



ORDRE DE MALTE
FRANCE



Les jeunes sont-ils plus engagés que leurs aînés ?

Etude IFOP pour l'ordre de Malte

Novembre 2022

N° 119428

Contacts Ifop :

Frédéric Dabi/ François Legrand
Département Opinion et Stratégies d'Entreprise

01 45 84 14 44

prenom.nom@ifop.com

La méthodologie



Jeunes âgés de 18 à 30 ans



L'enquête a été réalisée auprès d'un échantillon de **1002** personnes, représentatif de la population française âgée de 18 à 30 ans.

La représentativité de l'échantillon a été assurée selon la méthode des quotas (sexe, âge, profession) après stratification par région et catégorie d'agglomération.



Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne. Le terrain s'est déroulé du 17 au 21 octobre 2022.



Ensemble de la population française

L'enquête a été réalisée auprès d'un échantillon de **1006** personnes, représentatif de la population française dans son ensemble.

La représentativité de l'échantillon a été assurée selon la méthode des quotas (sexe, âge, profession) après stratification par région et catégorie d'agglomération.

Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne. Le terrain s'est déroulé du 17 au 21 octobre 2022.

1

Le regard sur la société française actuelle



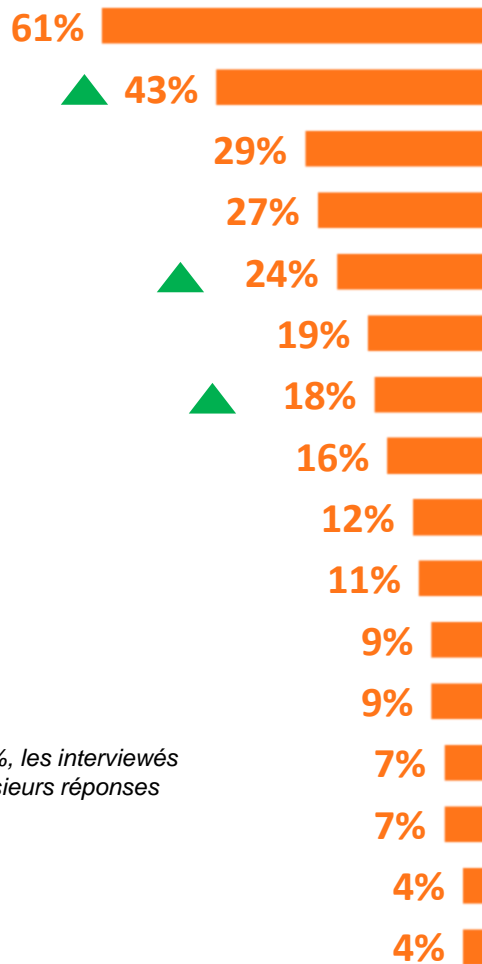
Les SUJETS LES PLUS PRÉOCCUPANTS



Q: Parmi les sujets suivants, quels sont ceux qui vous préoccupent le plus en ce moment ? En premier, en second, en troisième



Jeunes

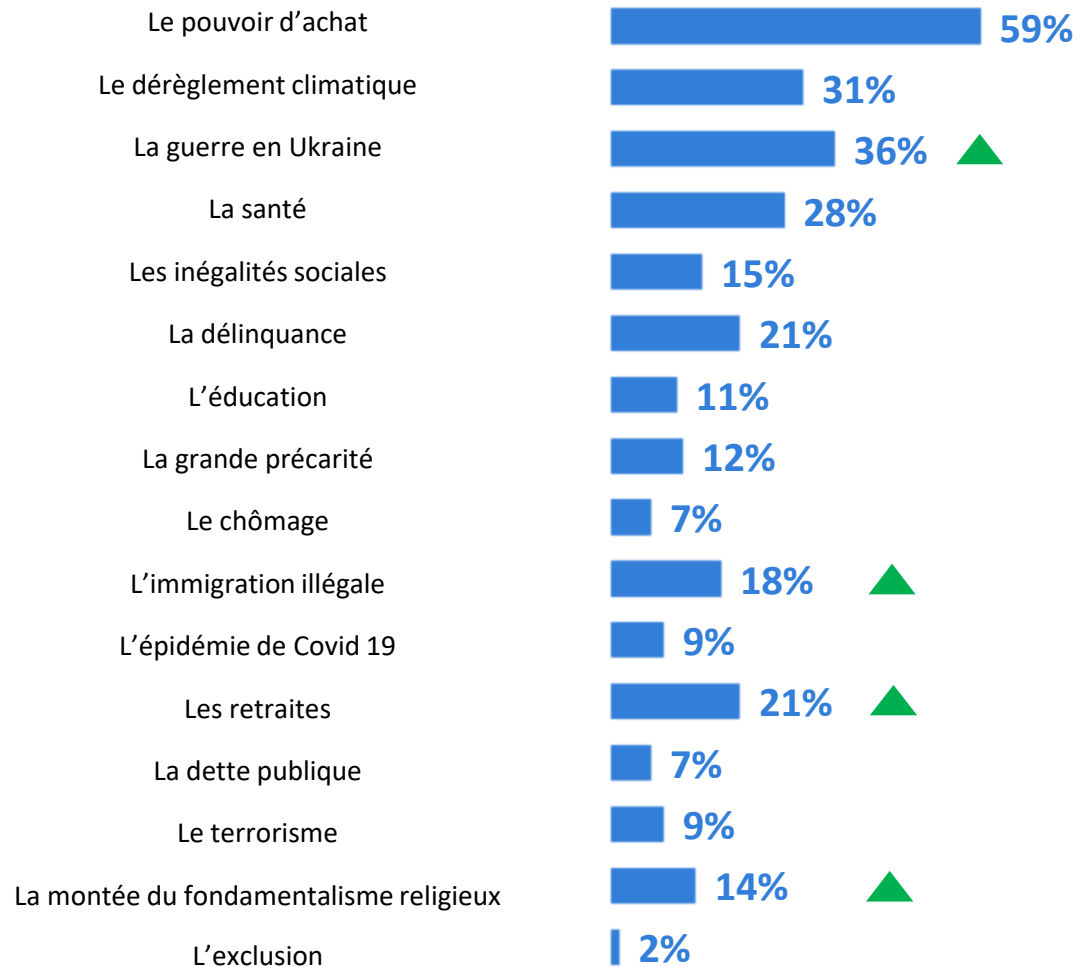


Total supérieur à 100%, les interviewés ayant pu donner plusieurs réponses

Total des citations



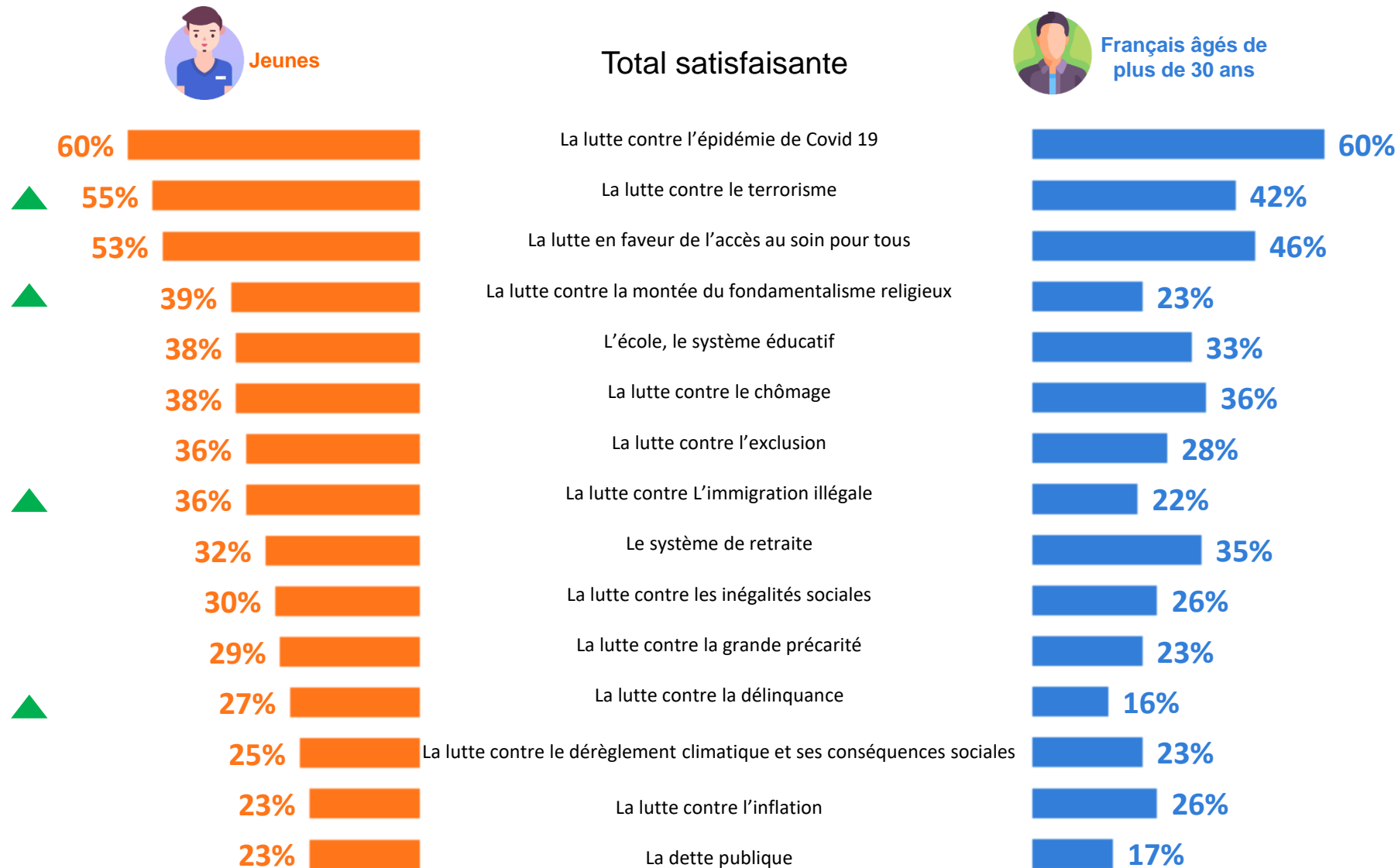
Français âgés de plus de 30 ans



LE SENTIMENT QUE LA SITUATION EST SATISFAISANTE OU PAS SATISFAISANTE CONCERNANT DIFFÉRENTS SUJETS



Q: Diriez-vous qu'aujourd'hui en France la situation est satisfaisante ou pas satisfaisante en ce qui concerne les sujets suivants ?



● 2 ●

L'engagement actuel des jeunes



L'ADHÉSION À UNE STRUCTURE ASSOCIATIVE

Q: Êtes-vous membre, ou participez-vous aux activités d'une des structures associatives ou clubs suivants?

