

Les français et le Denier

Enquête sur ce don pas comme les autres





Sommaire du dossier de presse

La collecte du Denier : une nouvelle dynamique

- I- Qu'est-ce que le Denier de l'Église ?
- II- « Présents pour le Denier » : Un plan d'action triennal
Annexe : Les phases d'une nouvelle dynamique

Le Denier et la génération des 30-50 ans : Étude qualitative

- I- L'Écoute de la génération des 30 à 50 ans : méthodologie
- II- Génération des 30 à 50 ans : qui sont-ils ?
- III- La génération des 30 ans 50 ans : pourquoi donne-t-elle ? À qui donne-t-elle ?
Comment donne-t-elle ?
- IV- Quels enseignements en termes de communication ?

La communication autour du Denier

- I- Campagne Denier 2015-2016 : L'exemple de la province de Rennes
- II- Une identité pour le Denier proposée aux diocèses

Les chiffres 2014

Étude quantitative

- III- Les français et la religion – Croyances et pratiques
- IV- Les français et le Denier : Compréhension et motivations

Annexe : Les ressources de l'Église

Contact presse :

Constance PLUVIAUD
Chargée des relations avec les médias
01 72 36 68 42 – 07 62 08 00 59
constance.pluviaud@cef.fr



La collecte du denier : une nouvelle dynamique

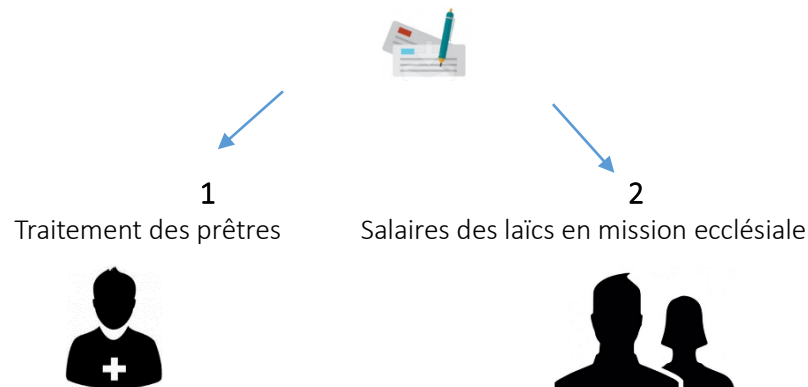
I- Qu'est-ce que le Denier de l'Église ?

Créé par l'Église catholique en France après la séparation de l'Église et de l'État en 1905, le "denier du clergé" a été institué pour permettre le traitement des prêtres qui était jusqu'alors pris en charge par l'État. L'État ne peut plus subventionner les cultes. (Ce traitement continue d'être pris en charge en Alsace-Moselle).

Cette collecte auprès des fidèles s'est ensuite appelée "denier du culte", terme qui est encore souvent employé, puis est devenue, depuis 1989, le "denier de l'Église".

Le terme de "denier" est un peu désuet, mais les catholiques tiennent à le conserver, car **le denier n'est pas un don comme un autre**. Il ne fait pas appel à la générosité, mais plutôt à un sentiment d'appartenance ou de fidélité envers l'Église, pour que ceux qui sont plus spécialement en charge d'annoncer l'évangile et de faire vivre l'Église, aient une juste rémunération. Le denier est un don volontaire, il n'y a pas de tarif ! Chacun donne en conscience selon ses possibilités.

A quoi sert le Denier ?



Le denier n'est pas suffisant, et il ne couvre qu'une partie importante des charges. Les diocèses, les paroisses et les prêtres ont d'autres ressources, principalement les quêtes, les offrandes de cérémonie et les offrandes de messes, et les legs et donations. C'est l'ensemble de ces recettes qui permet financer l'ensemble des besoins pastoraux de l'Église.

Mais le denier en constitue la part la plus importante dans la quasi-totalité des diocèses. Il importe donc de faire savoir aux donateurs du denier de l'Église, l'utilisation privilégiée de leur don : traitement, charges sociales, formation, logement et frais pour les prêtres et pour les laïcs en mission.

La dimension chrétienne du denier son ancrage théologique



La lecture attentive des Écritures nous rappelle la légitimité de nos sollicitations. Dans les Actes des Apôtres (Ac 11,27-30) : à Antioche, on annonce une famine à Jérusalem et les chrétiens décident de venir en aide aux frères de Jérusalem et de Judée. Ce sont Barnabé et Saul qui sont chargés de d'acheminer les dons récoltés. Il s'agit déjà d'une solidarité lointaine de la communauté chrétienne.

Saint Paul aux Galates 6-6 : « *Que celui qui reçoit l'enseignement de la Parole fasse une part de tous ses biens en faveur de celui qui l'instruit* »

Saint Paul toujours, dans la première lettre aux Corinthiens (1 Co 9,10-14) nous dit : « *si nous avons semé pour vous les biens spirituels, serait-il excessif de récolter des biens matériels ?* »

Jésus dans l'Évangile selon Saint Matthieu, nous dit que « *l'ouvrier mérite son salaire* » (Mt 10, 10)

Cette contribution est à la fois conforme au droit canonique et au droit civil. Le canon 222 § 1 dispose, en effet, que « *les fidèles sont tenus par obligation de subvenir aux besoins de l'Église afin qu'elle dispose de ce qui est nécessaire au culte divin, aux œuvres d'apostolat et de charité, à l'honnête subsistance de ses ministres.* »

Quant à la loi du 9 décembre 1905, son article 18 prévoit la création d'associations pour subvenir aux frais, à l'entretien et à l'exercice du culte.

II- « Présents pour le denier » : Un plan d'action triennal

Depuis plusieurs années, une réflexion a été lancée à la Conférence des évêques de France sur la collecte du denier, première source de revenus pour les diocèses en France, et qui repose prioritairement sur des actions de communication et de sensibilisation diocésaines et paroissiales.

Cette réflexion a fait apparaître la nécessité de mieux partager approches et pratiques, en vue de :

- **Renforcer la visibilité des campagnes de communication par un message clair et audible sur le denier :**
 - Renforcer les synergies de moyens
 - Rajeunir nos donateurs et aller sur de nouveaux « territoires » de communication.

En novembre 2013, les évêques réunis en Assemblée Plénière ont approuvé la mise en place d'un dispositif national sur le denier avec les objectifs suivants :

- se centrer en priorité sur la « conquête » d'une nouvelle cible de donateurs plus jeunes (30-50 ans) afin d'assurer le renouvellement d'une génération de donateurs plus âgés.

- s'inscrire sur le long terme (les 5 à 10 prochaines années) et décliner un premier plan d'action triennal (2014-2016) avec une montée en puissance cadencée et progressive.
- soutenir les diocèses dans leurs campagnes diocésaines sur les plus de 50 ans, renforcer la visibilité des actions menées ou développer des synergies de moyens. Un des enjeux consistant à poursuivre les efforts constants sur cette cible de fidèles. »

Ce plan d'action triennal, nommé « **Présents pour le Denier** » a été mis en œuvre dès janvier 2014 par le groupe de pilotage présidé par Monseigneur Mathieu, évêque du diocèse de St Dié, composé d'économistes et de communicants et aidée par l'agence de conseil en communication, 2M Corporate et la société d'Etudes COMISIS qui a eu la charge de la phase **d'écoute et d'analyse**.

