



LES RESSORTS DE L'ENGAGEMENT ASSOCIATIF PARISIEN

ENQUÊTE " POURQUOI ET COMMENT S'IMPLIQUE-T-ON DANS UNE ASSOCIATION À PARIS ? "

Mathilde Renault Tinacci

PLUS DE 2/3 des parisiens impliqués dans des associations expliquent leur engagement par la volonté de défendre une cause ou le besoin de se rendre utile

PRÈS DE 1 ASSO-CIATIF SUR 2 est impliqué en même temps dans plusieurs associations

PRÈS DE 35 % des bénévoles parisiens s'engagent plus de 10 heures par semaine

En 2014, la Ville de Paris réalise sa première enquête socio-économique « *Le baromètre de la vie associative* » à partir d'un questionnaire portant partiellement sur l'engagement : profil des dirigeants bénévoles, implication des associations à des dispositifs de participation citoyenne ... Pour approfondir la connaissance de l'engagement parisien, en 2017, et dans le cadre de sa thèse de doctorat à l'Université Paris Descartes consacrée à la socialisation politique dans les associations parisiennes, Mathilde Renault Tinacci a construit une nouvelle étude intitulée « *Pourquoi et comment s'implique-t-on dans une association à Paris* ».

Cette nouvelle enquête a pour objectif de comprendre les spécificités de l'engagement associatif sur le territoire parisien : les transformations de l'engagement sont-elles observables de la même façon à Paris ? Y a-t-il des différences majeures constatées ? Si oui, quelles sont-elles et comment peut-on l'expliquer ? Peut-on par ailleurs constater des différences notoires avec le territoire national entre logiques d'engagements salariés et logiques d'engagement bénévoles ?



L'ENTRÉE DANS L'ASSOCIATION

Cooptation et bouches à oreilles, moyens les plus efficaces pour déclencher de nouveaux engagements.

Entre une envie de s'engager et un engagement réel, qu'est ce qui déclenche le passage à l'acte ? Comment ce dernier s'opère-t-il et en fonction de quoi ? Presque 1/3 des répondants sont à l'origine de la création de l'association. Sans compter cette catégorie des fondateurs d'associations, 38 % des déclenchements d'engagements font suite aux conseils ou à la demande d'un proche, 21% à une campagne ou une communication de l'association (affiches, réseaux sociaux, plateforme de mise en lien) et 15% sont fonction d'une expérience associative préalable (tradition familiale ou expérience dans une autre association). La cooptation et le bouche à oreille semblent donc être proportionnellement les moyens les plus efficaces pour dé-

clencher de nouveaux engagements que ce soit dans le salariat associatif ou le bénévolat associatif comme sur l'ensemble de territoire national.

Les comparaisons avec l'échelle nationale sont rendues difficiles à cause des différences méthodologiques. Toutefois en ne s'intéressant qu'à la stricte population des bénévoles, si on compare notre enquête avec celle de *La France bénévole* de 2017 (Recherches & Solidarité), on peut voir apparaître quelques similarités dans les tendances à la cooptation par cercle de sociabilités proches et sur le lieu de travail. On note toutefois des héritages associatifs nettement moins nombreux qu'à l'échelle nationale sur le territoire parisien (10 points de moins) mais une réceptivité plus importante aux campagnes des associations notamment numérique (+ 7 points)¹.

¹ ref : La France bénévole - Edition 2017 - Recherches & Solidarité

L'engagement par cooptation favorisée par un bagage culturel et social plus important.