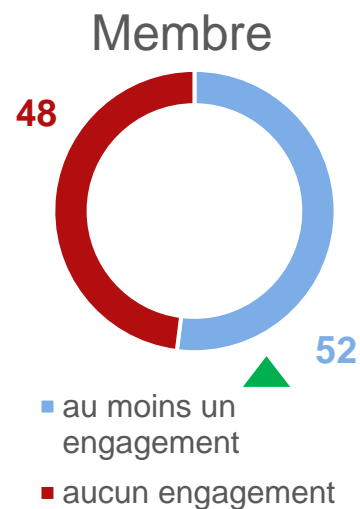


Jeunes



Français âgés de plus de 30 ans

Total des OUI



Une association culturelle (association musicale, troupe de théâtre...)

Une association de défense d'une cause

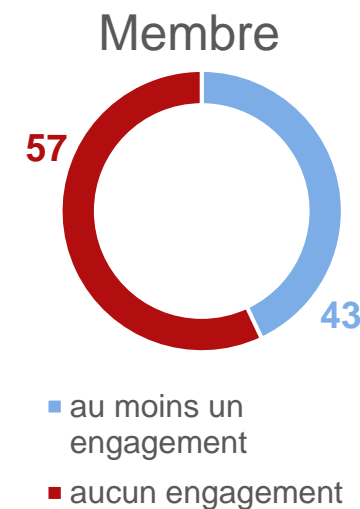
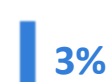
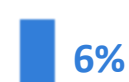
Une association humanitaire ou caritative

Un syndicat

Un Parti politique

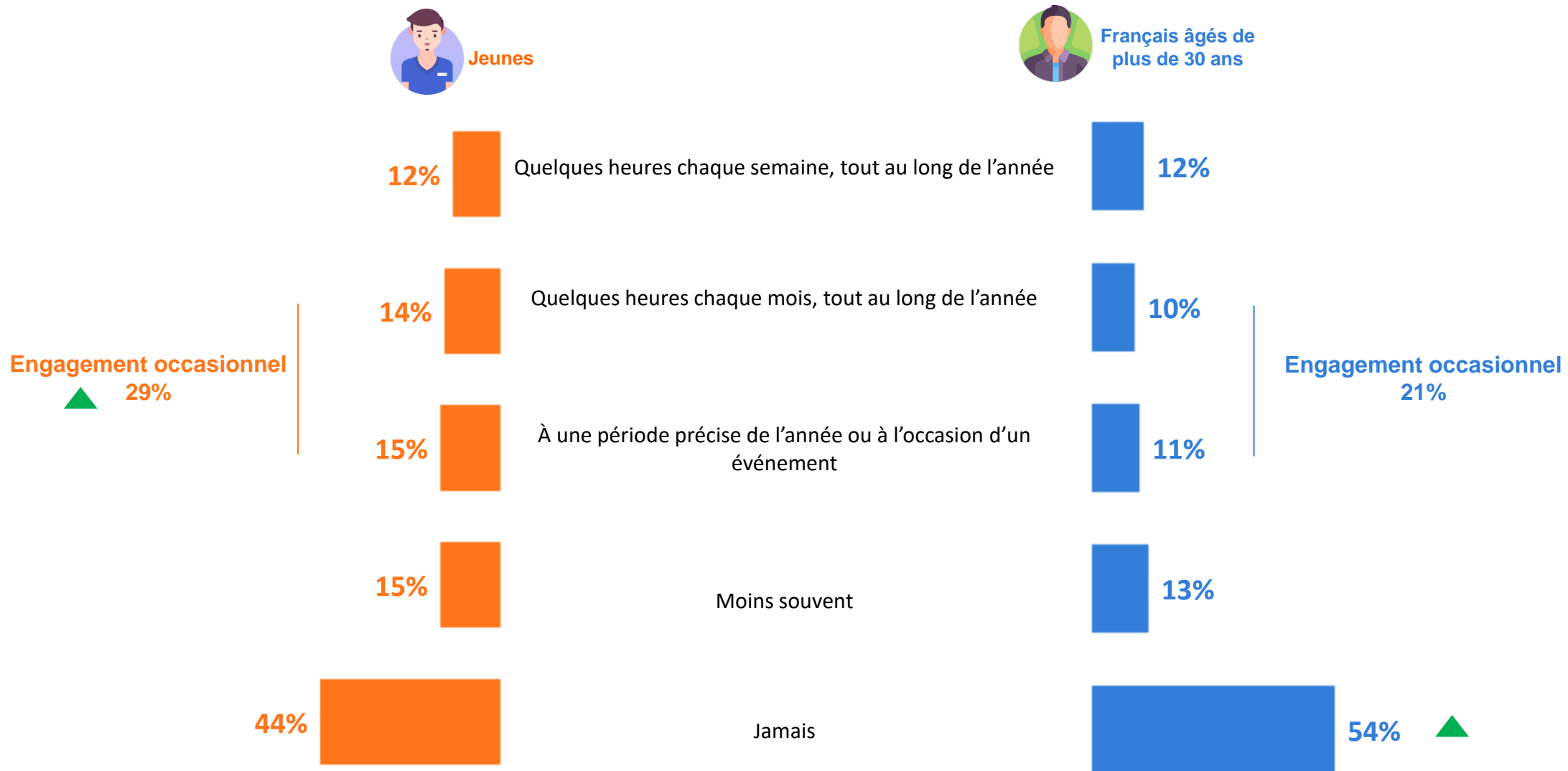
La réserve des armées (réserve opérationnelle ou réserve citoyenne de défense et de sécurité)

Un mouvement de scoutisme



LA FRÉQUENCE D'ENGAGEMENT AU SEIN D'UNE ASSOCIATION

Q: À quelle fréquence donnez-vous bénévolement de votre temps au sein d'une association (caritative, culturelle...) ou d'une autre organisation (parti politique, syndicat, etc.) ?

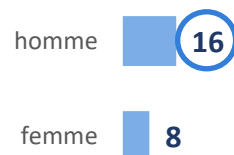


LA FRÉQUENCE D'ENGAGEMENT AU SEIN D'UNE ASSOCIATION

Q: À quelle fréquence donnez-vous bénévolement de votre temps au sein d'une association (caritative, culturelle...) ou d'une autre organisation (parti politique, syndicat, etc.) ?

12% des jeunes consacrent quelques heures chaque semaine tout au long de l'année

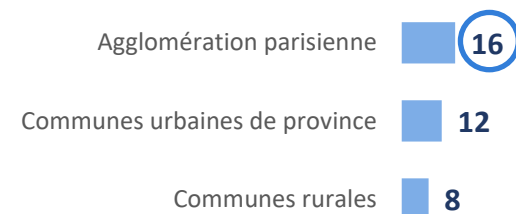
Selon le sexe



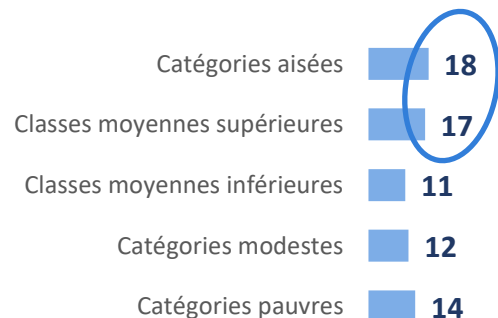
Selon l'âge



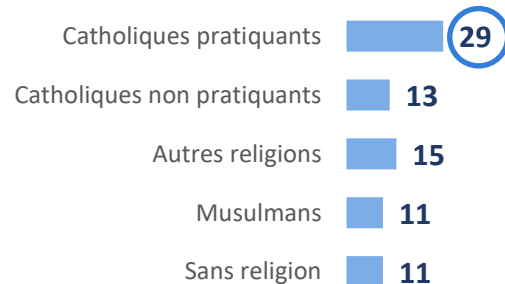
Selon la catégorie d'agglomération



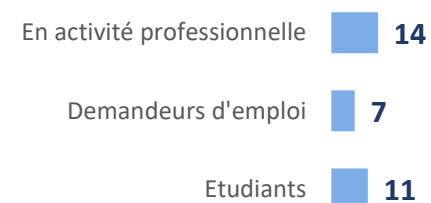
Selon le niveau de revenus



Selon la religion



Selon le statut



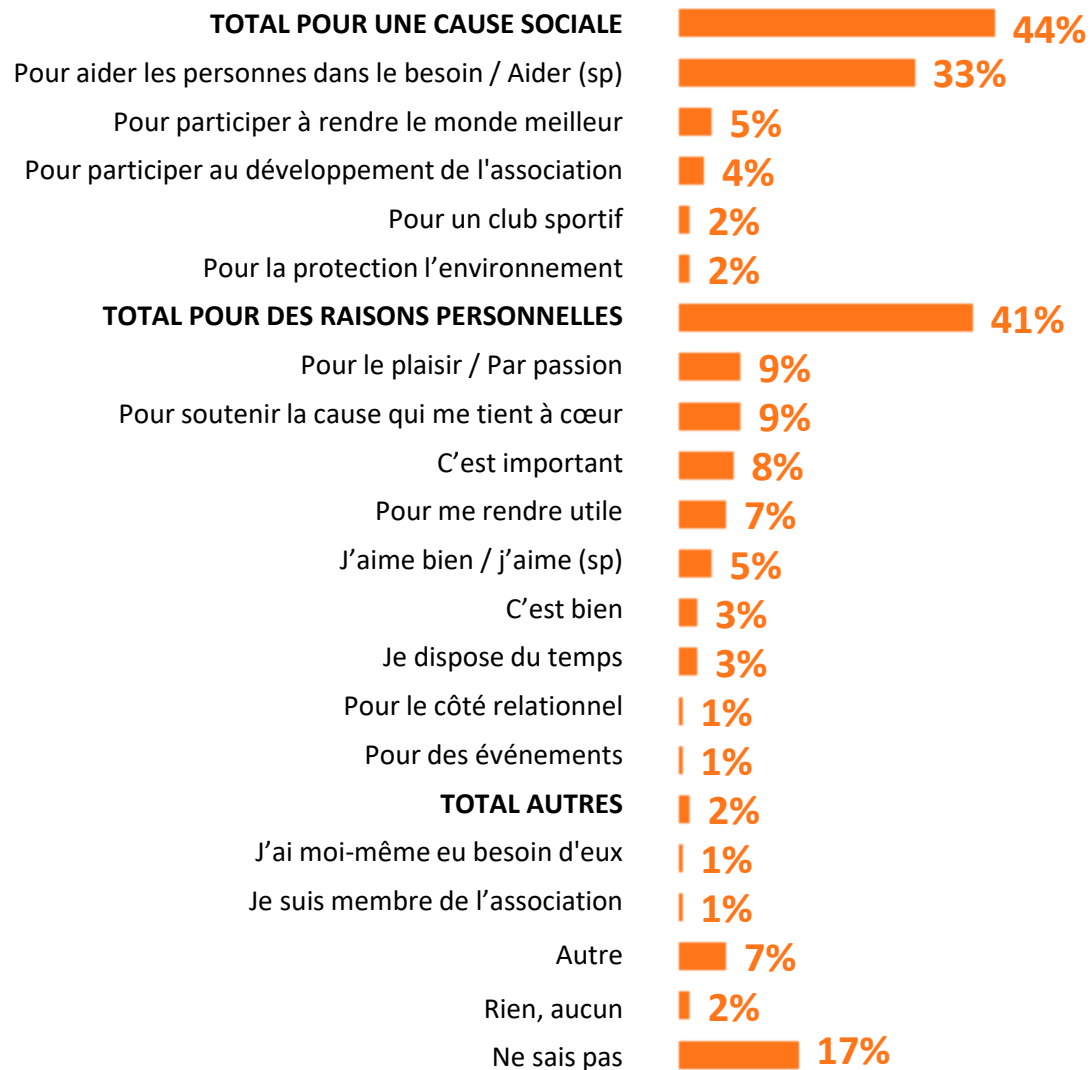
Les raisons spontanées de l'engagement

Q: Pour quelles raisons, donnez-vous bénévolement de votre temps au sein d'une association ?

