

**La France bénévole 2015, ou « Les mille et une façons d'agir »**  
**12<sup>ème</sup> édition – Juin 2015**

*Les comportements bénévoles évoluent. Les initiatives individuelles et collectives en faveur de la solidarité se multiplient et prennent des formes nouvelles, aidées par les potentialités qu'offre le numérique. Les associations, dont le rôle est essentiel pour la vitalité du lien social, doivent s'adapter à ces changements parfois profonds. L'angle choisi pour cette 12<sup>ème</sup> édition de La France bénévole est destiné à les y aider. Elle présente les résultats d'une enquête à l'attention des bénévoles, et pour la première fois, ouverte aussi à celles et ceux qui ont des relations avec les associations, comme adhérents ou comme donateurs. Leurs différences et leurs similitudes sont mises au grand jour et ouvrent des pistes de réflexion nouvelles sur leur désir de s'engager, notamment au service des associations.*

**Périmètre de l'étude et méthodologie :** Enquête réalisée en ligne entre le 6 mars et le 17 avril 2015 auprès de 3017 personnes. En correspondance stricte avec les résultats de l'enquête BVA – 2010, qui donne une répartition précise des Français, pour les relations qu'ils entretiennent avec les associations : en tant que donateurs non adhérents (22% des Français), en tant qu'adhérents non bénévoles (23%), en tant que bénévoles n'occupant pas de fonctions de direction (15% des Français), ou dirigeants associatifs (7%). Résultats croisés avec les critères relatifs au genre, à l'âge, à la situation familiale, à l'activité, à la région et à l'implantation en milieu rural ou en milieu urbain.

Dans une société en mal de cohésion sociale, ces témoignages de plus de 3000 « acteurs », donnent de belles raisons d'espérer pour demain. Qu'ils agissent en lien direct ou indirect avec les associations, **les donateurs, les adhérents, les bénévoles et les dirigeants représentent en fait les deux-tiers des Français**. Ils sont également en liens sociaux et solidaires avec leurs voisins, amis et collègues. Ils sont très présents sur Internet pour échanger et se mobiliser si besoin. Ils sont aussi actifs auprès d'écoles, de mairies ou de façon informelle dans leur quartier ou leur village.

Dans l'ensemble, par comparaison avec l'enquête CEVIPOF (février 2015), ils sont **deux fois plus enthousiastes** que l'ensemble des Français (16% contre 8%), et **presque trois fois plus confiants** (28% contre 11%).

Les quatre mots que préfèrent ces acteurs sont *responsable, solidaire, bénévole* et *citoyen*, bien avant *militant* ou encore *charitable*. Et ils sont **particulièrement motivés par le terme engagement**.

Outre de fortes motivations « *pour soi* », que l'on connaît et qui sont tout à fait légitimes de la part des **adhérents** des associations, **l'aspiration à devenir bénévole** est affirmée, par près de **30%** d'entre eux. Aspiration que l'on pressent dans leurs opinions et leurs comportements, bien souvent proches de ceux des bénévoles. Sachant que ces personnes représentent environ 23% des Français, c'est un vivier précieux pour le renforcement des ressources humaines de beaucoup d'associations.

Un bémol toutefois à rappeler : si **45% des Français adhèrent à une association**, cette proportion varie de **30%**, **parmi les personnes dont la formation est la plus modeste, jusqu'à 60% parmi les Bac + 4**. Une fracture associative qui mérite une réflexion urgente...

Etude en ligne sur [www.recherches-solidarites.org](http://www.recherches-solidarites.org)

Réalisée avec le soutien de Pro bono Lab, de la Fondation EDF et du ministère en charge de la vie associative.