

Que retenir de cette enquête ?

Selon les Français, les centres de loisirs et colonies de vacances contribuent fortement à l'éducation des enfants

- **Au moins trois Français sur quatre estiment que les centres de loisirs (79%) et les colonies de vacances (75%) contribuent à l'éducation des enfants.** L'apport éducatif de ces activités est particulièrement mis en avant par les personnes ayant déjà exercé un rôle d'animateur dans ce type de structure (86% et 84%), mais également **par les parents ayant déjà inscrit leur(s) enfant(s)** en colonies ou en centres de loisirs (81% et 77%). A titre de comparaison, plus de neuf Français sur dix mettent en avant l'apport éducatif d'**activités traditionnellement associées à l'éducation**, comme par exemple « lire des livres » (97%), « pratiquer des activités de loisirs (sports, activités artistiques) » (95%), « l'école » (93%), ou encore « visiter des musées, des expositions » (93%). Notons que la visite des musées est jugée particulièrement éducative par les personnes les plus diplômées (95%). En revanche, **d'autres activités associées au numérique et aux technologiques sont jugées nettement moins éducatives que les centres de loisirs ou colonies de vacances.** Ainsi, environ un Français sur deux déclare que le surf sur internet et la télévision contribuent à l'éducation des enfants (57% et 50% respectivement), quand seulement un quart attribue cette fonction aux jeux vidéo (26%). **Les Français semblent donc porter une attention particulière sur les activités collectives et culturelles pour l'éducation des enfants.**
- De façon générale, les Français estiment quasi unanimement que « mettre ses enfants en centre de loisirs » (90%) et de les « faire partir en colonie de vacances » (85%) est une « **bonne chose** » et ils sont même un sur quatre à préciser que c'est une « très bonne chose ». Les parents dans leur ensemble semblent certes légèrement moins convaincus par l'impact positif des colonies de vacances (82%), mais **ceux qui ont déjà franchi le pas d'inscrire leur enfant dans ce type de structure portent un regard particulièrement positif** : 87% estiment qu'il s'agit d'une « bonne chose » pour l'enfant. De même, les personnes ayant déjà inscrit leur enfant dans ce type d'activité sont 93% à qualifier de « bonne chose » l'inscription en centre de loisirs.

Les Français attendent des pouvoirs publics qu'ils facilitent l'accès aux centres de loisirs et de colonies de vacances

- **Huit Français sur dix (79%) considèrent que les pouvoirs publics doivent agir pour faciliter l'accès aux centres de loisirs et de colonies de vacances**, dont 21% estiment même que ce doit être un « dossier prioritaire des pouvoirs publics ». Les parents en général (82%) mais aussi ceux dont les enfants ont déjà participé à ces activités de loisirs (86%) ainsi que les animateurs occasionnels (86%) partagent davantage cette position que la moyenne des Français.
- Parmi les moyens visant à rendre accessibles les colonies de vacances et les centres de loisirs à tous les enfants, **les Français semblent avant tout privilégier les aspects financiers** : les Français, placés en situation d'expertise, jugent particulièrement efficaces la généralisation des chèques-vacances auprès des salariés de petites entreprises (82%), la mise en place de subventions au niveau de l'Union Européenne pour que chaque enfant parte au moins une fois avant ses 18 ans en séjour dans un pays de l'Union Européenne autre que le sien (74%) et enfin, dans une moindre mesure, l'augmentation des aides financières versées par la CAF (60%). Ainsi, **la dimension financière semble occuper une place plus importante que des campagnes d'information visant à promouvoir ce type de vacances** (61% « efficace »). Dans le détail, les animateurs occasionnels jugent l'ensemble de ces thématiques plus efficaces que la moyenne, particulièrement en ce qui concerne l'augmentation des aides financières versées par la CAF (69%, soit 9 points de plus que parmi l'ensemble des Français). Enfin, on observe que les salariés du public approuvent davantage ces propositions que les salariés du privé.