Base : les répondants qui donnent du temps au moins occasionnellement pour des actions humanitaires, soit **41%** de l'échantillon



Jeunes



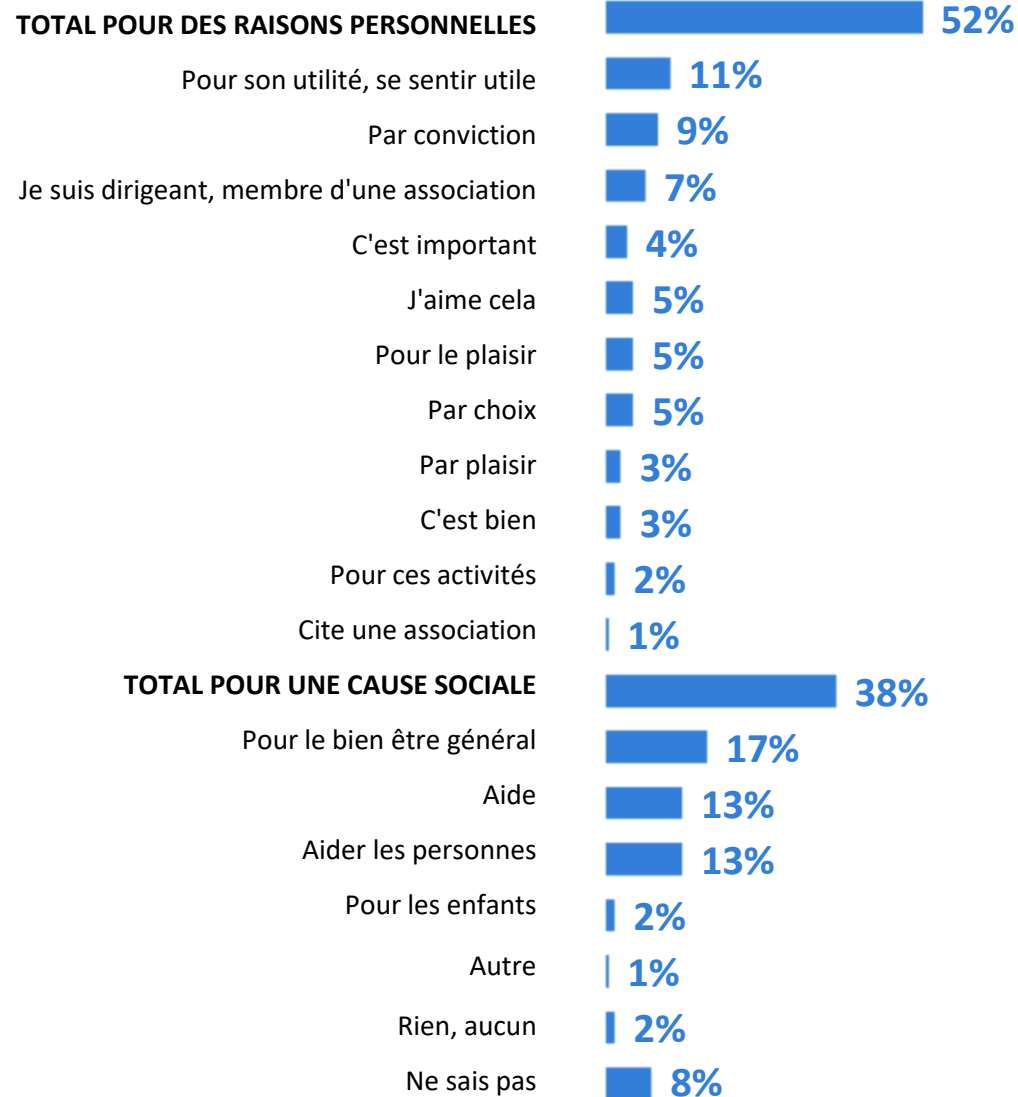
Les raisons spontanées de l'engagement

Q: Pour quelles raisons, donnez-vous bénévolement de votre temps au sein d'une association ?

Base : les répondants qui donnent du temps au moins occasionnellement pour des actions humanitaires, soit **33%** de l'échantillon



Français âgés de plus de 30 ans



Les raisons du non-engagement

Q: Pour quelles raisons, ne donnez-vous bénévolement jamais ou que très peu de votre temps au sein d'une association ?

Base : les répondants qui donnent rarement ou jamais du temps pour des actions humanitaires, soit 59% de l'échantillon



Jeunes



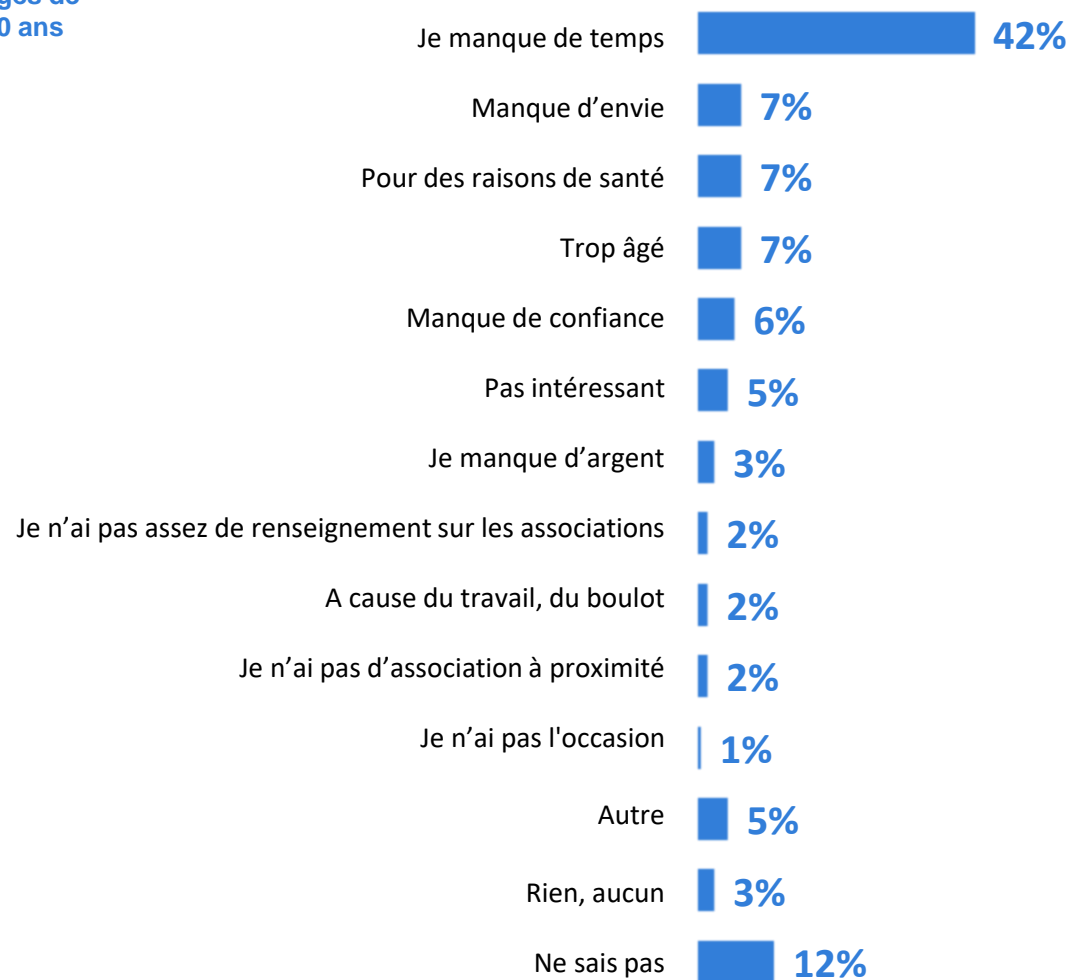
Les raisons du non-engagement

Q: Pour quelles raisons, ne donnez-vous bénévolement jamais ou que très peu de votre temps au sein d'une association ?

Base : les répondants qui donnent rarement ou jamais du temps pour des actions humanitaires, soit **67%** de l'échantillon



Français âgés de plus de 30 ans

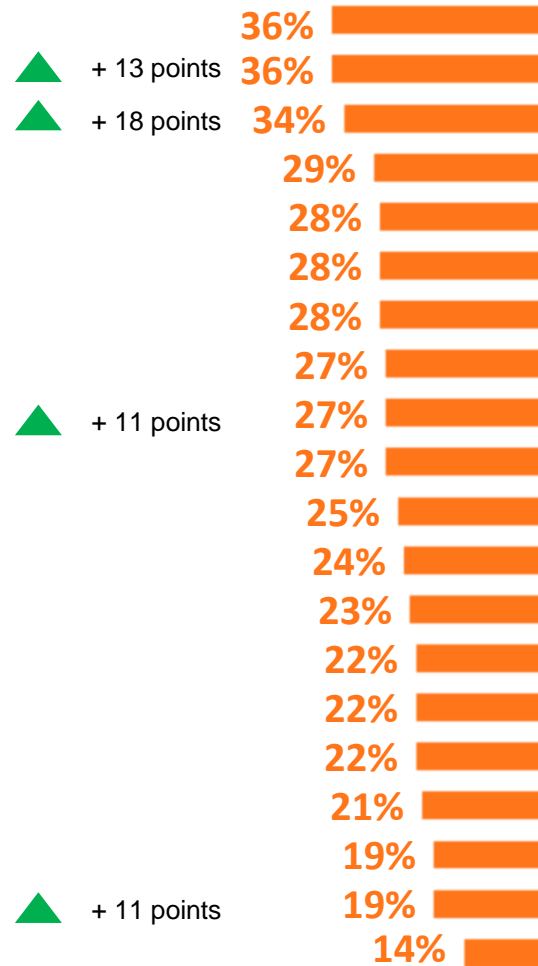


L'ENGAGEMENT EN FAVEUR DE DIFFERENTES CAUSES

Q: Etes-vous actuellement engagé en faveur de chacune des causes suivantes? Par engagement nous voulons dire que vous êtes bénévole au sein d'une association qui défend cette cause, donateur régulier ou qu'il vous arrive de participer à des manifestations de soutien à cette cause.



