

Les Jeunes et l'engagement (novembre 2024)

- Les principaux enseignements -

1) De même qu'en 2022, le pouvoir d'achat est la première source de préoccupation des 18-25 ans

La hausse des prix apparaît toujours en 2024 comme l'évènement le plus marquant chez les jeunes âgés de 18 à 25 ans (53%), même si dans une moindre proportion qu'en 2022 (- 7 pts). Dans ce contexte, il n'apparaît guère étonnant que le pouvoir d'achat soit également le premier sujet d'inquiétude (60% ; -2 pts) – bien qu'une autre préoccupation attendant au portefeuille soit significativement à la baisse : -21 pts en ce qui concerne le coût de l'énergie (cité par 27% des interviewés en 2024).

A l'heure des inondations meurtrières survenues dans le sud de l'Espagne (et dans une moindre mesure en France), les inondations et autres catastrophes climatiques se positionnent cette année comme le deuxième évènement jugé le plus marquant sur cette tranche d'âge (45% de citations).

Enfin, quelques mois après leur clôture, les Jeux Olympiques de Paris 2024 laissent toujours leur empreinte dans les esprits des jeunes Français (32%), devant les grands conflits internationaux (29% pour la guerre au Proche-Orient et 19% la guerre en Ukraine) ou évènements politiques (19% le résultat des élections législatives ; +11 pts vs 2022). En dynamique, il est intéressant de noter une attention supérieure apportée par les 18-25 ans au conflit au Proche-Orient, plutôt qu'à celui en Ukraine - alors que ce dernier était alors perçu comme le deuxième sujet le plus marquant (- 24 pts vs 2022), la guerre en Ukraine ayant débuté quelques mois plus tôt.

2) Si les jeunes Français restent particulièrement inquiets à l'égard du changement climatique, ils expriment en 2024 davantage d'inquiétudes à l'égard des sujets ayant trait aux compétences régaliennes de l'Etat

Le changement climatique et ses conséquences se positionne cette année encore comme le deuxième sujet de préoccupation chez les jeunes de 18-25 ans. Une préoccupation qui baisse toutefois de manière significative par rapport à 2022 (37% ; - 13%).

A contrario, des craintes plus affirmées émergent sur l'ensemble des sujets en lien avec les sujets régaliens, c'est-à-dire la lutte contre la délinquance (27% ; +14 pts), l'immigration (25% ; +11 pts), ainsi que la sécurité et la lutte contre le terrorisme (23% ; +11 pts).

En tête des préoccupations pendant plus de 40 ans, le chômage reste depuis 2022 à un niveau très bas (il s'agit du sujet le moins cité par les 18-25 ans ; 19%). S'agit-il néanmoins d'une préoccupation en recrudescence ? La préoccupation à l'égard du chômage remonte en effet cette année (+5 pts vs 2022), et ce, avant même que ne soient annoncés les plans sociaux chez Michelin ou Auchan (intervenu après la clôture du terrain d'enquête).

3) Malgré tout, le niveau de confiance accordé à plusieurs institutions reste inchangé

Si les sujets d'inquiétudes sont mouvants, la confiance accordée à diverses institutions reste particulièrement stable depuis 2022. 8 jeunes Français sur 10 déclarent avoir confiance dans les hôpitaux (84% ; +2 pts) et l'armée (81% ; +1 pt). A même niveau, ce sont ensuite dans l'école (70% ; - 1 pt) et la police (69% ; +2 pts) qu'ils déclarent avoir le plus confiance.

Toutefois, les avis sont beaucoup plus partagés à l'égard de la justice (46% lui font confiance ; -3 pts), des médias (31% ; +2 pts) et des élus (26% ; +2 pts).

4) L'engagement relève aujourd'hui davantage d'une aide directe et personnelle que d'un engagement collectif

Pour les jeunes Français interrogés, s'engager en 2024 c'est avant tout mener des actions directes et personnelles, comme « *aider les autres* » (61% de citations ; +17 pts), « *avoir un comportement civique et solidaire* » (59% ; -6 pts) ou « *avoir des valeurs* » (50% ; +7 pts). Les actions relevant d'un engagement collectif sont non seulement moins citées, mais tendent à la baisse en 2024, comme : « *soutenir des organismes qui mènent des actions* » (30% ; - 9 pts) ou « *participer à des actions de solidarité dans sa commune* » (28% ; -10 pts).