La première phase de ce plan triennal a consisté à mieux connaître et comprendre cette génération. Une première étape d'écoute et d'analyse s'est déroulée durant le 1^{er} semestre 2014. Elle s'est scindée en deux temps :

- Un questionnaire interne qui a été adressé en janvier 2014 à 431 personnes (évêques, vicaires généraux, économistes diocésains, délégués diocésains à l'information) afin de recueillir leurs attentes et les actions menées pour le denier face à la génération 30-50 ans.
- Un questionnaire d'écoute interne. Les résultats formulés au cours de cette phase d'écoute interne ont permis de guider, dès les mois de mars et avril, la mise en place d'une **étude qualitative** conduite auprès de la génération des 30 à 50 ans (personnes baptisées mais avec des différents degrés de pratiques) afin de mieux comprendre leurs perceptions et comportements face au denier de l'Église.

À l'issue de cette phase d'écoute, a été élaboré un **livret des repères** qui recense les éléments clés de l'étude et les enseignements à tirer en termes de communication. Il livre ainsi les repères d'une meilleure connaissance de cette génération et doit permettre aux communicants d'adapter leurs propositions de campagne.

Au cours de l'année 2015, le plan d'action a été poursuivi :

1. Des rencontres au niveau local ont été organisées afin de réunir les différents acteurs du denier, identifier les besoins concrets et apporter les réponses adaptées à chaque situation diocésaine en vue d'optimiser les processus de communication autour du denier.
2. **Une étude quantitative** a permis de compléter l'étude menée en 2014 sur **les freins et attentes de cette génération concernant le denier**.
3. Elle aura également permis de **recueillir leur avis sur les propositions de logo commun et d'être ainsi en mesure de proposer aux diocèses un logo commun « denier »**

Les phases d'une nouvelle dynamique

À Lourdes, les évêques réunis en Assemblée plénière approuvent la mise en place d'un dispositif national sur le Denier

2013



À l'issue de la phase d'écoute, élaboration du "Livret des repères" (éléments clés de la communication Denier sur génération 30-50 ans)

2014



Les campagnes de communication des diocèses s'adaptent (ex. diocèse de Rennes)

2016

2014

Phase d'écoute et d'analyse en deux temps :

- questionnaire interne
- étude qualitative



2014

Poursuite du plan d'action avec des rencontres au niveau local, une étude quantitative, proposition d'un logo commun pour le Denier



Le Denier et la génération des 30 à 50 ans : Étude qualitative



Source : Étude Comisis, mai 2014

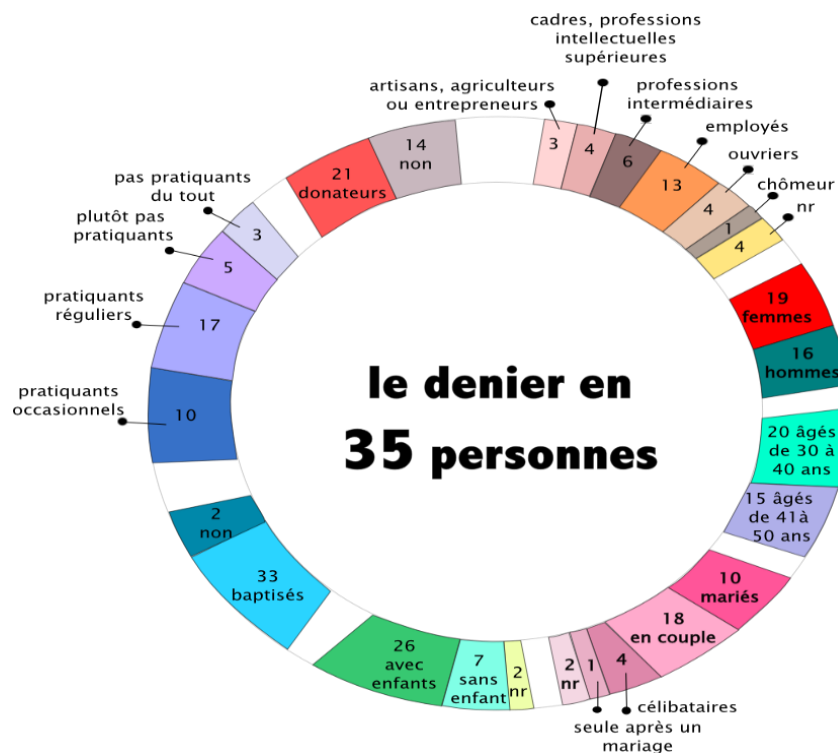
Plan triennal « Présents pour le Denier »

I- L'Écoute de la génération des 30 à 50 ans : méthodologie

1 Réunion de groupe en ligne (Lyon, Marseille, Quimper, Paris)
11 participants.



3 réunions de groupe en face à face.
(Grenoble, Saint Denis, Angers)



II- Génération des 30 à 50 ans : qui sont-ils ?

Au cours de l'étude qualitative qui a été réalisée, trois grandes tendances se dessinent autour de la génération des 30-50 ans.

- ***Climat : « Un quotidien mouvant »***

Cette génération est particulièrement touchée par la crise économique, qu'elle subit de plein fouet depuis 2008 et qui s'accompagne d'une méfiance envers les politiques. Cette méfiance entraîne pour eux et de manière globale une crise plus profonde de confiance générale vis-à-vis des institutions. Parallèlement cette génération doit aussi faire face à une crise environnementale et géopolitique.

- ***Mutations : « Une temporalité remise en question »***

Les 30-50 ans sont aujourd'hui confrontés à une société hyper connectée où l'information surabonde. La place toujours plus grande des réseaux sociaux et leurs impacts sur les événements façonnent une société de plus en plus complexe et mouvante où tout est partagé, commenté... Cette génération est donc forcée d'innover face à un monde globalisé et sans cesse en mouvement ce qui se traduit par une hausse du stress et parfois de la souffrance que peuvent ressentir certains dans une société qui leur échappe.

- ***Culture : « Les nouveaux modes des 30-50 ans »***

Cette génération manifeste le besoin d'être au service des grandes causes qu'au service des autres. Les échanges sont davantage virtuels, on se connaît bien sans se parler « en vrai ». Ils sont plutôt individualistes et moins solidaires que leurs aînés. Enfin, les 30-50 ans fonctionnent plus sur le mode projet/résultats que sur celui des principes et concepts.

Le pratiquant régulier et en mission LA FOI le lien spirituel au Christ

Forte attente de cette population sur la nécessité d'incarner par une plus grande présence les valeurs associées à l'Église dans la société civile.

Besoin spirituel

Ce besoin exprime un lien spirituel fort, véhiculant des valeurs humanistes : tolérance, pardon, partage, fraternité.

Besoin sociétal

Ce besoin exprime une volonté d'être ensemble et de se retrouver dans un lieu d'échange où l'on va à la rencontre des autres.

Le pratiquant occasionnel se situe en premier dans le sociétal mais n'est pas pour autant en dehors du spirituel.

Besoin rituel

Ce besoin exprime un lien rituel important car l'Église est perçue comme un lieu de transmission des rites et de la manifestation du sacré.