Jeunes



Total des OUI

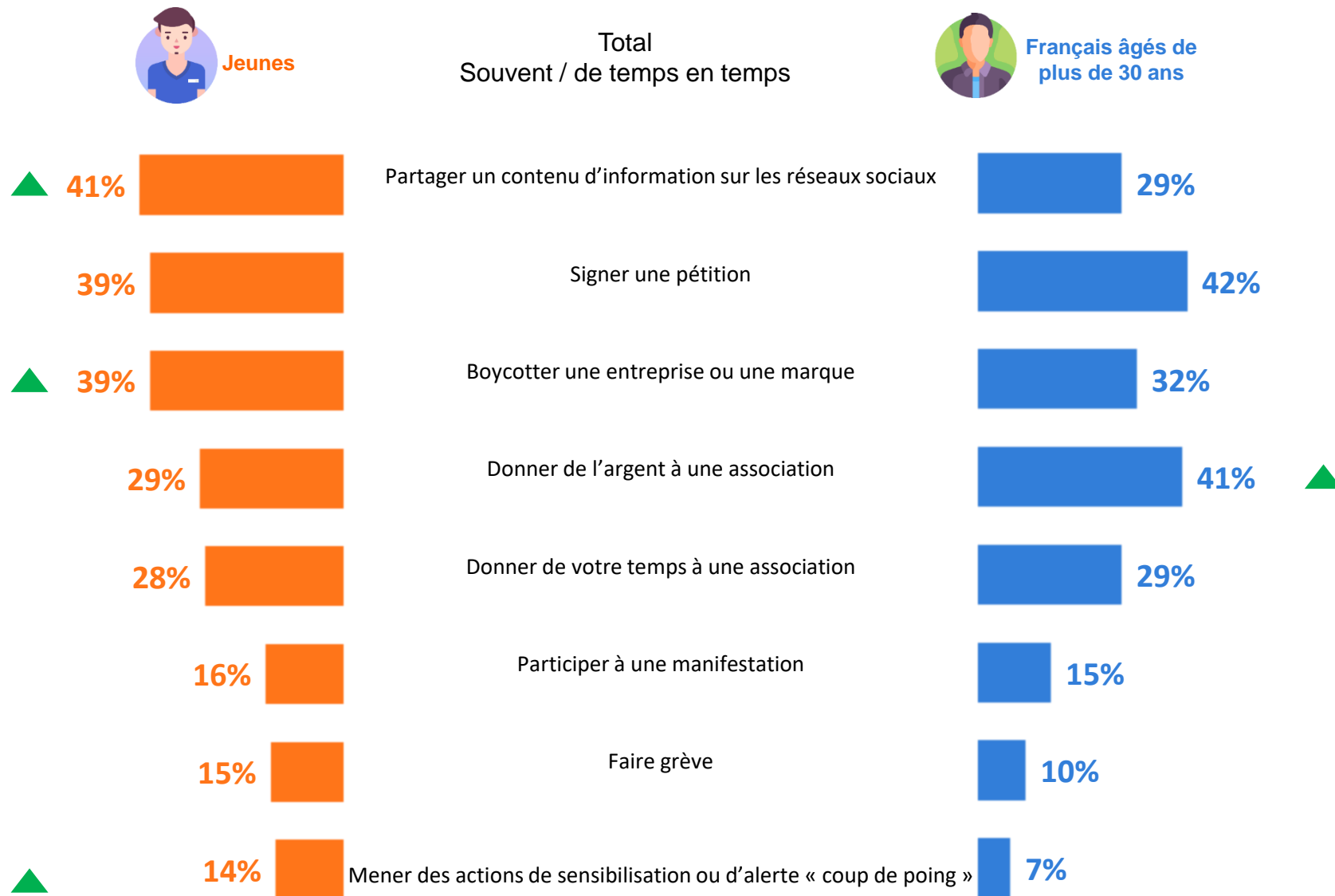


Français âgés de plus de 30 ans



LE RECOURS À DIFFÉRENTS MODES D'ENGAGEMENT

Q: Vous personnellement, vous arrive-t-il de... ?



L'EFFICACITÉ PERÇUE DE DIFFÉRENTS MODES D'ENGAGEMENT

Q: Et pour chacun des moyens suivants, diriez-vous qu'il est efficace ou pas efficace pour défendre une cause ?

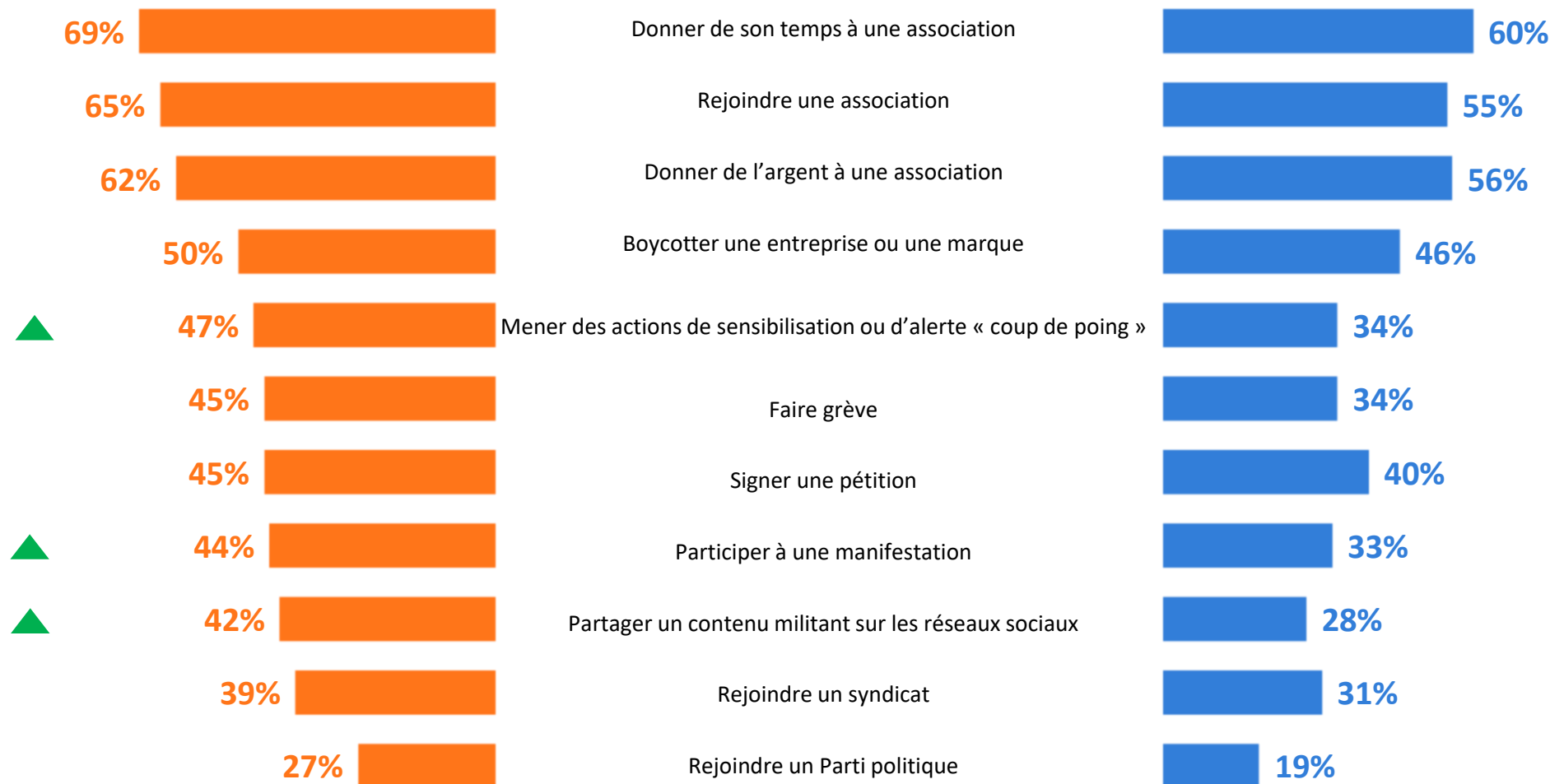


Jeunes



Français âgés de plus de 30 ans

TOTAL Efficace



LES MODES D'ENGAGEMENT PLUS UTILISES ET PERCUS COMME PLUS EFFICACES PAR LES JEUNES



Partager un contenu militant sur les réseaux sociaux

41% des jeunes l'ont fait (29% des plus de 30 ans)
42% estiment que c'est un moyen efficace (28% pour les plus de 30 ans)



Boycotter une entreprise ou une marque

39% des jeunes l'ont fait (32% des plus de 30 ans)
50% estiment que c'est un moyen efficace (46% pour les plus de 30 ans)



Mener des actions coup de poing

14% des jeunes l'ont fait (7% des plus de 30 ans)
47% estiment que c'est un moyen efficace (34% pour les plus de 30 ans)