En effet, les cadres moyens et supérieurs et les personnes retraitées sont davantage susceptibles que les autres groupes socioprofessionnels de rentrer dans l'association via le conseil ou la demande d'un proche. Pour leur part, les personnes ayant un niveau de diplôme égal ou inférieur au bac sont davantage susceptibles que celles issues d'autres niveaux de diplômes de rentrer dans l'association grâce à une expérience associative préalable ou par tradition familiale. Quant aux personnes ayant un niveau de diplôme supérieur à Bac + 3, elles ont plus tendance que les autres à être recrutées via une campagne de sensibilisation de l'association ou sur les réseaux sociaux. On peut dire ici que l'entrée dans l'association est corrélée à une forme de légitimation sociale liée au capital culturel des personnes engagées. Il est plus facile pour

ces personnes de se dire « je pense pouvoir apporter quelque chose à la structure, à la cause, j'en suis capable » ou encore d'utiliser des outils numériques.

Les statuts maritaux et familiaux semblent par ailleurs avoir un impact sur la manière d'entrer dans l'association. Les personnes mariées ou en couple avec des enfants sont plus susceptibles de rentrer dans l'association par le biais d'un proche. Les personnes célibataires, veuves sans enfants auront à l'inverse plus tendance à être recrutées par les réseaux sociaux ou par sensibilisation scolaire ou professionnelle.

Selon sa situation familiale on s'engage dans de plus nombreuses associations et avec une intensité plus importante lorsque l'on a par ailleurs une famille ou un conjoint (71% des personnes ayant une famille s'engagent plus de 5 heures par semaine pour 66 % des célibataires sans enfant).



LES MOTIVATIONS PRINCIPALES

Une motivation majoritaire : le besoin de se rendre utile aux autres et à la société.

Le monde associatif est hétérogène, et les motivations des individus à s'y impliquer le sont tout autant. Pourquoi s'engage-t-on à Paris ? Le fait-on de manière différente en fonction du type d'association ? Y a-t-il une différence significative entre une démarche visant à devenir salarié et celle d'un bénévole ? 54.5 % des répondants choisissent comme motivation principale le besoin de se rendre utile aux autres et à la société, en deuxième, la volonté de défendre une cause essentielle et en troisième le souhait de mettre en application un projet en accord avec des valeurs. Il s'agit donc ici de "motivations pour les autres", bien qu'ayant de nombreuses

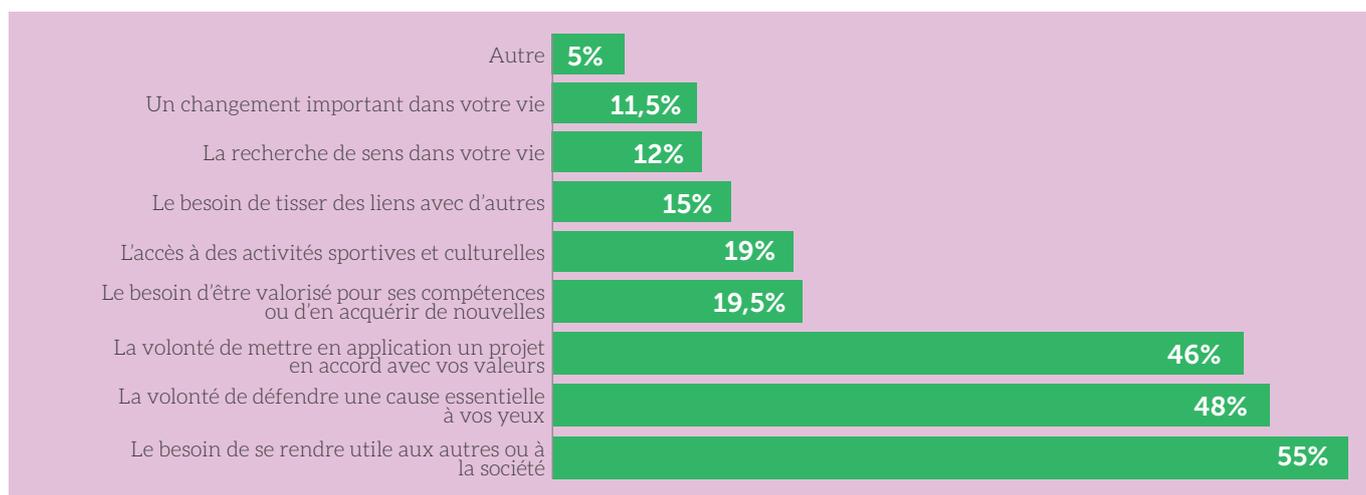
retombées personnelles, plutôt que de "motivations pour soi" qui n'arrivent qu'à partir de la quatrième position.