Le « plutôt pas pratiquant » demeure dans le rituel d'opportunité sociale mais aussi de tradition.

En bref :



Pour la génération des 30-50 ans, être « éloignée de la religion ne signifie pas éloignée » d'un lien spirituel.

III- La génération des 30 à 50 ans : pourquoi donne-t-elle ? À qui donne-t-elle ? Comment donne-t-elle ?

Le don de la spontanéité, pour le partage, la fraternité, la solidarité

D'une manière générale, il en ressort que pour la majorité d'entre eux, le don est perçu comme un acte pour l'autre, au bénéfice des autres et ce sans attente de retour.

On se place ici sur le registre de l'émotionnel et de l'opportunité. Cette génération tend à ancrer son don dans une opportunité temporelle, pour une cause à un moment T plus que pour l'institution et les valeurs qui s'y rapportent.

C'est une génération qui donne au « coup de cœur » mais qui ne s'inscrit pas dans une démarche régulière de don.

La génération des 30-50 ans et le Denier

L'étude qualitative a permis de mettre en lumière les raisons pour lesquelles la génération des 30-50 ans donne au Denier ainsi que la manière dont elle donne.

Une vision troublée du Denier

On observe grâce à cette étude que les 30-50 ans considèrent le don comme un acte citoyen, sa relation au don est donc plus sociétale. Pour eux, il apparaît clairement que le fait de donner à l'Église catholique se retrouve en concurrence directe avec les ONG qui sollicitent elles aussi très souvent la générosité des 30-50 ans.

En fonction du degré de pratique religieuse, la perception et la connaissance de ce qu'est le Denier varie. Nous constatons que :

- ◆ Les plutôt pas pratiquants ne savent pas ce qu'est le denier
- ◆ Les pratiquants occasionnels confondent le denier et la quête
- ◆ Les pratiquants réguliers connaissent le denier mais à des degrés de connaissance variés quant à son usage

Les perceptions de cette génération sur le Denier sont exprimées ainsi (verbatim) :

- ◆ « on ne sait pas à quoi il renvoie »
- ◆ « on ne sait pas à quoi il sert »
- ◆ « on ne sait pas pour qui il sert »
- ◆ « on ne sait pas comment il sert »
- ◆ « Terme d'un temps moyenâgeux dépassé »

En bref :



Par attachement, tous peuvent donner au Denier.

Une génération plus attentive

Les 30-50 ans marquent un vrai besoin de transparence quant au don en général et sur l'affectation de celui-ci. Ils ont besoin de savoir exactement ce à quoi il est destiné. Ils attendent des clarifications sur le fonctionnement des institutions appelant aux dons dans leur ensemble.

En ce qui concerne le Denier, cette génération demande que les informations relatives à ce don soient claires, lisibles au sein des paroisses. Ils ont souvent le sentiment d'être noyés dans un trop plein d'informations.

Plus précisément, ils attendent du Denier qu'il soit mieux expliqué, plus visible et de mieux comprendre son usage tel qu'il est prévu par les diocèses.

L'un des freins principaux au Denier repose sur la perception que l'Église catholique en France n'a pas besoin du Denier puisque « le Vatican est riche ».

Quels leviers et freins pour les donateurs au Denier ?

Au regard des premiers éléments développés par l'étude qualitative, il en ressort que cette génération identifie des leviers et des freins quant à ce don particulier.

LEVIERS

- L'église perçue comme lieu architectural à préserver l'histoire (patrimoine, tradition, famille...)
- Sentiment d'appartenance fort à l'église = attachement au lieu et au référent
- Le prêtre ami, le consolateur, son accessibilité dans la société civile (sa présence dans des lieux inattendus...)
- La reconnaissance des laïcs en mission qui aident le prêtre
- La transparence
- Toutes valeurs associées à l'éco système durable
- Les relations de considération

FREINS

- les représentations liées au Vatican (richesse, biens immobiliers, etc.) (l'Église reverse au Vatican)
- Confusion avec d'autres associations et multiplication des appels aux dons sur les lieux mêmes
- Prises de positions en décalage
- Appels de fond moralisateurs et culpabilisants « je dois » « ils doivent », avec un langage désincarné
- La disponibilité des informations dans les églises
- La visibilité dans les églises
- Les relations de contrariété.

En bref :



Un besoin de lisibilité, un besoin de clarté.

Sont repris ici quelques un des verbatim tirés directement des sondés de cette génération exprimant clairement les raisons pour lesquelles ils donnent ou ne donnent pas au Denier :

« je donne » versus « je ne donne pas »

<i>Je donne...</i>	<i>Je ne donne pas...</i>
<i>« pour la survie de l'Église, pour les prêtres, les bâtiments ... c'est important, c'est un geste personnel ... mais l'information n'est pas assez claire pour comprendre vraiment ce qu'est le denier ».</i>	<i>« pour deux raisons principales, le manque d'information et le manque de traçabilité (...) il n'y a pas de transparence » « non par principe ou par avarice, c'est que je n'ai jamais pensé (...) par manque d'information je pense.</i>
<i>« parce que c'est important d'avoir un lieu comme l'église, c'est un lieu où on se réunit ».</i>	<i>« parce que je ne sais pas à quoi ça sert (...) j'ai plus de communication avec les autres associations ».</i>
<i>« Je donne pour la mission des prêtres et leurs manifestations extérieures mais aussi pour tout... ».</i>	<i>« je suis freinée par l'opacité que représente le denier : pour qui ? pour quoi faire ? j'imagine que les prêtres ont une rémunération fixe, donnée par l'État ? mais je ne sais pas finalement... ».</i>

IV -Quels enseignements en termes de communication ?

Les éléments ci-dessous reprennent les partis pris de la génération des 30 à 50 ans (verbatim).

1- « Je suis Chrétien, l'Église catholique, c'est ma tradition, ma communauté, mon lien »

« Même si mon besoin spirituel est en sommeil, c'est l'institution qui incarne le mieux les valeurs de **fraternité**, de partage et d'écoute de tous.

Le denier soutient les prêtres « héros » de ma communauté d'origine et donc qui me soutient
Ma communauté est dans l'espérance, le soutien des plus démunis

- ⇒ Je préfère que l'on me parle de « nous et de je » pour communiquer,
- ⇒ **Pour me parler du denier, je rappelle que mon lien spirituel n'est pas un produit, et demeure ancré dans le sacré. »**

2- « Le denier n'est pas un don comme un autre ! »

- ⇒ « Il est la manifestation des baptisés pratiquants ou non (ou familles avec enfants baptisés) de leur attachement **aux valeurs chrétiennes. »**
- ⇒ « Il soutient la responsabilité spirituelle de notre Église qui porte ces valeurs à travers ses prêtres et les laïcs en mission. »
- ⇒ « Il permet de vivre en communauté dans des lieux dédiés à la paix et au recueillement. »

3-« Le denier comme manifestation de mon espérance pour la paix »:

- ⇒ « Il est au service de l'Église Catholique: garante d'une présence « pour moi » et pour « ma communauté chrétienne. »
- ⇒ « Il soutient un mode de vie portant des valeurs auxquelles j'adhère quel que soit mon degré de croyance et de pratique. »
- ⇒ « Je considère l'Église et l'église comme un lieu possible de refuge, qui que je sois. »

En conclusion

Les 30 à 50 ans baptisés peuvent tous participer au Denier, car la légitimité de « notre » Église n'est pas contestée comme portant les valeurs « d'humanité et de bienveillance »

- ⇒ En revanche, pour **crédibiliser le Denier** :
 - ⇒ **Clarifier** comment fonctionne l'Église Catholique ;
 - ⇒ **Anticiper un questionnement** : De quoi vit ma paroisse, mon diocèse et quel est le rôle moteur du Denier dans la rémunération des prêtres et des laïcs en mission ;
 - ⇒ Rendre **visible** les appels au Denier à la hauteur de la place qui doit lui être accordée pour représenter « notre communauté chrétienne » ;
 - ⇒ Le **communiquer** partout, en **toute cohérence**, en lui accordant sa place en tant que soutien de « notre » Église.