3

La propension à s'engager



LA PROPENSION À ACCORDER PLUS DE TEMPS AU COURS DES PROCHAINS MOIS À UNE ACTION HUMANITAIRE

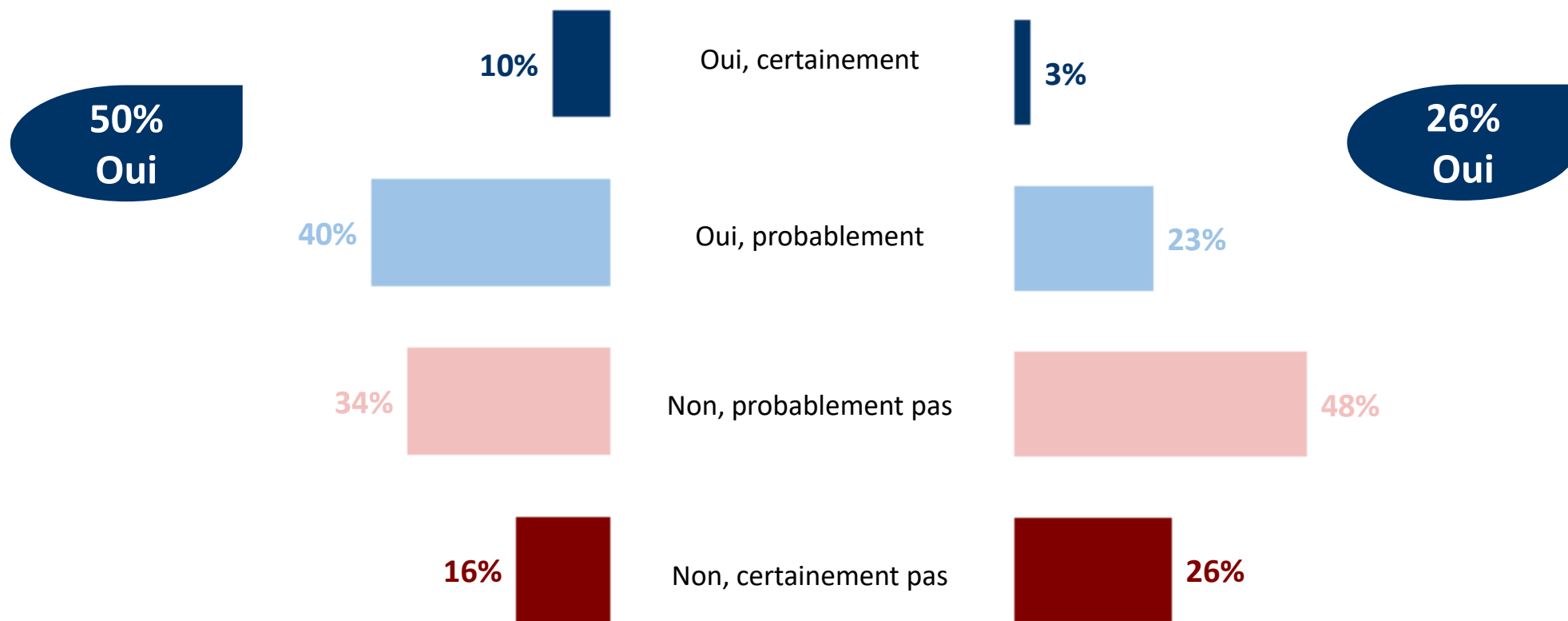
Q: Dans les prochains mois, souhaitez-vous accorder plus de temps à une action humanitaire/caritative?



Jeunes



Français âgés de plus de 30 ans



LA PROPENSION À ACCORDER PLUS DE TEMPS AU COURS DES PROCHAINS MOIS À UNE ACTION HUMANITAIRE



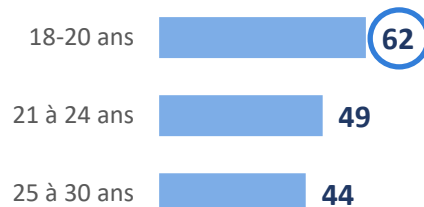
Q: Dans les prochains mois, souhaitez-vous accorder plus de temps à une action humanitaire/caritative?

50% des jeunes souhaitent accorder plus de temps pour une action humanitaire

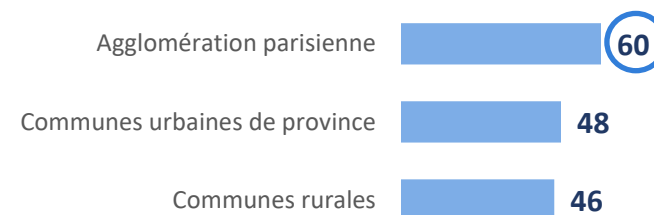
Selon le sexe



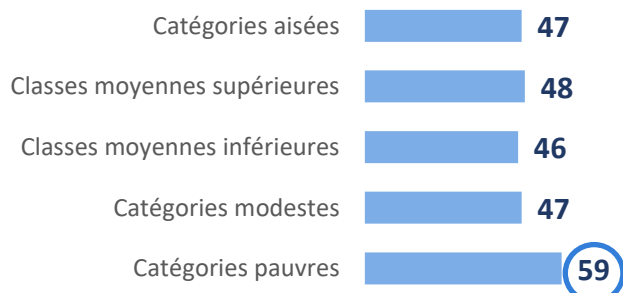
Selon l'âge



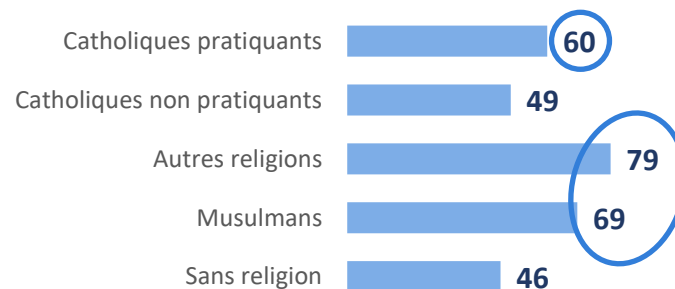
Selon la catégorie d'agglomération



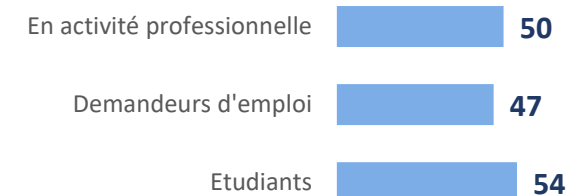
Selon le niveau de revenus



Selon la religion



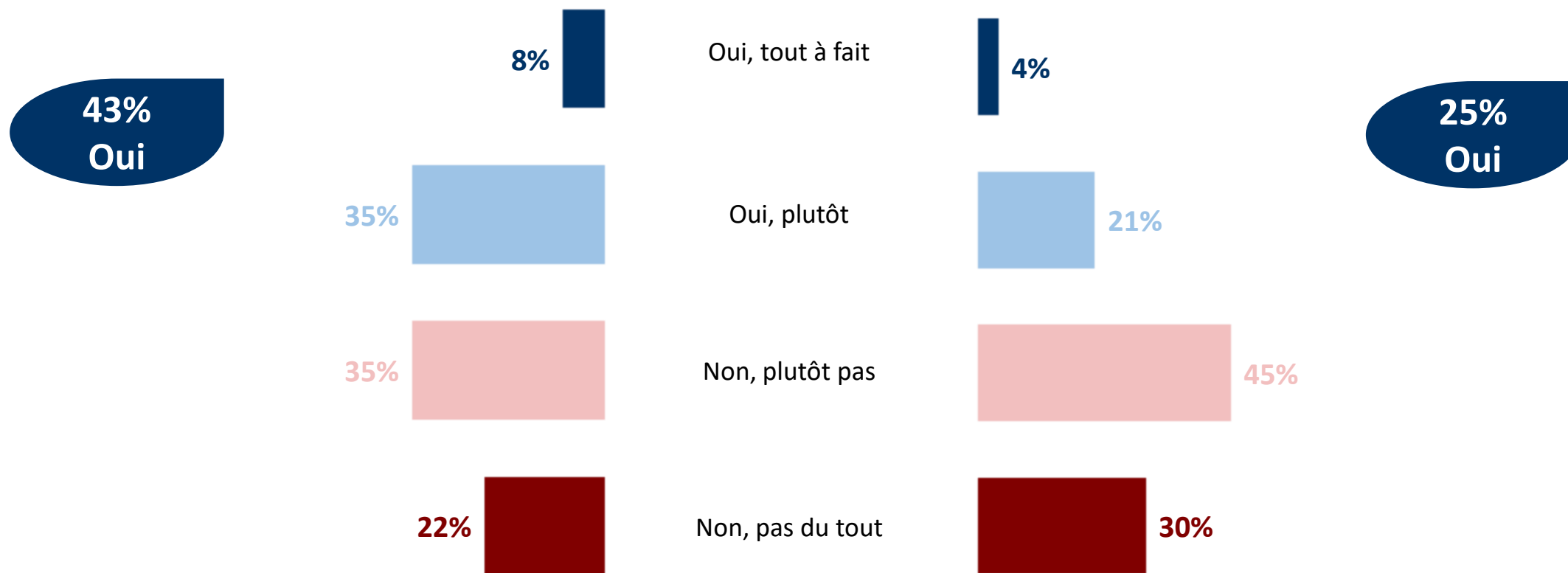
Selon le statut



L'IMPACT DE LA CRISE SANITAIRE SUR LE SOUHAIT DE CONSACRER DU TEMPS À DES ACTIONS HUMANITAIRES



Q: Et diriez-vous que la crise sanitaire a renforcé votre souhait de donner du temps et de participer à des actions humanitaires/caritatives?



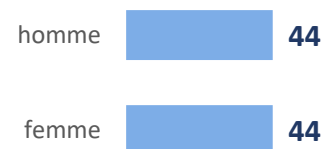
L'IMPACT DE LA CRISE SANITAIRE SUR LE SOUHAIT DE CONSACRER DU TEMPS À DES ACTIONS HUMANITAIRES



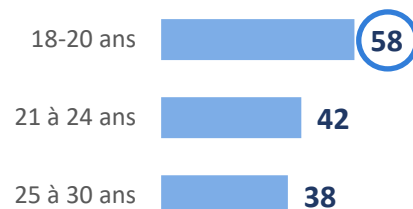
Q: Et diriez-vous que la crise sanitaire a renforcé votre souhait de donner du temps et de participer à des actions humanitaires/caritatives?

