

## Sondage IFOP pour Lilo.org

# Un an après le 1<sup>er</sup> confinement, le « Monde d'après » est-il entré dans la vie (et le cœur) des Français ?

15 mars 2021 – Le moteur de recherche solidaire Lilo.org, qui aide les Français à agir à leur niveau pour une société plus solidaire et écologique, dévoile un nouveau sondage exclusif (IFOP) pour mieux comprendre où en sont les Français en matière de transition, un an après le 1<sup>er</sup> confinement.

### Les grands enseignements de l'étude :

- L'écrasante majorité des Français est convaincue de l'urgence en matière de transition écologique et solidaire.
- Pour répondre à cette urgence, la majorité d'entre eux a engagé de nouvelles actions depuis le 1<sup>er</sup> confinement.
- Les femmes et les jeunes de moins de 35 ans sont à l'avant-garde de ce « monde de demain ». Paradoxalement, les femmes sont aussi les premières « empêchées » dans cette démarche.
- La majeure partie des Français est favorable aux alternatives qui les aident à soutenir l'émergence du monde de demain.



*« En 2020, on n'a jamais autant entendu parler de « monde d'après ». Alors, on a voulu savoir ce qu'il en était, concrètement, dans la vie des Français. Nous voulions voir aussi ce dont celles et ceux qui ont envie d'agir ont besoin pour passer à l'action. »*

Sophie Bodin, Présidente de Lilo

### Dans la vie des Français, « le monde d'après, c'est pour quand ?

**Le monde de demain n'attend plus. Un an après le 1<sup>er</sup> confinement, la transition s'impose comme une nécessité pour l'écrasante majorité des Français.**

- 9 Français sur 10 (90%) pensent que la transition écologique et solidaire est nécessaire.
- Les femmes et les moins de 35 ans en sont les premiers convaincus (respectivement 94% et 92% d'entre eux).

En matière de transition, les Français se rejoignent sur l'importance de protéger l'environnement et/ou de construire un monde plus solidaire.

- 45% des Français mettent les enjeux sociétaux au même niveau que les enjeux environnementaux – à plus forte raison les femmes (48%) et les plus de 65 ans (53%).
- Toutefois, près de 9 Français sur 10 (88%) pensent qu'il est important d'agir pour la protection de l'environnement. Une sensibilité largement partagée chez les moins de 35 ans. Pour la moitié d'entre eux (49%) la protection de l'environnement est une priorité.

## 2020 : les Français revoient leur façon d'agir à leur échelle

**Depuis le 1<sup>er</sup> confinement, la majorité des Français a changé ses habitudes pour faire rentrer le « monde d'après » dans sa vie. Et ceux qui n'ont pas franchi le cap ne sont pas en reste.**

- Depuis le 1<sup>er</sup> confinement 6 Français sur 10 ont engagé de nouvelles actions pour agir à leur échelle.
- La moitié des Français (50%) a revu sa façon de consommer au quotidien !
- Près de 2 Français sur 5 ont commencé à soutenir les associations (17%), que ce soit financièrement ou en leur consacrant du temps.

Et les autres ? Qui n'a pas encore changé ses habitudes n'y pense pas moins !

Depuis le 1<sup>er</sup> confinement, près de 4 jeunes sur 10 âgés de 18 à 24 ans (38%), et plus globalement ¼ des Français (26%) pensent davantage à engager de nouvelles actions pour agir à son échelle.

## Pour les Français, les associations ont un rôle majeur à jouer

**La majorité des Français considèrent que les associations sociales ou environnementales ont un rôle de 1<sup>er</sup> plan à jouer dans la construction du « monde d'après ». Les femmes et les moins de 35 ans en sont, là encore, les premiers convaincus. Pour autant... ils ne sont pas toujours au RDV !**

- Pour la plupart des Français (87%) – en particulier les femmes et les moins de 35 ans (respectivement 92% d'entre eux), les associations sociales et environnementales occupent un rôle majeur dans la construction de ce « monde d'après ».
- Plus d'1 Français sur 2 (52%) considèrent déterminant le rôle des associations
- Pour autant, moins d'1 Français sur 3 soutient financièrement des associations.

Même parmi les Français les plus convaincus du rôle des associations (plus d'1 sur 2), le constat est sans appel : seuls 24% d'entre eux les soutiennent financièrement ! Quant aux Français qui s'abstiennent de les soutenir, la 1<sup>re</sup> cause n'est pas le manque d'intérêt (15%), mais le manque d'argent :

- Au total, 1/3 des Français (38%) n'ont tout simplement pas les moyens de soutenir financièrement les associations dans lesquelles ils croient !
- Parmi eux, les femmes sont les premières concernées (4 sur 10), suivies de près par les jeunes de moins de 35 ans (36% d'entre eux).

A ce frein majeur s'ajoutent le manque de temps et le fait de ne pas savoir comment s'y prendre (12% des Français), en particulier chez les jeunes de moins de 35 ans (18% d'entre eux).

## 8 Français sur 10 prêts à changer de moteur de recherche pour la bonne cause

**Dans certains secteurs particulièrement innovants, les barrières à l'entrée sont trop fortes pour permettre aux Français de découvrir librement les alternatives qui les aident à agir pour une société plus écologique et solidaire. C'est le cas du moteur de recherche français solidaire Lilo.org, face au géant Google.**

Depuis 2015, Lilo.org aide les Français à transformer leurs recherches internet en argent pour les associations de leur choix – déjà plus de 3,5 millions d'euros ont été collectés pour plus de 1000 associations.

- Plus de 8 Français sur 10 (83%) qui découvrent Lilo.org déclarent son intention de l'utiliser - à commencer par les moins de 35 ans (89%).
- Plus d'1 Français sur 2 (52%) apprécie de pouvoir financer gratuitement des associations. A plus forte raison les femmes (55%) et les moins de 35 ans (67%).



Mais ce ne sont pas les seuls critères d'intérêt pour cette alternative à Google. Ainsi, 4 Français sur 10 sont sensibles au fait de pouvoir choisir les associations bénéficiaires et près d'1 Français sur 2 (46%) apprécie le fait de pouvoir faire quelque chose d'utile sans changer ses habitudes - à plus forte raison, les jeunes de moins de 35 ans (59% d'entre eux). Cerise sur le gâteau (numérique) : le fait de privilégier un moteur de recherche français compte pour près d'1 Français sur 2 (43%).

Demande d'Interview, [cliquer ici](#)

« 1an après le 1er confinement, comment les Français se mobilisent pour agir pour le monde d'après ? »  
Etude représentative IFOP pour Lilo.org, moteur de recherche solidaire, réalisée en ligne auprès d'un échantillon national représentatif de 1017 individus âgés de 18 ans et plus, en février 2021.

### [A propos de Lilo.org](#)

Le moteur de recherche alternatif français permet à tous ceux qui le souhaitent de se sentir utiles en finançant gratuitement plus de 1000 associations, ONG et fondations avec ses recherches Internet. Depuis sa création en 2015, plus 3,5 millions ont déjà permis d'agir pour le climat et l'environnement, aider ceux qui en ont le plus besoin ou encore de défendre la cause animale. Lilo s'installe en deux clics depuis le site [Lilo.org](https://www.lilo.org) sur le navigateur de son choix (Chrome, Edge, Firefox...) et sur mobile [iOS](#) ou [Android](#).

<https://www.lilo.org/>

[Lilo, comment ça marche ?](#)

### Contact presse

Lilo  
Hélène Lecomte  
helene@liloteam.org  
06 11 90 54 31

Papagayo RP  
Carine Arasa  
carine@papagayo-rp.fr  
06 12 11 19 41