De manière générale, les motivations tournées "vers l'esprit public" dominent l'ensemble du graphique ci-dessous. Ainsi, par rapport au territoire national, les parisiens et les parisiennes mettent plus souvent en avant des « motivations pour les autres » (voir à ce sujet enquête de R&S)¹.

Bénévoles et salariés : des motivations différenciées.

Si l'on s'intéresse aux motivations des catégories de statuts associatifs, on s'aperçoit que le besoin

¹ ref : La France bénévole - Edition 2017 - Recherches & Solidarité



de se rendre utile aux autres ou à la société garde la première place tout en se renforçant chez les bénévoles à hauteur de 59%, mais faiblit chez les salariés associatifs, à 51%. De la même manière la volonté de défendre une cause est plus fréquente chez les bénévoles que chez les salariés alors qu'à l'inverse la recherche d'une adéquation entre ses convictions/valeurs et un projet/travail est plus importante chez les salariés (soit 31 % chez les bénévoles pour 66.5 % chez les salariés).

On remarque dans ces deux catégories pourtant – notamment chez les salariés habituellement mis de côté pour leur posture non désintéressée – un penchant certain pour les “motivations pour les autres”. Une différence notable est à pointer dans “le besoin de rencontrer de nouvelles personnes” retenu par 4.4% des salariés pour 20.1% des bénévoles. Ainsi la recherche de nouvelles sociabilités est plus largement mise en avant par les bénévoles à l'inverse des salariés pour lesquels la nature de la cause prime sur cet aspect de leur implication.

La volonté de conjuguer convictions et vie quotidienne est plus prononcée chez les plus jeunes.

Le besoin de se rendre utile est aussi important chez les jeunes actifs (25-39) que chez les plus de 60 ans. La différence la plus remarquable porte sur la volonté de mettre en application un projet en adéquation avec ses valeurs/conviction choisie. En effet, près de la moitié des trois premières classes d'âges la choisissent, alors que seulement près d'un quart des plus de 60 ans la retiennent. Par ailleurs, on remarque que les jeunes ont une tendance plus marquée à vouloir mettre en avant leur volonté d'acquérir de nouvelles compétences ou de valoriser les leurs. L'enquête de Roger Sue et de Jean Michel Peter fait part du même résultat à une échelle nationale¹. En d'autres termes, les jeunes utilisent l'association pour renforcer leurs compétences et construire leur parcours professionnel.

¹ Ref : De l'intérêt d'être bénévole - Roger Sue et Jean Michel Peter - CERLIS/CNRS

Un besoin de sociabilités et de reconnaissance pour les personnes sans activité plus important que pour les autres catégories.

Les répondants non actifs choisissent plus fréquemment l'option “le besoin de se rendre utile aux autres” (de 10% à 20% de plus que le total des différentes catégories). Le besoin de tisser des liens avec d'autres personnes ou la recherche d'intégration sociale est prépondérant chez les personnes retraitées ou sans profession. On note par ailleurs que la volonté de défendre une cause est plus marquée chez les fonctionnaires et les enseignants ainsi que chez les professions libérales. Les enseignants et fonctionnaires optent beaucoup moins souvent pour “la volonté de mettre en application un projet en adéquation avec vos valeurs/convictions”. On peut faire l'hypothèse qu'ils trouvent déjà dans leur profession cet équilibre plus recherché par les autres CSP.²

Une spécificité réaffirmée de l'engagement féminin.