43% des jeunes indiquent que la crise sanitaire a renforcé leurs souhaits de donner du temps et de participer

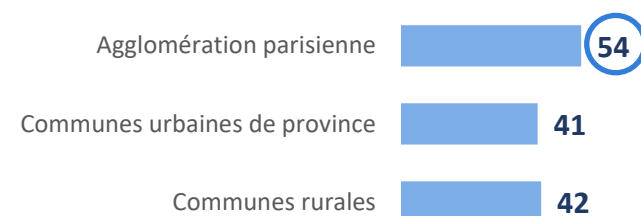
Selon le sexe



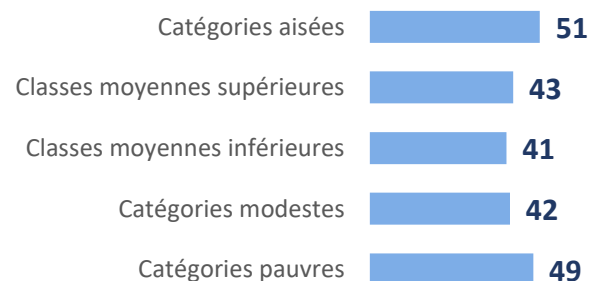
Selon l'âge



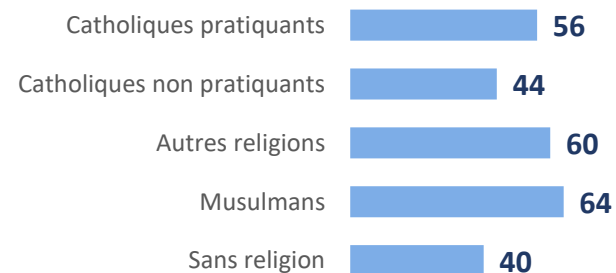
Selon la catégorie d'agglomération



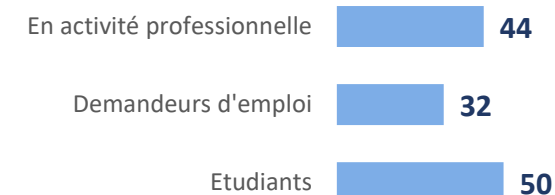
Selon le niveau de revenus



Selon la religion



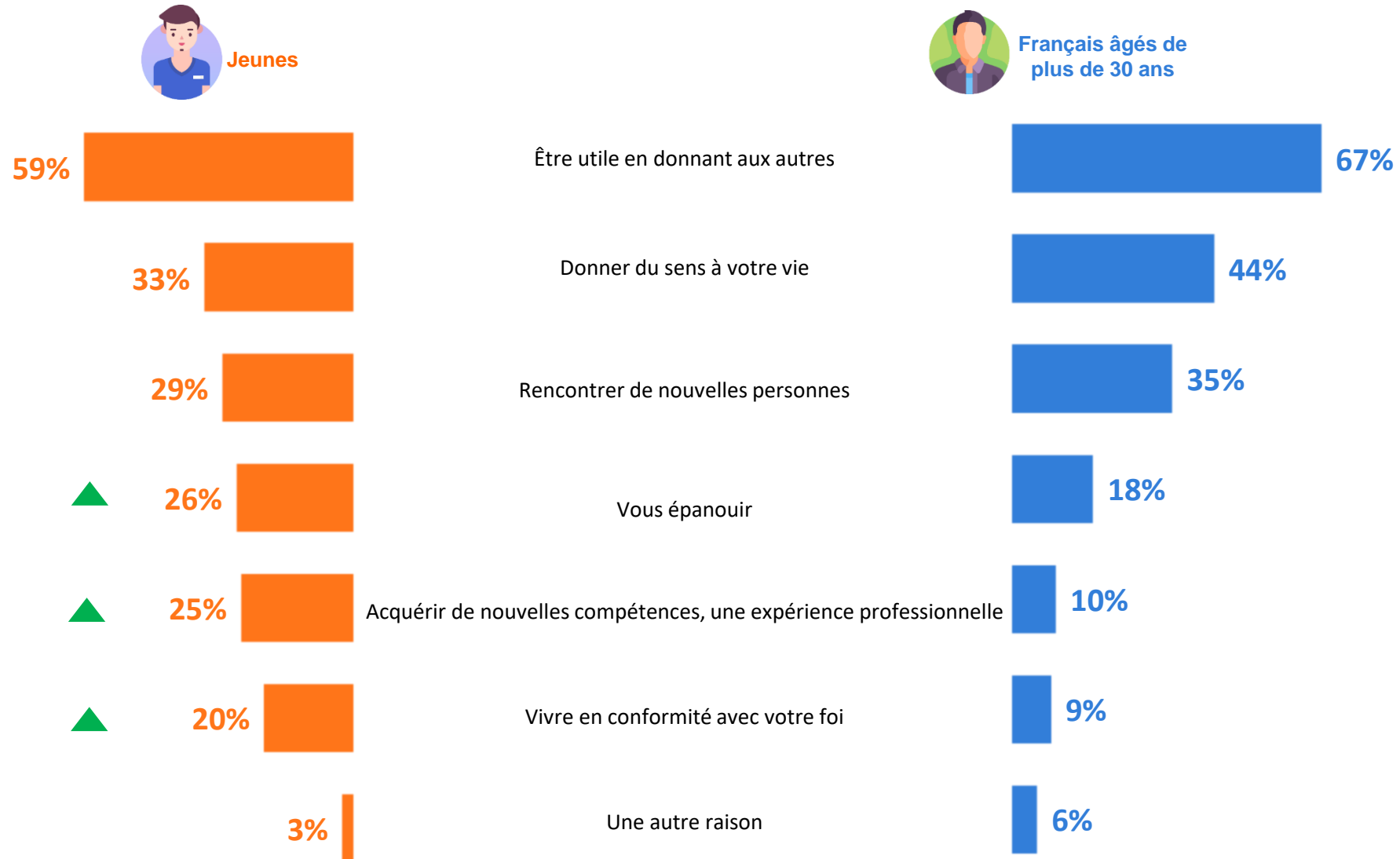
Selon le statut



LES RAISONS DU SOUHAIT DE PARTICIPATION ACCRUE À DES ACTIONS HUMANITAIRES

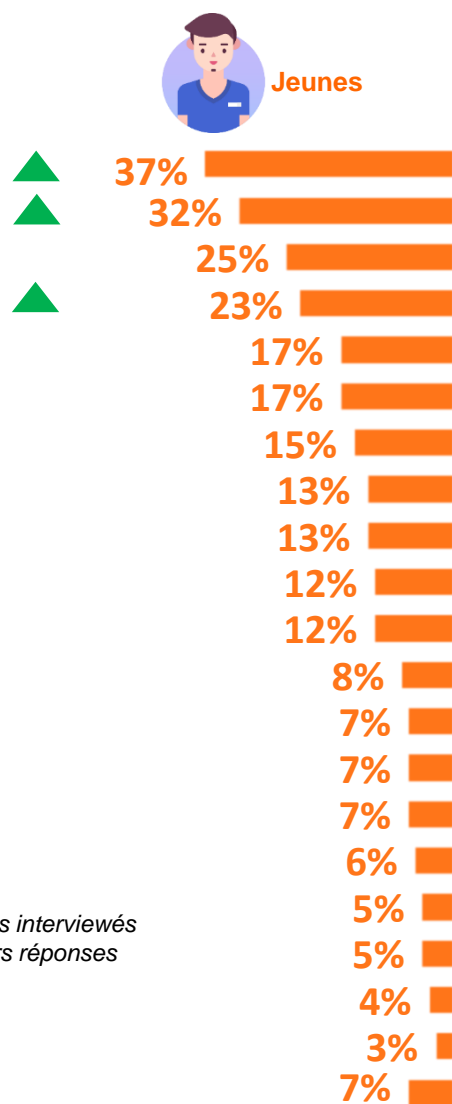
Q: Pour quelle(s) raison(s) souhaiteriez-vous accorder plus de temps à des actions humanitaires dans les mois à venir?

Base : les répondants qui souhaitent accorder plus de temps dans les mois à venir à une action humanitaire/caritative, soit **50%** de l'échantillon jeunes et **29%** de l'échantillon grand public



LES DOMAINES SUSCITANT LE PLUS DE SOUHAIT D'ENGAGEMENT

Q: Parmi les domaines suivants, quelles sont ceux pour lesquels vous seriez le plus à même de vous engager (par exemple en devenant bénévole dans une association) ?



Total supérieur à 100%, les interviewés ayant pu donner plusieurs réponses

Total des citations



LES FREINS À UN ENGAGEMENT ACCRU AU SEIN D'UNE ASSOCIATION

Q: Quels sont les principaux freins qui pourraient vous empêcher de donner de votre temps au sein d'une association?



Jeunes



Français âgés de plus de 30 ans



LES PROPOSITIONS SUSCEPTIBLES D'INCITER LE PLUS À S'ENGAGER

Q: Parmi les propositions suivantes destinées à favoriser l'engagement associatif, quelles sont celles qui seraient le plus à même de vous inciter à vous engager?

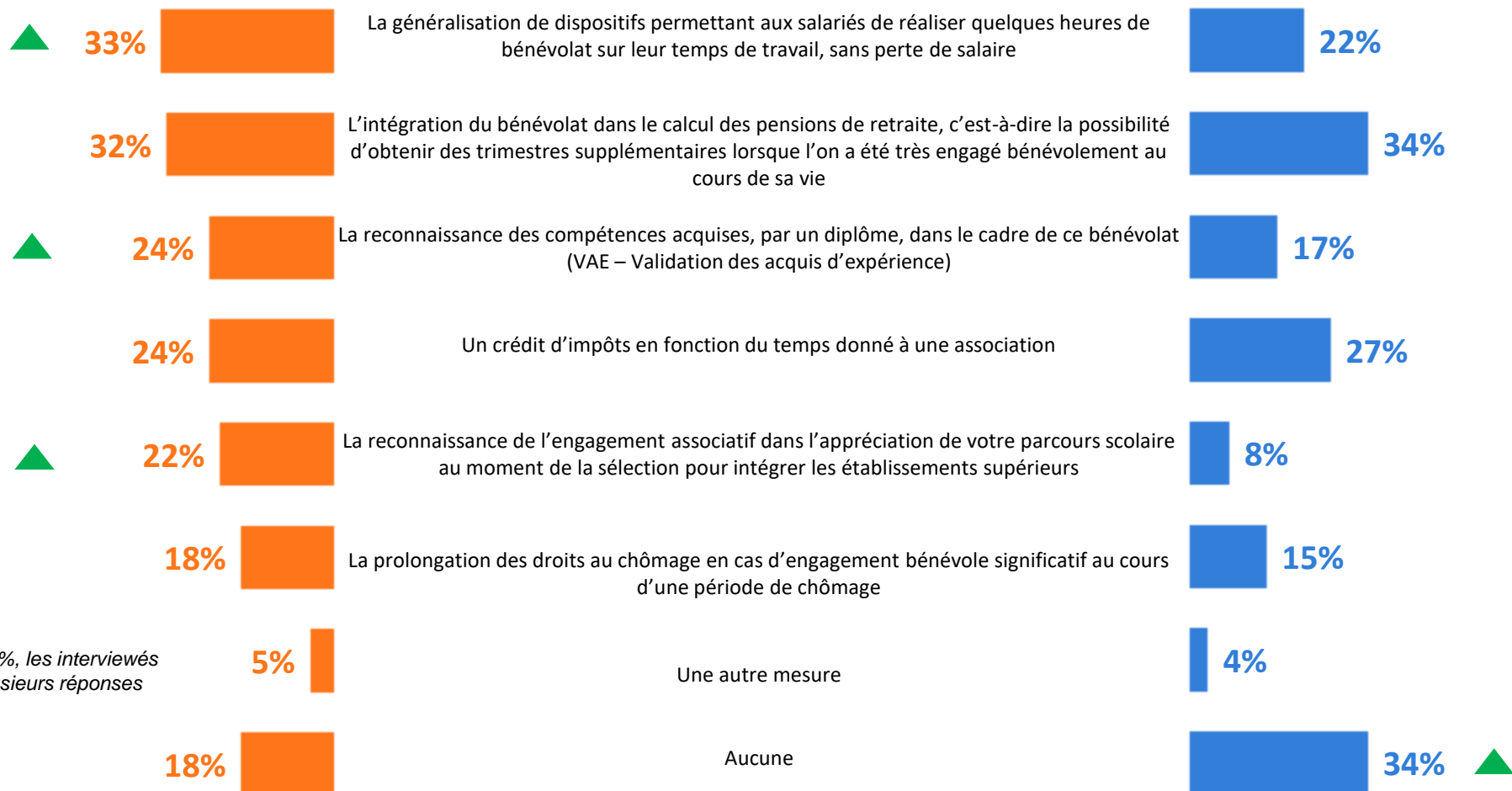


Jeunes

Total des citations



Français âgés de plus de 30 ans



Total supérieur à 100%, les interviewés ayant pu donner plusieurs réponses

4

Les représentations à l'égard de l'engagement



LE SENTIMENT QUE L'ENGAGEMENT RENVOIE PLUTÔT À UNE ATTITUDE INDIVIDUELLE OU COLLECTIVE



Q: Quand vous pensez au fait d'être « engagé », diriez-vous que cela renvoie pour vous plutôt... ?