Les Français associent l'animation à une activité associant plaisir et sens du collectif, un regard que partagent très largement les personnes ayant elles-mêmes eu l'occasion d'être animatrices

- Invités à décrire l'activité d'animation en colonie de vacances et en centre de loisirs avec leurs propres mots, les Français mobilisent spontanément des termes renvoyant à des **évoctions ludiques** : « jeux », « découvertes », « amusement », « activités », « sport », qui s'inscrivent dans un contexte de « **vacances** ». Les Français évoquent également les **valeurs de l'animation** comme la « joie » et le « partage ». Notons que le mot « sociabilité » semble peu mobilisé au regard des autres termes. Qui plus est, les personnes qui jugeaient négativement le fait d'inscrire ses enfants en centre de loisirs ou en colonies de vacances ne portent pas un regard particulièrement dur : tout au plus mettent-elles en avant la regrettable absence des parents, les vacances en famille apparaissant comme un idéal et les vacances collectives une solution par défaut.
- Plus précisément, parmi une liste de mots que les Français associent le plus à la fonction d'animateur, on trouve avant tout les « **relations avec les enfants et les jeunes** » (66%), la « **responsabilisation** » (65%) et le « **travail en équipe** » (63%). On constate que les parents d'enfants citent particulièrement les « relations avec des enfants et des jeunes » (69%). De leur côté, les animateurs insistent plus que la moyenne sur des éléments moins cités par l'ensemble des Français : « l'ouverture aux autres » (46%), la « transmission de valeurs » (44%), le « sens pratique » (24%) et la « confiance en soi » (24%). Ainsi, les Français, les parents et les animateurs occasionnels évoquent à la fois des termes qui font référence aux qualités nécessaires à la fonction d'animateur mais aussi au développement personnel retiré de cette expérience. Les aspects négatifs tels que la « faible rémunération » (cité par 25% des Français, et par 29% de parents d'enfants mais aussi par 29% des catégories supérieures et 31% des diplômés supérieur à Bac+2) ou encore les « contraintes » (cité par seulement 9% des Français) ne semblent pas représenter des dimensions centrales.

Les animateurs occasionnels souhaitent avant tout développer des compétences et s'enrichir personnellement et professionnellement en se rendant utiles auprès des enfants

- Invités à décrire l'activité d'animation en colonie de vacances et en centre de loisirs avec leurs propres mots, les animateurs occasionnels déclarent spontanément que leur expérience leur a essentiellement apporté un sens de la « **responsabilité** », et, de façon plus minoritaire, un esprit de « groupe » et d' « équipe ».
- Parmi les raisons qui ont invité les animateurs occasionnels à s'investir dans ce type d'activité, on trouve d'abord la volonté de « **développer des compétences** » (56%) en particulier chez les inactifs (62%) avant celle de « gagner de l'argent » (53%). De plus, la moitié des personnes concernées indiquent s'être engagées afin d'exercer une **activité tournée vers les enfants** : 53% déclarent avoir le sentiment d'apporter quelque chose aux enfants, notamment chez les « animateurs occasionnels » aujourd'hui les plus âgés (61% chez les 65ans et plus), et 50% indiquent aimer s'occuper des enfants. Les raisons liées à la curiosité de découvrir un champ professionnel (22%), à la valorisation d'une expérience professionnelle (19% et 29% chez les 18-24 ans) ou encore à la volonté de voyager (18%) ne semblent pas constituer des motivations majeures pour l'investissement dans ce métier.
- **Neuf animateurs sur dix indiquent que leur expérience en tant qu'animateur en colonie de vacances et/ou en centre de loisirs les a enrichis personnellement (91%),** dont 49% déclarent même que ça les a enrichis « beaucoup ». Ce sentiment d'enrichissement personnel est particulièrement prononcé chez les hommes (93%, contre 88% des femmes) ainsi que parmi ceux qui disposent du BAFA (94%). Plus précisément, plus de huit personnes sur dix indiquent avoir gagné en responsabilité (89%), en sociabilité (88%), en créativité (85%), en débrouillardise (83%) et, mais de façon moins prononcée, en engagement (64%). Cette activité semble toutefois être nourrie d'un certain sens de l'engagement, puisque les trois quarts des animateurs interrogés déclarent avoir été membres d'une association, d'un parti politique, d'un syndicat ou d'une Eglise (78%), contre 63% seulement parmi l'ensemble des Français.
- Neuf Français sur dix estiment qu'une expérience d'animation rend plus « ouvert » (92%), « responsable » (91%), « débrouillard » (90%), « inventif » (89%), et, dans une moindre mesure, 7 sur 10 indiquent que ça les rend « engagé » (69%). D'après leur propre expérience, les animateurs insistent