Le besoin de se rendre utile est plus marqué chez les femmes que chez les hommes tout comme la volonté de défendre une cause. L'accès à des activités est plus prononcé chez les hommes. Toutefois en croisant les différentes catégories dans l'association, il est possible de se rendre compte que ce qui apparaît comme une différence genrée pour la première motivation citée (le besoin de se rendre utile aux autres) est en réalité dépendant de la catégorie statutaire (bénévolat masculin ou non). Cette même catégorie statutaire au sein de l'association n'a du reste pas d'impact pour la différence observée dans le choix de la volonté de défendre une cause qui reste relativement plus marquée chez les femmes. Ce qui montre, en effet, combien les logiques d'engagements altruistes féminines sont focalisées sur le secteur associatif, dans lequel elles trouvent davantage leur place, car freinées par « un mur de verre » dans d'autres sphères d'engagements (syndicats ou partis).

² Voir à ce sujet le Volet de l'enquête « Fonctionnaires » réalisé par les équipes Secteur public de Deloitte, comprenant : « une étude quantitative réalisée du 20/04/12 au 29/06/12, auprès d'un panel de 194 fonctionnaires de la Fonction publique d'État, sélectionnés selon leur ministère de rattachement (8 ministères contributeurs avec une faible représentation du Ministère de l'Éducation) qui montre l'attachement et la fierté des fonctionnaires à participer à une mission citoyenne d'intérêt général au travers de leur métier. »

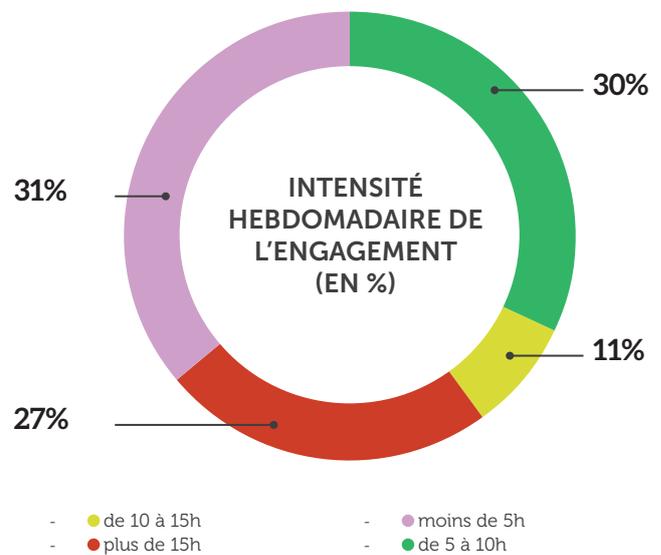


TYPE D'ENGAGEMENT

De quelle manière les parisiens s'engagent-ils ? A quelle intensité et pour quelle durée ? Constate-t-on des différences entre profils socio-économiques ?

Moins de temps consacré par les bénévoles parisiens à leur association.

Presque 2/3 de notre échantillon bénévole consacre moins de 10h par semaine à l'activité associative. Les propriétés sociales individuelles (niveau de diplôme, CSP, âge, sexe) ont très peu d'impact sur l'intensité de l'engagement. Le territoire métropolitain non seulement ne déroge pas à la règle d'un engagement toujours moins intensif et plus volatil mais l'accentue. On peut noter, chez nos répondants, la propension plus importante de diplômés du supérieur à avoir une intensité d'engagement correspondant à moins de 5h par semaine. Toutefois on relève que l'impact du niveau de diplôme sur l'intensité de l'engagement est peu significatif.



SOURCE : Enquête Pourquoi et comment s'implique-t-on dans une association à Paris ? 2017 - Mairie de Paris/CERLIS-CNRS/Mathilde Renault Tinacci



LA PLURI-ASSOCIATIVITÉ

Une multiplication des envies d'agir sur le territoire parisien.