La communication autour du Denier

I- Campagne Denier 2015-2016 : l'exemple de la province de Rennes



Le visage du Pape

Le visage du Pape François, son sourire dit la bienveillance autant que le côté rayonnant de l'Église. Il symbolise l'appartenance à l'Église et incarne les valeurs pour lesquelles on va donner, sans qu'il soit nécessaire de les renommer. Chacun y met celles qui lui sont chères.

Un message unique : l'appartenance

« Vous donnez au Denier » au lieu de « Vous donnez à l'Église » (il y a plusieurs façon de donner à l'église : temps, quêtes...).

La solidarité et l'utilité

Une mise en avant de l'acte de donner. "Mon don, c'est pour aimer et servir" renforce l'idée d'appartenance et les deux sens de servir (être utile et être au service). Il vient en signature sur l'ensemble des documents pour conforter le donateur sur la double vocation de son don en termes de solidarité et d'utilité.

Les spécificités de l'axe retenu

Des visuels sur fond de gestes simples et modernes : le pouce levé, l'invitation, la connivence... qui suggèrent la simplicité et la modernité de l'acte de donner.

Une campagne multimédia presque par nature : "J'aime", est un code devenu universel depuis Facebook, il est à la fois une manière de dire Bravo et de dire Merci.

Le premier merci est la certitude d'avoir fait plaisir.

Aimer est aussi le premier commandement de l'Église. La nouvelle polysémie du terme élargit la force du don : le "J'aime" est le "merci" de celui que l'on voit tout autant que l'identification de celui qui donne.

II- Une identité pour le Denier proposée aux diocèses

Une étude pré-test présentant 6 créations de logotypes présélectionnées par le comité de pilotage a été conduite auprès des 431 responsables de diocèse par la société d'études COMISIS en tout anonymat.

Ce pré-test a permis de retenir 4 créations, lesquelles ont été présentées à l'appréciation d'un échantillon de 1 551 personnes de 18 ans et plus, représentatif de la population française, dont la tranche de la génération des 30 à 50 ans.

Dans les deux études menées auprès des diocèses et auprès du grand public, le même logo a été désigné aussi bien par la population des catholiques que par la population des personnes se déclarant sans religion.

Toutes les générations de moins de 64 ans, surtout les 30 à 40 ans, placent le visuel de l'église de «pierres vivantes» comme le label le plus représentatif du Denier.





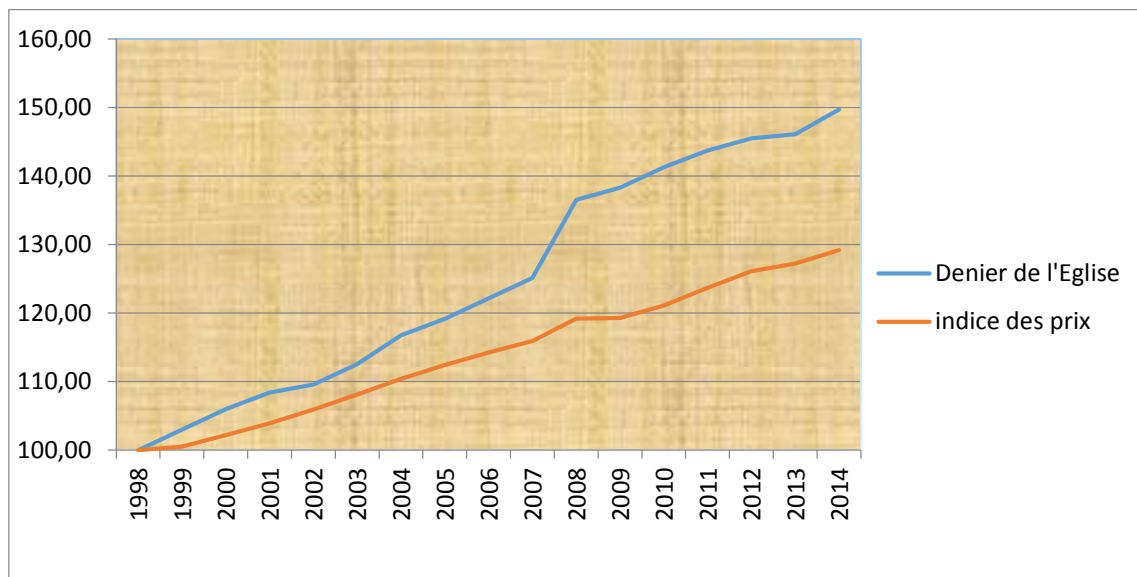
Les chiffres 2014

Sont présentés ici l'évolution des 5 grandes ressources de l'Église catholique sur les quinze dernières années (2000-2014).

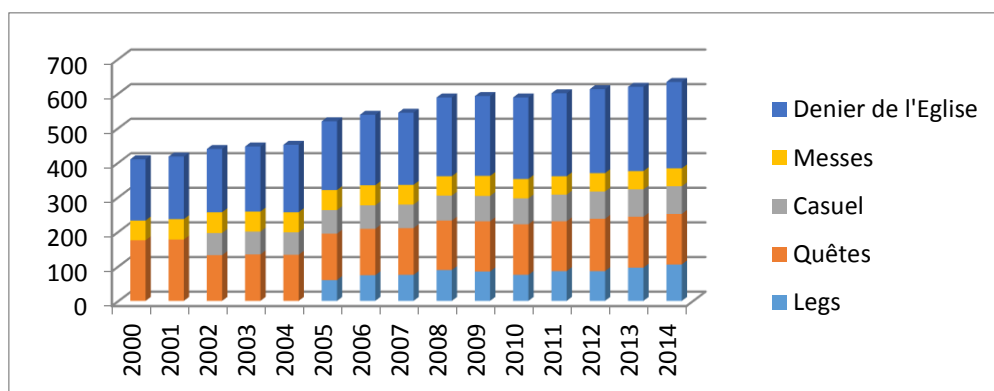
En 2014, le Denier progresse de 0,41 % (+ 0,12 % en 2013). Le montant total du Denier collecté est de 250 000 000 €.

Le don moyen passe de 203 € à **208 €** compte tenu de la diminution du nombre de donateurs (1 200 341 soit 4 000 en moins, c'est-à-dire une baisse 10 fois moindre que les années précédentes).