Jeunes



Français âgés de plus de 30 ans

61%



A une attitude, un comportement individuel au quotidien
(respecter sa parole, être responsable, s'investir...)

64%



39%



A un engagement au sein d'une structure collective
(rejoindre une association, un Parti Politique, un syndicat,
s'engager dans l'armée...)

36%



L'ADHÉSION À DIFFÉRENTES AFFIRMATIONS RELATIVES À L'ENGAGEMENT

Q: Pensez-vous que l'engagement concret pour agir en faveur d'une cause est une pratique... ?



Jeunes



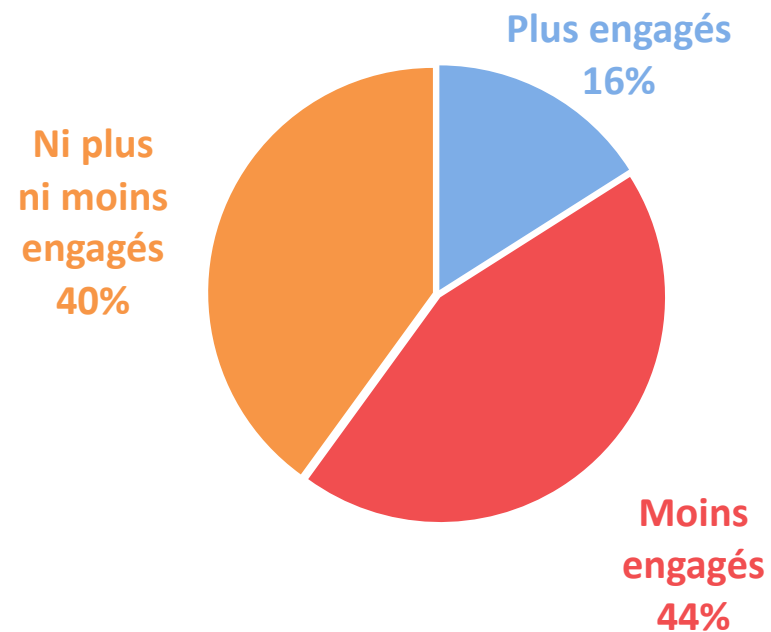
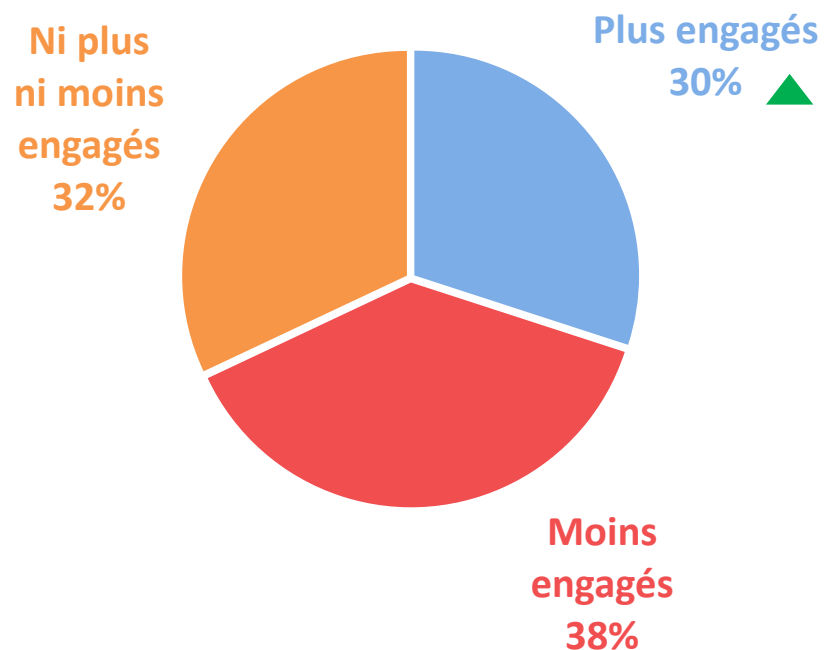
Français âgés de plus de 30 ans

Total des OUI



LE SENTIMENT QUE LES JEUNES FRANÇAIS SONT AUJOURD'HUI PLUS OU MOINS ENGAGÉS QUE LES JEUNES DES GÉNÉRATIONS PRÉCÉDENTES

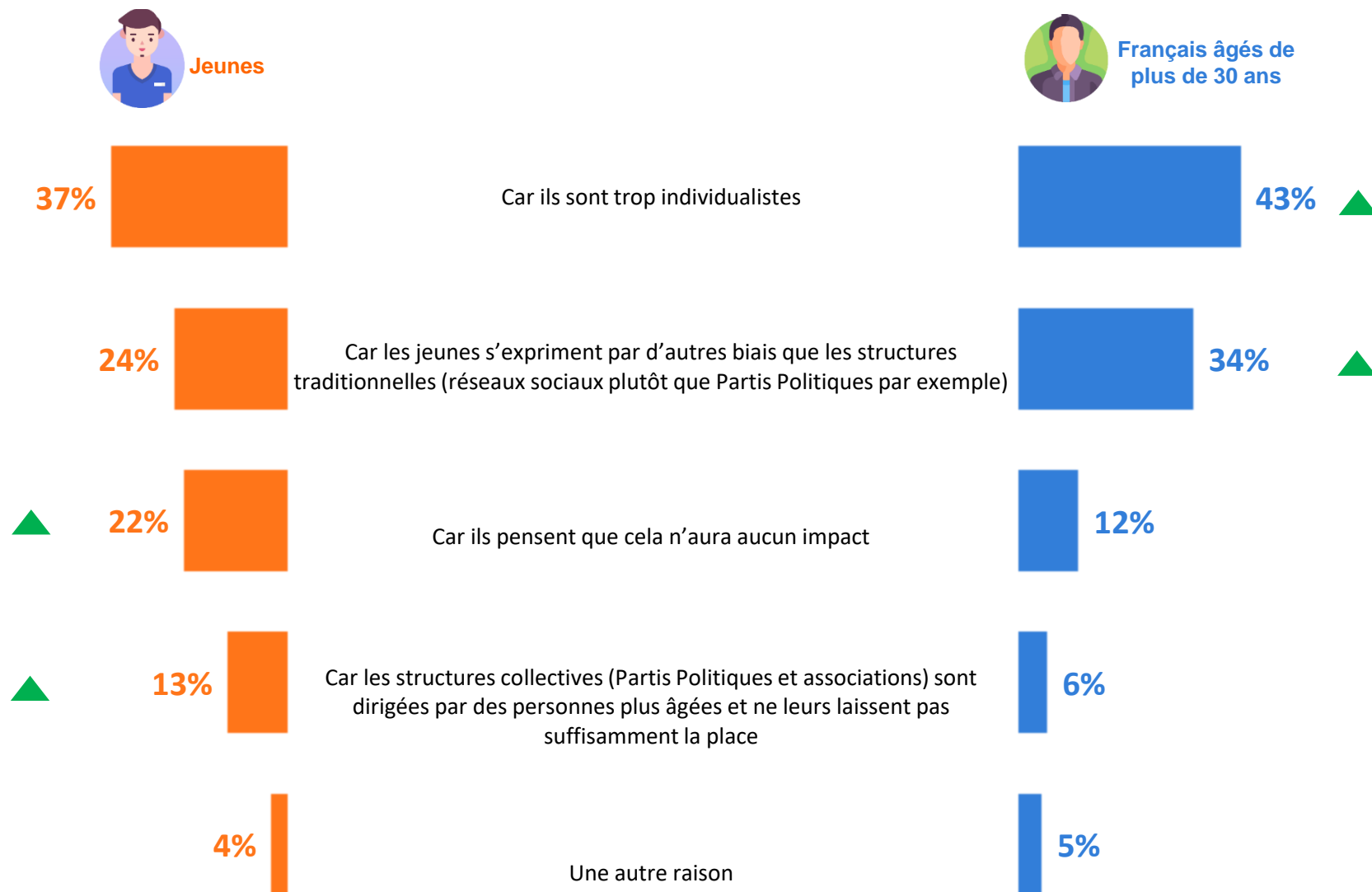
Q: Diriez-vous que les jeunes Français aujourd'hui sont plus ou moins engagés que les jeunes des générations précédentes ?



LES RAISONS D'UN MOINDRE ENGAGEMENT DES JEUNES PAR RAPPORT AU PASSÉ

Q: Comment est-ce que vous expliquez que les jeunes ne s'engagent plus autant que par le passé ?

Base : les répondants qui pensent que les jeunes sont moins engagés que par le passé, soit 38% des jeunes et 44% des Français



LE SENTIMENT QUE SA GÉNÉRATION EST DIFFÉRENTE

Q: Diriez-vous que votre génération est différente...?



