



## La France s'engage

Enquête Harris Interactive pour La France s'engage

*Enquête réalisée par internet du 25 au 27 janvier 2016. Echantillon de 1 624 personnes, représentatif des Français âgés de 15 ans et plus. Méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle et région d'habitation de l'interviewé(e).*

\*\*\*\*\*

Dans un contexte de tensions sociales, économiques et politiques et après les attentats terroristes de 2015, **les enjeux de mobilisation et d'engagement citoyen ont redoublé d'importance** (parfois sous de nouvelles formes d'implication) et suscité de nombreuses réflexions et projets.

**La France s'engage** est un projet présidentiel lancé en juin 2014. Porté par le Président de la République et animé par Patrick Kanner, ce fonds d'expérimentation a vocation à financer des initiatives d'économie sociale et solidaire. Cette démarche vise à mettre en valeur, par le biais d'un «label présidentiel », des projets « isolés mais prometteurs », portés par des bénévoles (associations, fondations, entreprises) et profitables à la société.

Dans le cadre de son forum, la France s'engage a confié à Harris Interactive la réalisation d'**une grande enquête auprès des Français sur l'engagement** afin de comprendre les représentations et les pratiques qui y sont aujourd'hui associées.

### Quels sont les principaux enseignements de cette enquête ?

- Interrogés spontanément sur ce que l'engagement citoyen évoque pour eux, les Français parlent de **respect** (des lois, des autres, de la France et de ses valeurs), de **vote**, de **solidarité** et d'**engagement associatif**.



De leur point de vue, **l'amélioration de la société aujourd'hui passe avant tout par le vote et l'engagement individuel au quotidien** au détriment de formes d'engagement traditionnelles qui s'inscrivaient davantage au sein de collectifs (partis politiques et syndicats notamment).

**64% des Français considèrent ainsi que le vote contribue beaucoup à améliorer le fonctionnement de la société** alors qu'ils ne sont qu'une minorité à juger de même pour le fait de signer une pétition (22%), de s'engager dans l'armée (20%), de donner de l'argent à un sans-abri dans la rue (17%), de manifester (17%), d'être adhérent dans un syndicat (11%) ou dans un parti politique (7%).

**Certaines pratiques citoyennes « nouvelles » émergent** comme le **tri des déchets** (60%), la **consommation responsable** (50%) ou, dans une moindre mesure, le volontariat et le **service civique** (34%) en tant qu'actions poussant la société dans le bon sens.

Enfin, on constate que **ce sont les formes de collectif qui impliquent le plus fortement et le plus directement les individus qui sont aujourd'hui perçues comme les vecteurs de mobilisation les plus efficaces**, le bénévolat en association étant la première action « collective » pouvant nettement contribuer à améliorer le fonctionnement de la société (40%) selon les Français.

- **Un peu plus d'un Français sur deux (53%) se définit aujourd'hui comme un citoyen engagé, et indique plutôt pratiquer ou souhaiter pratiquer des actions à l'échelle individuelle** (par exemple 93% pour le tri des déchets ou 86% pour la consommation responsable). L'engagement au sein de collectifs tels que les syndicats ou les partis politiques apparaît plus en retrait (respectivement 32% et 22%), à l'inverse du bénévolat au sein d'association qui séduit davantage les Français (69%).

**A l'origine de l'engagement**, les Français évoquent en premier lieu **le souci des générations futures** (43% y voient une motivation très importante) **et la volonté de défendre les valeurs de la France** (40%).

- Dans ce contexte, **les acteurs de proximité** (71% pour les associations et 64% pour les start-ups) **et les citoyens eux-mêmes** (68%) bénéficient **d'un haut niveau de confiance** en comparaison avec les entreprises (48%), les médias (31%) et les pouvoirs publics (28%) pour soutenir des projets innovants.
- Enfin, il ressort que **la lutte contre le chômage reste l'une des causes les plus prioritaires à soutenir** pour la plupart des Français (41%), devant notamment la protection de l'environnement (34%), l'aide aux populations fragilisées et la défense des droits de l'Homme qui sont citées dans un deuxième temps (de 23% à 29% des citations).

\* \* \* \* \*

**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 France est un acteur historique du marché des études.

Dirigé par ses fondateurs Nathalie Perrio-Combeaux et Patrick Van Bloeme, l'institut 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.

Depuis juillet 2014, Harris Interactive Europe (regroupant Harris Interactive France, Allemagne et UK) a rejoint ITWP permettant ainsi à ce groupe international d'étendre sa présence dans la filière études.

Suivez l'actualité de Harris Interactive sur [www.harris-interactive.fr](http://www.harris-interactive.fr), [Facebook](#), [Twitter](#) et [LinkedIn](#).

### **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](mailto:llavernhe@harrisinteractive.fr)

Jean-Daniel Lévy - Directeur du Département Politique & Opinion - 01 44 87 60 30 - [jdlevy@harrisinteractive.fr](mailto:jdlevy@harrisinteractive.fr)