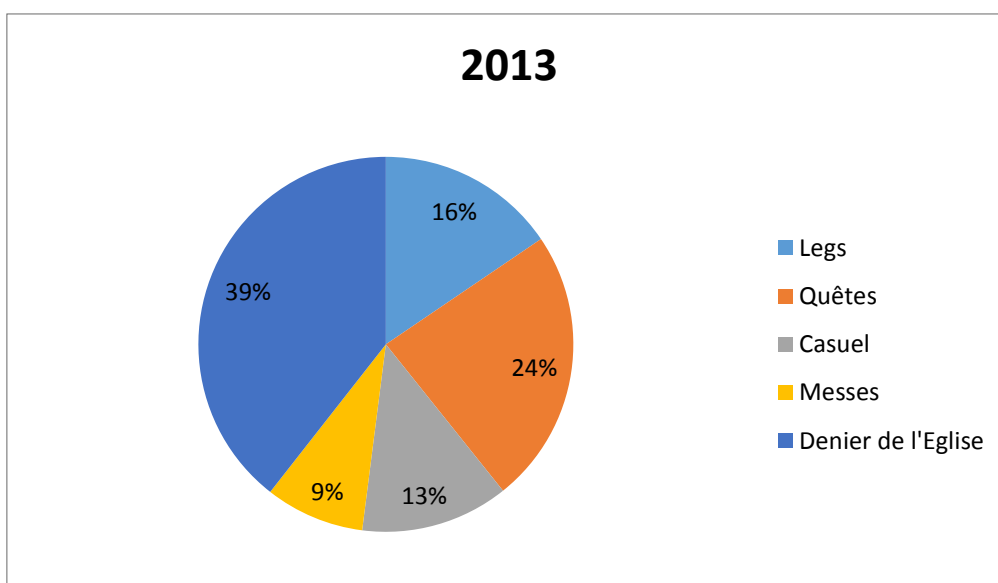
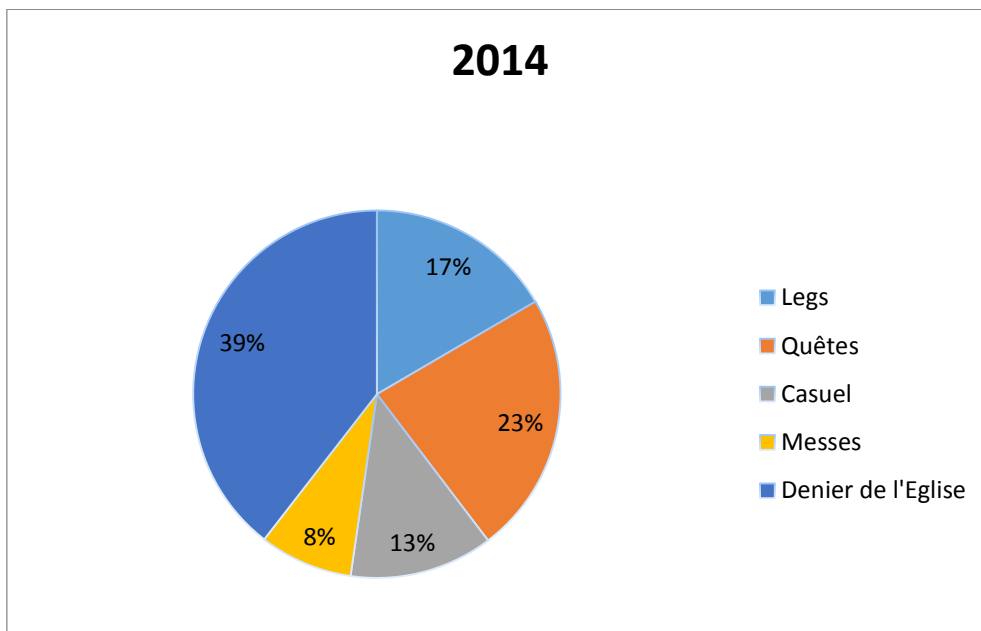
1- Évolution comparée du Denier et de l'indice des prix à la consommation (base 100 en 1998)



2- Les grandes ressources (en millions d'euros)



3- Évolution des 5 grandes ressources en pourcentage







Étude quantitative

*Source: Etude Comisis juin 2015 sur panel B2C Opinion-way échantillon
1551 répondants 18 ans et +*

Méthodologie

Univers des Répondants.	Méthode de collecte	Date de la consultation.
<ul style="list-style-type: none">• Étude réalisée auprès d'un échantillon de 1551 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.• L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, après stratification par région et catégorie d'agglomération.• Consultation réalisée et analysée par <i>Comisis</i> sous mode anonyme sur le panel B2C "<i>opinionway</i>"	 <p><u>Mode d'interrogation :</u> L'échantillon a été interrogé en ligne, sur système CAWI</p>	 <p>Juin 2015 avant les évènements du 13 novembre</p>

Méthodologie

Univers des Répondants

47.942.787 de 18 ans et
+

1. 18 à 29 ans = 9 174.922 = 19 %
2. 30 à 50 ans = 17.527.428 = 37 %
3. 51 à 64 ans = 11.085.932 = 23%
4. 65 ans et + = 10.154.505 = 21%