81%



De celle de vos parents

78%





Les principaux enseignements



« Notre jeunesse aime le luxe, elle est mal élevée, elle se moque de l'autorité et n'a aucune espèce de respect pour les anciens. Nos enfants d'aujourd'hui sont des tyrans. Ils ne se lèvent pas quand un vieillard entre dans une pièce, ils répondent à leurs parents et ils sont tout simplement mauvais. ». Cette phrase n'a pas été prononcée en 2022 par un homme politique ou un essayiste mais a été énoncée par Socrate environ 470 ans avant J.C. Elle est intéressante car elle montre que de tout temps, les jeunes ont été dépeints par leurs aînés comme étant rongés par l'irrespect, la paresse ou encore l'égoïsme. Si rien ne relève plus d'un « fantasme de vieux » que de croire que les jeunes seraient différents, certains éléments montrent néanmoins que sur certains sujets, les jeunes sont en rupture avec les générations plus âgées. Ils sont aussi de plus en plus désaffiliés des grands partis traditionnels et boudent les principaux scrutins électoraux. Ainsi, lors de l'élection présidentielle de 2022, près de 40% des moins de 25 ans se sont abstenus contre seulement 22% des Français âgés de plus de 65 ans. Désengagés du jeu politique traditionnel, la jeunesse française apparaît pourtant en pointe de certains grands mouvements sociétaux. La jeunesse française est paradoxale. Pour certains, elle est addictive aux réseaux sociaux et rongée par le narcissisme. Pour d'autres, elle est à la pointe de l'engagement sur les nouveaux combats culturels tels que le féminisme ou l'antiracisme. Alors, les moins de 30 ans sont-ils la génération « Tik Tok » ou la « génération climat » ? Peut-être les deux. Nous avons mené l'enquête pour savoir si les jeunes étaient plus engagés que leurs aînés. La force de ce dispositif réside dans le fait que cette étude a été construite selon un principe d'enquêtes miroirs. Nous avons ainsi interrogé – de façon simultanée – deux échantillons. Le premier – notre cœur de cible – est constitué de 1000 répondants âgés de 18 à 30 ans. Le second est un échantillon témoin représentatif de la population française dans son ensemble. Les questions ont été administrées à l'identique aux deux échantillons afin d'identifier des convergences ou au contraire des divergences entre les jeunes et les générations plus âgées. La taille conséquente de l'échantillon de 18-30 ans – 1000 répondants – permet de prendre en compte le caractère pluriel de la jeunesse française. Les résultats ont ainsi été analysés selon les grandes variables socio-démographiques (le genre, l'âge), socio-économiques (le statut, la catégorie socio-professionnelle, le niveau de revenus) ou encore géographiques (la région ou la catégorie d'agglomération).

Une jeunesse préoccupée par le pouvoir d'achat et plus sensible à la question environnementale

Premier enseignement de cette enquête, la jeunesse française est préoccupée par la question du pouvoir d'achat et en cela, nous assistons à une homogénéisation des ressentis avec les générations plus âgées. 61% des 18-30 ans ont cité cette thématique comme étant un sujet de préoccupation (ils pouvaient choisir 3 sujets parmi 16 proposés), soit une proportion comparable à celle mesurée auprès des plus de 30 ans (59%). Les jeunes français se distinguent en revanche de leurs aînés par une sensibilité plus marquée à la question du dérèglement climatique, il s'agit du 2^e sujet le plus cité, et à un niveau significativement plus élevé qu'au sein des plus de 30 ans (43% contre 31%). Ils sont également significativement plus sensibles à la question des inégalités sociales (24% contre 15%) et à l'éducation (18% contre 11%), sujet qui concerne directement une partie d'entre-eux. Les moins de 30 ans ont une préoccupation moins marquée pour les questions régaliennes. 11% évoquent l'immigration illégale (contre 18% des plus de 30 ans) et 4% seulement citent la montée du fondamentalisme religieux (contre 14%). Ils estiment majoritairement que la situation est insatisfaisante sur ces sujets (73% pour la délinquance, 64% pour l'immigration illégale, 61% pour la montée du fondamentalisme religieux) mais se montrent moins critiques que les Français plus âgés. Ces derniers étant par exemple 75% à juger la situation insatisfaisante concernant la lutte contre le fondamentalisme religieux (+ 14 points par rapport aux jeunes).



Les jeunes français sont plus largement adhérents de structures associatives car ils appartiennent davantage à des clubs de sport

Un Français de 18 à 30 ans sur deux est membre d'une structure associative (52%), soit une proportion supérieure à celle mesurée parmi les plus de 30 ans (43%). Cette adhésion plus fréquente chez les jeunes s'explique notamment par le fait qu'ils sont davantage membres de clubs de sport (34% contre 20%). L'appartenance à d'autres structures est minoritaire et comparable à celle observée parmi les plus de 30 ans. Un peu moins d'un jeune sur cinq est membre d'une association culturelle (17% et 14% parmi les plus de 30 ans), d'une association de défense d'une cause (16% contre 11%), d'une association humanitaire ou caritative (15% contre 13%), d'un syndicat (12% contre 10%), d'un Parti politique (11% contre 6%), de la réserve des armées (11% contre 6%) ou d'un mouvement de scoutisme (8% contre 3%). L'adhésion à des structures associatives concerne davantage les jeunes hommes, ceux dotés d'un capital socio-culturel élevé et les habitants de la région parisienne, région qui compte une offre de structures associatives étoffée et où les jeunes diplômés sont largement représentés.

Les jeunes français se distinguent de leurs aînés par un engagement occasionnel plus fréquent

Les jeunes sont davantage membres d'associations car ils appartiennent plus largement à des clubs de sport, mais pour autant sont-ils plus engagés dans des causes humanitaires et caritatives ? Nous avons tenté de répondre à cette question grâce à un indicateur portant sur la fréquence d'engagement bénévole au service d'une organisation ou d'une association. Les résultats montrent que la proportion de jeunes ayant un engagement régulier – c'est-à-dire donnant quelques heures de leur temps chaque semaine – est sensiblement la même qu'au sein des générations plus âgées (12%). Les jeunes se distinguent en revanche par un engagement occasionnel plus fréquent : ils sont 29% à donner du temps quelques heures chaque mois (14%) ou à une période précise (15%), soit une proportion supérieure à celle mesurée parmi les plus de 30 ans (21%). Relevons par ailleurs que la proportion de jeunes indiquant ne jamais s'engager (44%) est inférieure à celle mesurée auprès des plus de 30 ans (54%). Les jeunes hommes (16%), et les habitants de la région parisienne sont plus nombreux (16%) à avoir un engagement associatif hebdomadaire. Mais ce sont les jeunes catholiques qui constituent le public le plus engagé : 29% des jeunes catholiques pratiquants donnent du temps toutes les semaines. Mais ces derniers ne représentent que 5% des jeunes français.

L'engagement occasionnel passe par le recours accru à des modes d'engagement alternatifs

Si les jeunes se distinguent de leurs aînés par un engagement occasionnel accru, c'est probablement car ils adoptent plus largement certains moyens d'expression (et de contestation) ponctuels. Alors qu'ils ont grandi avec internet et les réseaux sociaux, ils sont plus enclins à partager des contenus engagés par ce biais (41% l'ont déjà fait contre 29% des plus de 30 ans) et jugent plus largement qu'il s'agit d'un moyen efficace (42% contre 28%). Ils sont aussi plus enclins à adopter des modes d'engagement plus radicaux tels que le boycott des entreprises ou des marques (39% contre 32%) ou la mise en place d'actions coup de poing (14% contre 7%). Deux modes d'actions qu'ils sont aussi plus prompts à juger efficaces. Ils sont moins nombreux à donner de l'argent à des associations, probablement en partie car ils ont des revenus moins importants que les générations plus âgées. Car ils sont pour autant majoritairement convaincus de l'efficacité du don aux associations (62%) et plus encore de l'engagement associatif (69%). Le fait de donner du temps à une association est d'ailleurs le mode d'engagement jugé le plus efficace, loin devant l'adhésion à un syndicat (39%) ou un Parti Politique (27%).



L'engagement est davantage perçu par les jeunes comme étant un moyen d'épanouissement et d'acquisition de compétences

La volonté d'être utile constitue le principal motif d'engagement aussi bien pour les jeunes (59%) que pour les plus de 30 ans (67%). Mais alors que ces derniers se distinguent par le souhait de donner du sens à leur vie (44% contre 33% pour les moins de 30 ans), les jeunes sont plus nombreux à souhaiter s'engager pour s'épanouir (26% contre 18%), acquérir des nouvelles compétences (25% contre 10%) ou vivre en conformité avec leur foi (20% contre 9%). Alors qu'ils perçoivent un peu plus l'engagement comme un moyen d'acquérir des compétences, les jeunes sont plus nombreux à souhaiter qu'il puisse s'intégrer dans le parcours professionnel ou éducatif. La généralisation de dispositifs permettant aux salariés de réaliser quelques heures de bénévolat sur leur temps de travail est ainsi davantage citée par les jeunes (33% contre 22%), ces derniers évoquent aussi plus largement la reconnaissance des compétences acquises, par un diplôme, dans le cadre de ce bénévolat (24% contre 17%).

Les jeunes sont davantage enclins à s'engager pour les nouveaux combats culturels

Les jeunes sont plus préoccupés par la question environnementale, ils sont aussi plus largement enclins à s'engager en faveur de cette cause. Un tiers des 18-30 ans indiquent qu'ils aimeraient s'engager en faveur de l'environnement (32%) contre seulement un quart pour les plus de 30 ans (25%). Cette cause est la 2^e la plus largement citée, juste derrière la protection des animaux. Cette thématique est également davantage évoquée par les jeunes (37% contre 27%). Loin d'être anecdotique, le soutien des jeunes à la question animale montre une évolution générationnelle importante sur cette question. En témoigne, l'apparition d'un parti animaliste au dernier scrutin européen ou encore la montée en puissance du débat sur l'interdiction de la corrida. Les résultats de l'enquête montrent également une sensibilité très marquée des jeunes à la question féministe. Un quart des sondés indiquent qu'ils aimeraient s'engager pour défendre les droits des femmes (23%), soit une proportion là-encore supérieure à celle mesurée parmi les plus de 30 ans (14%). Alors qu'au sein de l'ensemble de la population française, les femmes sont à peine plus nombreuses que les hommes à citer cette thématique (16% contre 12%), au sein de la population des 18-30 ans, un clivage de genre majeur s'observe (34% contre 12%). Autrement dit, les jeunes femmes sont les fers de lance de ce combat féministe.



Les résultats de cette étude montrent que la proportion de jeunes ayant un engagement associatif fréquent est sensiblement la même que celle observée parmi les générations plus âgées. Les 18-30 ans sont en revanche plus nombreux à se sentir engagés en faveur de différentes causes, probablement car ils ont en fait une appréciation plus large de ce qu'est l'engagement. Engagement qui passe notamment par des actions ponctuelles.

Ils ont grandi avec internet et les réseaux sociaux, sont familiarisés avec les outils digitaux et n'hésitent pas à partager des contenus militants. Ils sont aussi un peu plus enclins que leurs aînés à adhérer à des modes d'engagement plus radicaux. Mais ces modes d'engagement séduisent qu'une part minoritaire des 18-30 ans. Probablement qu'une forme de radicalité a d'ailleurs toujours existé au sein de la jeunesse. Le principal clivage générationnel entre les jeunes et leurs aînés réside sans doute dans les thématiques pour lesquelles ils seraient prêts à s'engager. Féminisme, environnement, condition animale, les 18-30 ans adhèrent davantage aux nouveaux combats culturels de la gauche. Associations, Partis politiques et marques devront en tenir compte s'ils espèrent les séduire.