plus que la moyenne sur la responsabilisation (96%). Qui plus est, l'expérience d'animation est perçue comme un « **avantage dans le monde professionnel** » par 77% des Français et 78% des animateurs.

- A l'issue d'une expérience d'animation, plus de neuf animateurs sur dix ont eu l'impression de **permettre aux enfants de passer de bonnes vacances** (98%) et de **contribuer à leur épanouissement** (94%), et plus de huit sur dix ont eu le sentiment de participer à l'éducation des enfants (88%) et de leur transmettre des valeurs et des principes (87%). Ces deux dernières réponses sont particulièrement citées parmi les « animateurs occasionnels » aujourd'hui âgés de plus de 65 ans (95% et 93% respectivement). Ainsi, les animateurs font part d'un sentiment d'utilité à l'égard des enfants et de leur éducation.

Un statut de « volontaire de l'animation » serait majoritairement approuvé par les Français, mais avec certaines réserves

- Interrogés sur la mise en place d'un éventuel statut de « volontaire de l'animation »², les Français expriment a priori une opinion plutôt positive : **trois Français sur quatre** (72%) s'y déclarent favorables, voire « tout à fait favorables » chez 16% d'entre eux. Plus précisément, les Français estiment que ce statut permettrait un **meilleur engagement** au sein des jeunes (80%) et donnerait l'opportunité à plus d'enfants et de jeunes de partir en vacances (62%). Cependant, les Français expriment une certaine réserve à l'égard de ce statut puisque 70% semblent **craindre que les personnes aujourd'hui salariées soient remplacées par des volontaires plus précaires**, position particulièrement évoquée par les Français de moins de 35 ans (81%). Notons que sur l'ensemble des conséquences de cette mesure, les animateurs partagent la même opinion que l'ensemble des Français.
- Cependant, si les Français approuvent cette mesure, ces derniers estiment qu'elle devrait s'accompagner d'une **prise en charge financière de la formation** (91%), mais aussi en matière de **protection sociale** (89%). De plus, 87% indiquent que ce statut ne devrait concerner que les organismes

² « Avec le statut de volontaire d'animation, les volontaires, ni salariés ni bénévoles, qui s'engageraient sur une durée courte, toucheraient une indemnité fixée par le législateur, sur le modèle des pompiers volontaires. »

à buts non lucratifs et pas les entreprises commerciales. Concernant les modalités d’application de cette mesure, les animateurs occasionnels portent à nouveau un regard semblable à l’ensemble des Français.

*_**

Merci de noter que toute diffusion de ces résultats doit être accompagnée d'éléments techniques tels que : la méthode d'enquête, les dates de réalisation, le nom de l'institut – Harris Interactive-, la taille de l'échantillon.

A propos de Harris Interactive

Harris Interactive est un acteur historique du marché des études et le Groupe est présent dans le monde entier. La structure française, dirigée par ses fondateurs Nathalie Perrio-Combeaux et Patrick Van Bloeme, propose des approches innovantes, qualitatives et quantitatives, en France comme à l’international.

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.

Suivez l'actualité de Harris Interactive sur www.harrisinteractive.fr, [Facebook](https://www.facebook.com/harrisinteractive), [Twitter](https://twitter.com/harrisinteractive) et [LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/harrisinteractive).

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