Echantillon de la consultation par âge

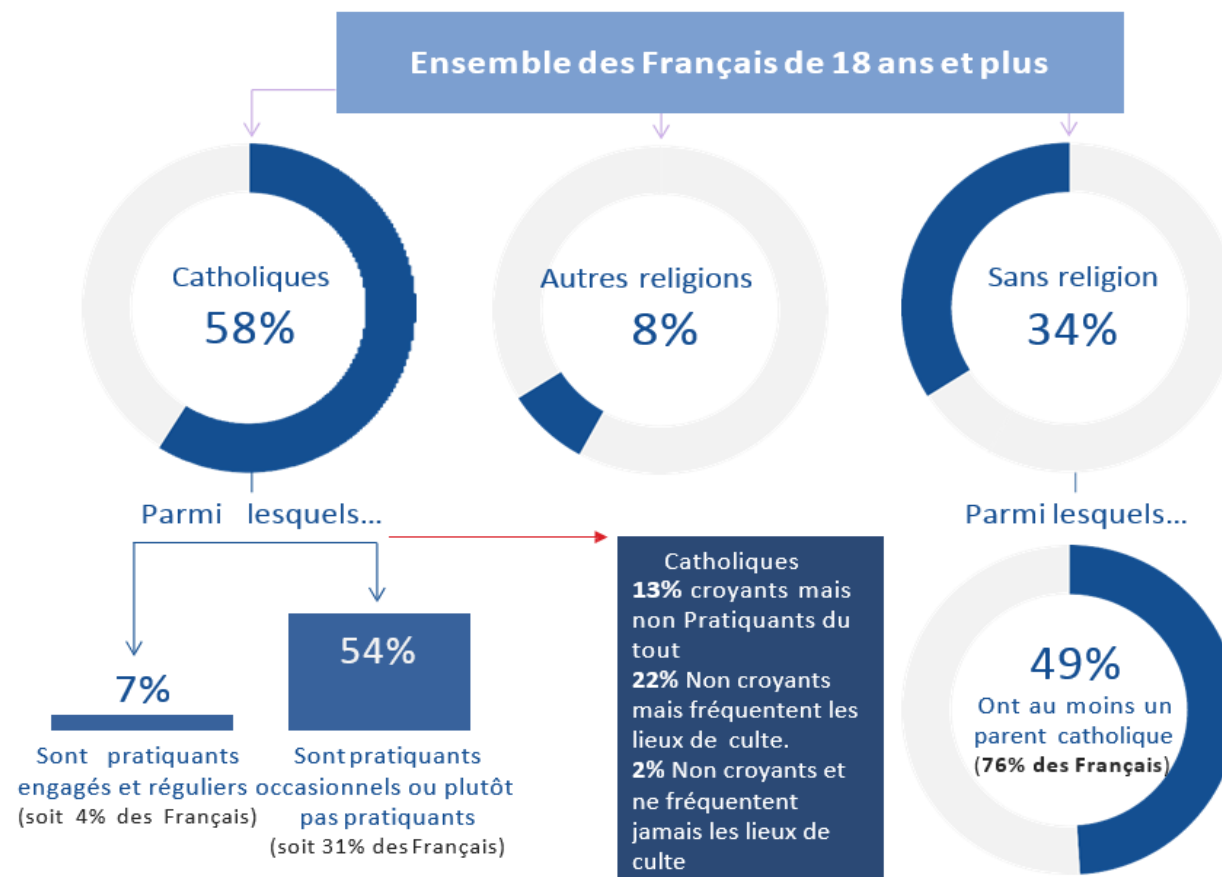
1.551

1. 18 à 29 ans = 257 = 17 %
2. 30 à 50 ans = 606 = 39 %
3. 51 à 64 ans = 364 = 23%
4. 65 ans et + = 324 = 21%

Les français et la religion
Croyances et pratiques

Les français et la religion

Méthodologie-Structure

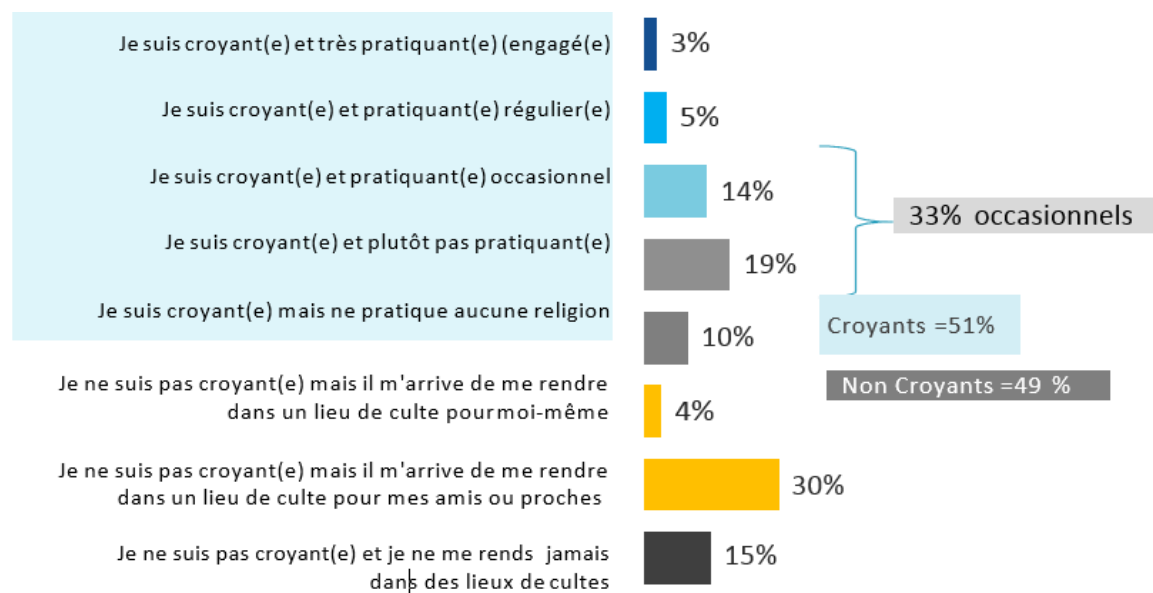


Les français et la religion

Un paysage toutes religions confondues

Diriez-vous que vous-même vous êtes :

Base : Ensemble des Français (1551)



⇒ 8% des personnes interrogées déclarent une pratique engagée et régulière.

⇒ 33% déclarent une pratique occasionnelle ou pas de pratique

⇒ 34% des répondants se déclarant comme non croyants fréquentent des lieux de culte (dont 4% pour eux-mêmes).

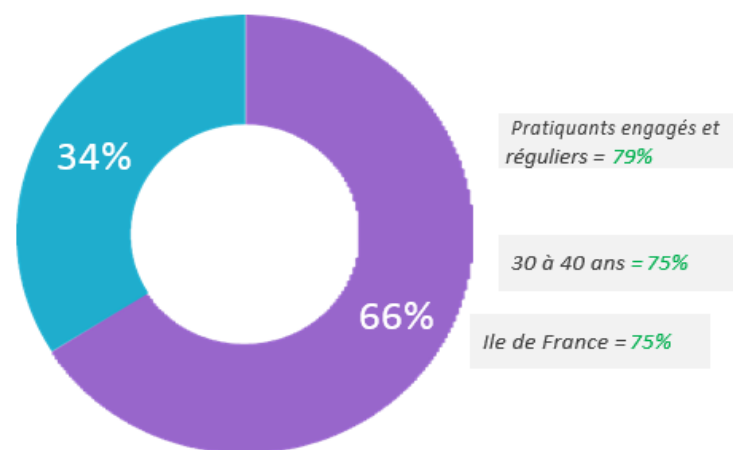
Les français et la religion

Attachement vs appartenance

Diriez-vous plutôt:

base : Croyants (630)

■ J'appartiens à cette religion OU ■ Je suis attaché(e) à ma religion



La question a été posée aux personnes croyantes mais pas forcément pratiquantes

- ⇒ Près de 7 croyants sur 10 préfèrent évoquer **l'attachement** plutôt que l'appartenance
- ⇒ Les catholiques pratiquants engagés ou réguliers sont à **79 %** de préférence pour l'attachement.
- ⇒ **80 %** des croyants des autres religions affirment la même préférence.
- ⇒ **La préférence à évoquer l'attachement plutôt que l'appartenance est significative pour la génération des 30 à 50 ans (71%) et encore plus pour les 30 à 40 ans (75 %)**

Récapitulatif

48 millions de français de 18 ans et plus et la religion

- ▶ L'étude est représentative des 48 millions de français de 18 ans et plus (et non des 65 millions comprenant les mineurs de moins de 18 ans). Au sein de cet univers :
 - ▶ **58 %** se déclarent de religion catholique soit près de 28 millions de français de 18 ans et +
 - ▶ **8 %** se déclarent d'une autre confession chrétienne (*protestants, orthodoxes,*) ou d'une confession non chrétienne (*juive, musulmane, bouddhiste, hindouiste...*)
 - ▶ **34 %** se déclarent sans religion mais près de la moitié est de tradition catholique (parents catholiques)
- ▶ **43 %** des personnes de 18 ans et + déclarent appartenir à une famille d'origine non croyante.
- ▶ Toutes confessions confondues **10%** des français de 18 ans et + se déclarent être issus d'une famille qui pratique régulièrement sa religion mais eux-mêmes ne sont que **8%** à pratiquer régulièrement.

