modèle ne s'est pas construit sur ces bases, il s'agit aujourd'hui d'une définition délivrée par les Français à considérer, notamment par ceux appartenant aux catégories populaires (56%), peu ou pas diplômés (61%), résidant en zone rurale (57%) et se sentant proches de l'UMP (59%) et surtout du FN (82%).

- Tout comme leur propension à se déclarer pessimistes pour l'avenir de la société mais optimistes pour leur propre futur, **seule une minorité de Français trouve que leurs compatriotes peuvent se définir comme engagés (40%) alors qu'ils sont 67% à se définir eux-mêmes comme tels**. Cette tendance majoritaire à se considérer comme une personne engagée apparaît par ailleurs dans le portrait-type que les Français dressent d'une telle personne. Ce portrait repose avant tout sur les deux piliers de la citoyenneté et du dynamisme : **cette personne vote (94%) et s'engage avec enthousiasme (87%)**. En outre, les parents considèrent plus particulièrement qu'une personne engagée doit avoir des enfants (83% contre 73% pour l'ensemble des Français), les urbains qu'elle habite en ville (82% parmi les Franciliens, contre 71% en moyenne), les catégories populaires qu'elle est modeste (66% contre 62%), les plus jeunes qu'elle est peu âgée (74% des 15-24 ans, contre 52% en moyenne), ou encore les plus diplômés qu'elle est très diplômée (67% des Français ayant un diplôme supérieur à Bac +2, contre 50%). Relevons que **les Français se définissant comme les plus distants de la République se considèrent très majoritairement comme peu ou pas engagés (84%, contre 32% parmi l'ensemble de la population)**, indiquant une forme de corrélation entre ces deux dimensions.
- Interrogés sur les conséquences de l'engagement citoyen, **les Français soulignent le caractère altruiste de ce comportement, permettant avant tout de rencontrer des gens** (94% des Français indiquent partager cette opinion), **de contribuer au lien social et au sentiment d'appartenance (90%)** et plus

généralement à **construire une société plus solidaire** (88%). Au-delà des bénéfices plus « individuels » que les citoyens peuvent retirer de cette attitude (développement de compétences, épanouissement, voire « bonne conscience »), l'ouverture vers l'autre se trouve en effet au cœur de la définition même que les Français donnent à l'engagement qui, après la notion d'action (62%), apparaît comme proche des thèmes du partage (44%), du rassemblement (37%) et de l'aide (37%).

- Cependant, **notons que les actions que les Français considèrent le plus comme un engagement, et qu'ils adoptent, apparaissent plutôt comme des actions menées à un niveau individuel ou dans un cercle ou avec un objet restreints** : voter, trier ses déchets, s'occuper de proches en difficulté, privilégier l'économie locale... En revanche, les formes d'engagement collectives « traditionnelles » figurent parmi les attitudes qui correspondent le moins à l'idée d'engagement que portent et qu'adoptent les Français aujourd'hui, à savoir adhérer à un parti politique ou à un syndicat. Etre bénévole dans une association relève davantage du champ de l'engagement pour les Français mais dans une proportion toutefois moindre que les actions individuelles précitées.
- Dans une société souvent décrite comme individualiste, **l'engagement apparaît « indispensable » aux yeux de 79% des Français**, et même « d'actualité » **pour près de 9 sur 10** (89%). Cette actualité s'avère d'autant plus présente que des millions de citoyens se sont réunis partout en France il y a deux mois dans les longs cortèges rendant hommage aux victimes des attentats. **Ces mobilisations républicaines sont considérées comme une forme d'engagement citoyen par plus des trois quarts des Français** (76%). Bien que pour 75% d'entre eux il s'agissait alors avant tout d'un moment d'émotion ponctuel, **plus de la moitié des citoyens indique avoir ressenti depuis lors une envie de s'engager (53%)**. Nuançons néanmoins cet élan par le fait que seuls 16% déclarent avoir « tout à fait » envie de s'engager suite à ces événements et que davantage de Français mentionnent avoir ressenti le besoin de se tourner vers leurs proches (66%, dont 23% tout à fait).

*

*

*

L'engagement en découle naturellement. Le lien intime entre regard à l'égard de la République et attitude à l'égard des autres se forme. Et l'on voit ainsi que **si les marches du 11 janvier ont été marquées par l'émotion, elles ont naturellement permis la réaffirmation de la valeur de l'engagement sans nécessairement mobiliser nettement de nouvelles franges de population.**

* * * * *

A propos de Harris Interactive

Animé par l'énergie de la passion, porté par l'innovation et convaincu que le marché est en pleine mutation, Harris Interactive accompagne ses clients face à leurs nouveaux challenges et repense avec eux le métier des études.



harris
INTERACTIVE

Contacts :

Harris Interactive en France :

Laurence Lavernhe - 39 rue Crozatier - 75012 Paris - Tel: 01 44 87 60 94 - 01 44 87 60 30 - llavernhe@harrisinteractive.fr

Jean-Daniel Lévy - Directeur du Département Politique & Opinion - 01 44 87 60 30 - jdlevy@harrisinteractive.fr