Pour autant, les 18-25 ans apparaissent tout aussi engagés qu'il y a deux ans (83% ont déjà expérimenté une des actions philanthropiques proposées ; stable vs 2022). Ces dernières relèvent principalement d'un don en direct (63% ; +1 pt), du bénévolat (52% ; +5 pts) ou d'un don à une association/ fondation pour soutenir une cause (50% ; +1 pt).

5) Quant aux causes défendues : les sujets environnementaux sont en recul chez les 18-25 ans

Première cause d'engagement en 2022 chez les 18-25 ans, la lutte contre le réchauffement climatique rétrograde à la deuxième position chez les jeunes français (25%), derrière l'accès aux soins et à la santé (31% ; +9 pts). Plus largement (et en cohérence avec une baisse de la préoccupation pour le réchauffement climatique) une baisse notable est enregistrée sur l'ensemble des causes ayant trait à l'environnement : - 11 pts pour la lutte contre le réchauffement climatique et -7 pts pour la préservation des ressources et de la biodiversité (15% de citations en 2024).

Dans la pratique pourtant (mais sans doute motivé également par des considérations financières), les 18-25 ans affichent de nombreuses pratiques vertueuses pour l'environnement au quotidien : 77% limitent leur consommation d'eau et d'électricité, 66% privilégient les transports en commun lorsque cela est possible, 66% réparent ou recyclent des achats au lieu de consommer du neuf. **Toutefois, la pratique de certains écogestes sont également en retrait cette année**, comme le recyclage des achats (-5 pts), consommer local (-8 pts), acheter des produits bio (-7 pts) ou acheter en vrac (-5 pts).

Parmi les autres causes d'engagement mentionnées, **la protection des animaux (domestiques et d'élevage) et l'égalité femme-homme** apparaissent particulièrement porteurs (23% de citations pour ces deux sujets) – spécifiquement chez les jeunes femmes (avec des scores allant du simple au double par rapport aux jeunes hommes pour ces deux sujets). Enfin, si l'évènement a particulièrement marqué les esprits, la cause de l'aide et l'accompagnement des personnes âgées ou des personnes en situation de handicap a peu progressé et laisse par conséquent penser que la « parenthèse enchantée » des jeux olympiques et paralympiques a peu influencé les comportements et perceptions des jeunes sur le handicap sur le long terme (17% de citations ; +4 pts).

6) Les jeunes expriment également une vigilance à l'égard des valeurs portées par les employeurs

65% des jeunes Français déclarent qu'ils ne pourraient pas travailler au sein d'une entreprise qui ne serait pas en phase avec leurs valeurs (une proportion stable par rapport à 2022). Une conviction qui semble toutefois se heurter à la question du salaire pour une part significative d'entre eux. En effet, 54% ne seraient pas prêts à diminuer leur

salaire pour atteindre cet objectif (-2 pts), et seulement 19% pourraient consentir à une baisse de 10% ou plus (-2 pts).

Sur les causes, c'est avant tout sur l'égalité femme-homme que les répondants (et a fortiori les répondantes) souhaiteraient que les entreprises s'engagent (39% de citation ; dont 51% par les jeunes femmes contre seulement 28% par les jeunes hommes). Sont ensuite mentionnés à même niveau : l'accès à l'emploi et à la formation (29%), la lutte contre les discriminations (27%) et l'accès à la santé (25%).

Constante de cette enquête, les attentes à l'égard de la lutte contre le changement climatique sont à la baisse, même à l'égard des employeurs (22% ; -13 pts).

53% des jeunes interrogés aimeraient enfin que leur entreprise (ou future entreprise) mette en place des dispositifs solidaires qui vont au-delà de ses engagements (comme par exemple du bénévolat dans une association, la possibilité de donner des jours de congés ...). Ces dispositifs semblent néanmoins encore assez peu connus : 22% des jeunes ne se prononçant pas sur ce sujet.