- ▶ Etre non croyant ne signifie pas éviter les lieux de cultes.
- ▶ Etre catholique ne signifie pas être croyant (14% des personnes se déclarent catholiques non croyantes).

La relation à la religion se situe plus dans « l'attachement » que dans un sentiment d'appartenance et de pratique, comme le montrait l'étude qualitative.
En conclusion, pour les français, être « éloigné » de la religion ne signifie pas être éloigné d'un lien spirituel.



Les français et le Denier
Compréhension et motivations

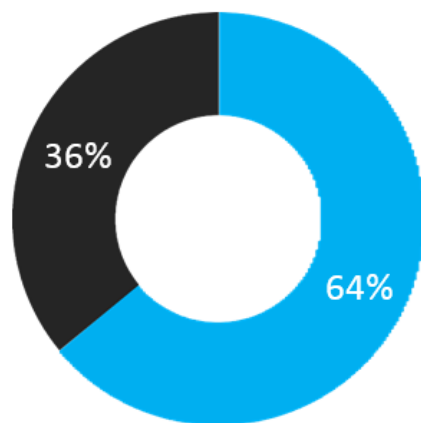
Les français et le Denier

L'attachement aux lieux de culte – Les catholiques et les contributeurs au Denier

Diriez-vous plutôt :

Base : Non croyants ou croyants sans religion (921)

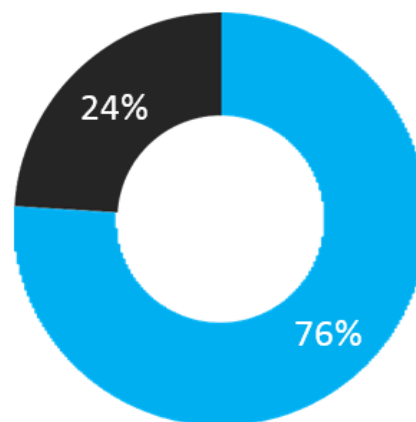
Catholiques pratiquants ou non



- Je demeure attaché(e) à la présence des lieux de culte dans ma commune
- Je ne suis pas concerné(e) par la présence de lieu de culte dans ma commune.



Contributeurs au Denier



- Je demeure attaché(e) à la présence des lieux de culte dans ma commune
- Je ne suis pas concerné(e) par la présence de lieu de culte dans ma commune.

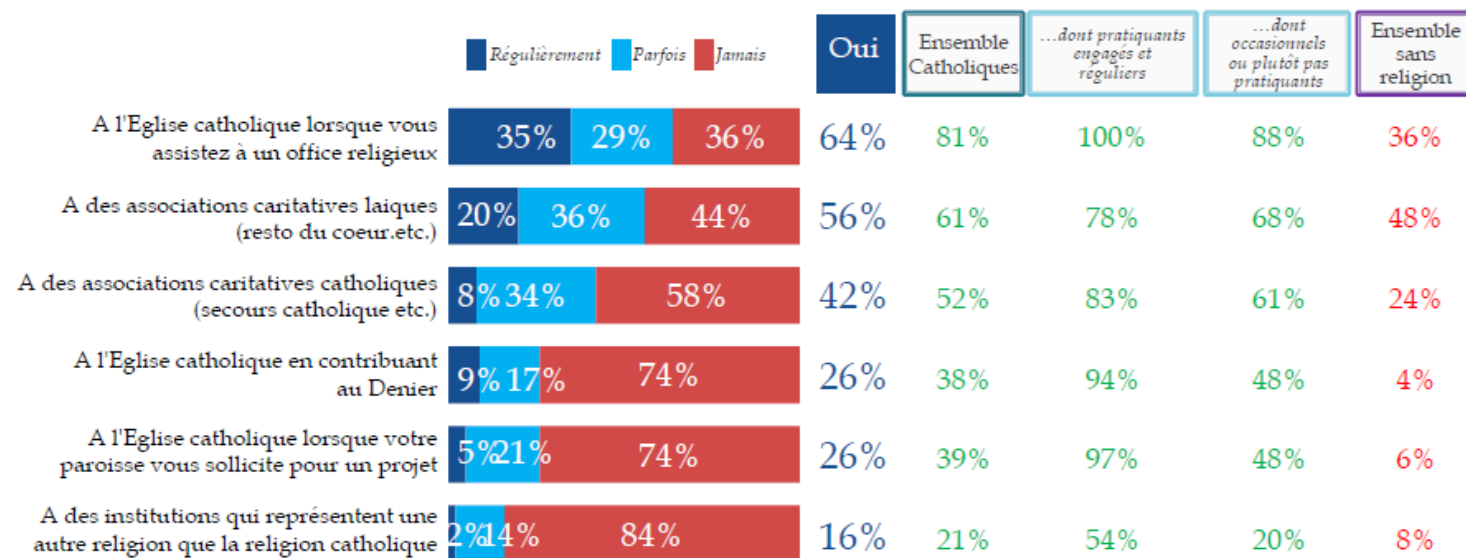
⇒ Le lieu de culte est une motivation pour les contributeurs au Denier.

Les français et le Denier

Implications des catholiques

Vous arrive t'il d'apporter votre contribution ?

base : Catholiques et répondants sans religion (1429)



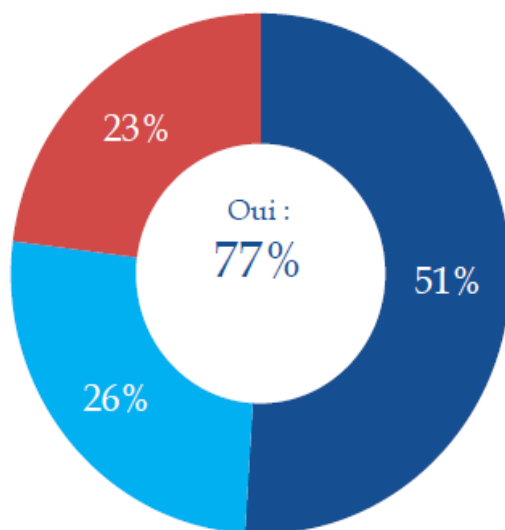
⇒ Les catholiques sont impliqués dans toutes les causes.

Les français et le Denier

Le Denier : un vocable encore reconnu

L'Église catholique n'est pas subventionnée par l'État depuis 1905, Le Denier est la ressource de l'Église catholique qui permet la rémunération des prêtres et des laïcs salariés en mission. Le Denier permet à tous de contribuer à soutenir la mission de l'Église catholique. Connaissez-vous ce vocable ?