Le mono-engagement et le pluri-engagement sont à égalité (½) sur le territoire parisien lorsque l'on mêle les différentes catégories de statuts associatifs. Cependant, pour les seuls bénévoles, le mono-engagement n'est que de 43% pour 57% de pluri-engagement. Pour rappel, en 2016, dans son enquête *L'évolution de l'engagement bénévole associatif, en France, de 2010 à 2016*, France Bénévolat comptait 63% de répondants engagés dans une seule et même association pour 37% engagés dans plusieurs associations. Le fait d'être salarié ou bénévole a un impact relativement peu élevé sur la pluri associativité. Toutefois, on peut noter une tendance plus marquée des bénévoles à s'engager dans trois associations ou plus. Il existe une dépendance forte entre l'existence d'un parcours associatif antérieur (tradition familiale ou expérience

préalable) et le fait de s'engager dans plusieurs associations. Les femmes auront un peu plus tendance que les hommes à avoir un engagement simple. Si la pluri-associativité n'est pas dépendante du niveau de diplôme, la catégorie socio-professionnelle influe toutefois sur cet engagement multiple.

La fidélité à une association dépend des événements de la vie et du capital culturel des personnes engagées

L'ancienneté dans l'association n'est pas corrélée à la possibilité d'évolution de carrière ou encore d'apprentissage de nouvelles compétences, ni à la multiplicité des moments conviviaux. Les étudiants et les personnes inactives ont moins tendance à être dans l'association depuis plus de trois ans. Un phénomène que l'on peut expliquer par la plus grande disponibilité et la mobilité professionnelle de ces dernières catégories.



CONCLUSION

Les engagements parisiens sont davantage volatils qu'au niveau national : les engagé-e-s multiplient le nombre d'associations tout en leur donnant en grande majorité peu de temps (moins de 5 heures par semaine). La fidélité à une association n'est plus de rigueur notamment pour les personnes ayant un capital culturel et/ou économique élevé. Mais le besoin de s'engager reste toujours très fort et par là même, la reconnaissance de son utilité dans la société et de sa place au sein de celle-ci est un phénomène plus marqué qu'au niveau national dans le salariat associatif comme dans le bénévolat. La présente enquête confirme donc une tendance au « zapping » plus importante dans les engagements associatifs corrélée aux caractéristiques à la fois démographiques et biographiques (mobilité, trajectoire professionnelle non linéaire, temps de transport plus important, instabilité familiale plus forte) du territoire parisien.

Méthodologie

Un questionnaire auto-administré a été envoyé par mailing aux 12 000 associations de l'annuaire associatif de la Ville de Paris. Pendant la durée de l'enquête qui s'est déroulée du 9 mai 2017 au 31 juillet 2017, l'ensemble des membres actifs des associations contactées était invité à y répondre. Un pré-test a été réalisé avant l'envoi du questionnaire à une dizaine de personnes actives dans des associations parisiennes afin de vérifier sa clarté et son intérêt et d'éviter les non-réponses ou non répondants. A la suite et selon les retours, certaines questions et modalités de réponses ont été corrigées ou complétées. Les informations ont été finalement recueillies auprès de 817 répondants soit un taux de retour acceptable de l'ordre de 7 %. Les tests statistiques mobilisés sont ceux du Khi2 ainsi que du PEM.

Sources

- *De l'intérêt d'être bénévole* - Roger Sue et Jean Michel Peter-Novembre 2011 - **CERLIS/CNRS**
- *La France bénévole* - Édition 2017 - **Recherches & Solidarité**
- *L'évolution de l'engagement bénévole associative, en France, de 2010 à 2016* - **France Bénévolat**
- *Logiques de genre dans l'engagement associatif. Carrières et pratiques militantes dans des associations revendicatives* - **Sophie Rétif, Dalloz-Sirey** - collection « Nouvelle Bibliothèque de Thèses », 2013, 570 p. - préface de Virginia Ferreira et Erik Neveu



Retrouvez l'intégralité
de l'enquête sur paris.fr

Direction de la Démocratie,
des Citoyen-ne-s et des Territoires
Sous-direction de la Politique de la
Ville et de l'Action Citoyenne
Service Association



UNIVERSITÉ
PARIS
DESCARTES



cerlis