Base : Catholiques et sans religion mais parents catholiques



■ Oui tout à fait
■ Oui vaguement
■ Non pas vraiment

	Catholiques	Sans religion parents catholiques
Total - Oui	85%	64%
...dont Oui tout à fait	59%	36%
Non pas vraiment	16%	36%

	18-29 ans	30-40 ans	41-50 ans	Total 30-50 ans	51-64 ans	65 ans et +	Total 51 ans et +
Total - Oui	61%	64%	76%	70%	85%	92%	88%
...dont Oui tout à fait	25%	36%	47%	42%	60%	75%	67%
Non pas vraiment	39%	36%	24%	30%	15%	8%	12%

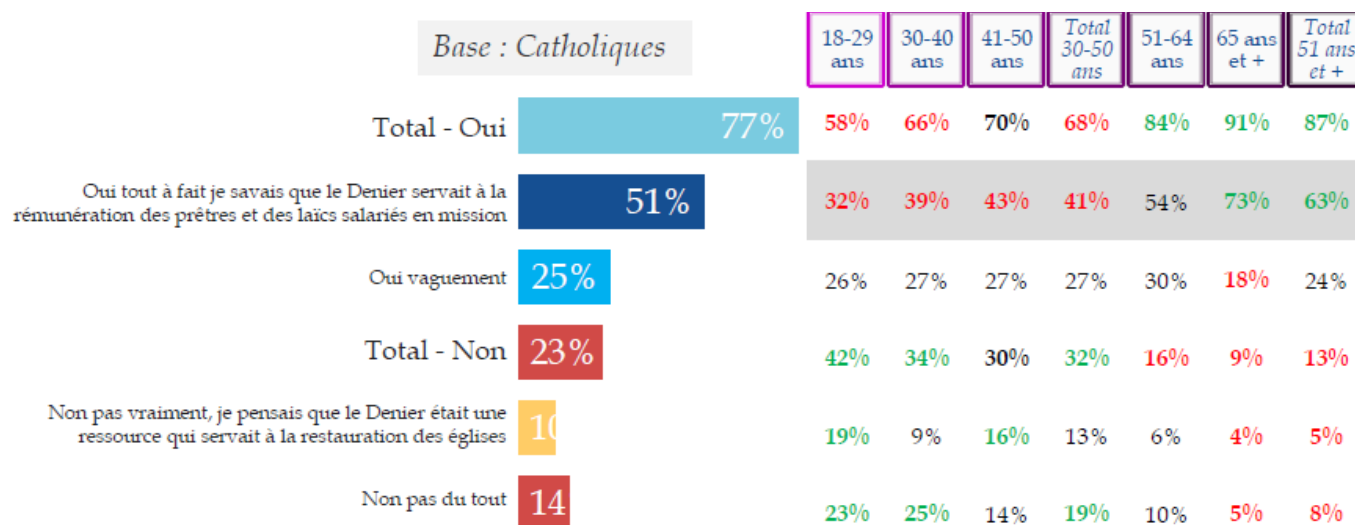
⇒ Si les aînés expriment une forte reconnaissance du vocable Denier, ce n'est pas le cas des générations suivantes mais qui, malgré une connaissance moins élevée, gardent un pourcentage important.

Les français et le Denier

Une méconnaissance de l'usage précis du Denier

Connaissez vous son usage ?

Base : Catholiques (888)



⇒ Une connaissance de l'usage du Denier qui décroît selon l'âge en partant des séniors.

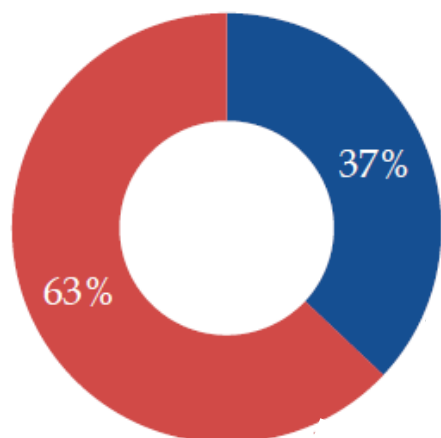
⇒ Les 18 à 29 ans sont 3 sur 10 à connaître l'usage précis du Denier contre près de 7 sur 10 chez les 65 ans et plus.

Les français et le Denier

Les non contributeurs et le Denier

Vous n'êtes pas un contributeur au Denier, pensez vous que l'Église catholique puisse se passer de cette ressource pour rémunérer les prêtres et les laïcs salariés en mission ?

Base : Non contributeurs réguliers (1301)



■ Oui ■ Non

	18-29 ans	30-40 ans	41-50 ans	Total 30-50 ans	51-64 ans	65 ans et +	Total 51 ans et +
Oui	30%	24%	41%	33%	48%	35%	42%
Non	70%	76%	59%	67%	52%	65%	58%

⇒ Les non contributeurs au Denier reconnaissent l'importance du Denier comme une ressource de l'Église.

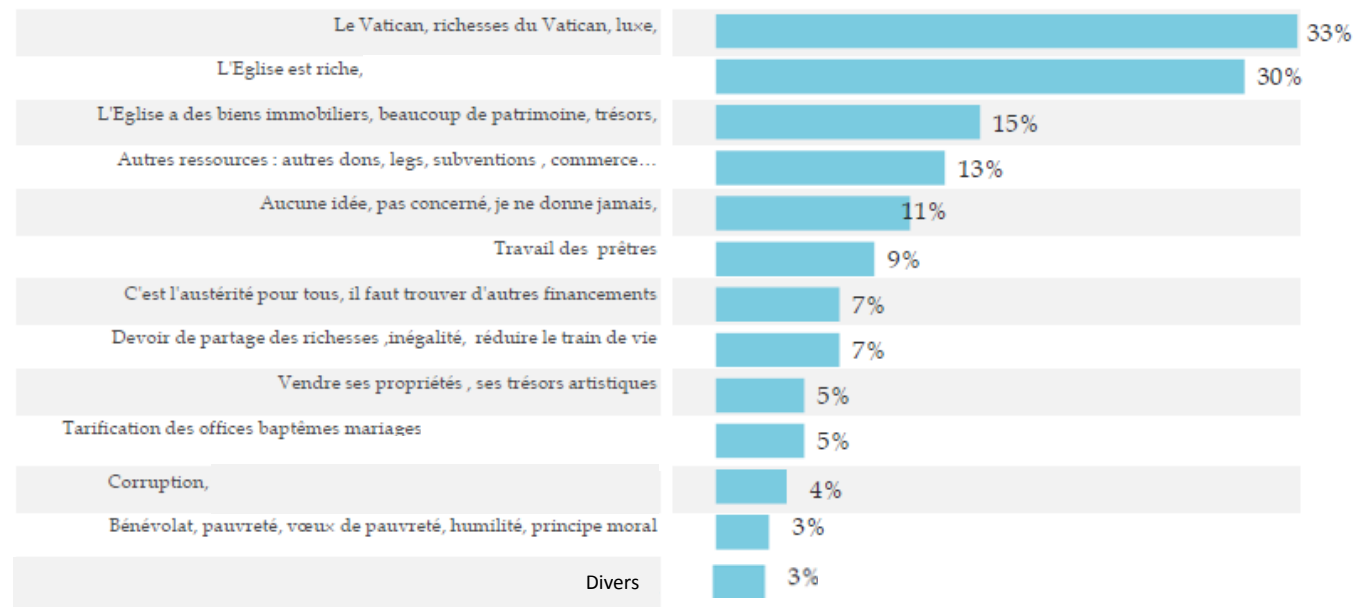
Les français et le Denier

Pourquoi le Denier n'apparaît pas nécessaire à l'Église ?

Vous considérez que l'Église catholique peut se passer de la ressource du Denier pour subvenir à la rémunération des prêtres et des laïcs salariés en mission, pourriez-vous en trois mots clés expliquer pourquoi ?

Base : 316 non contributeurs au Denier

Total



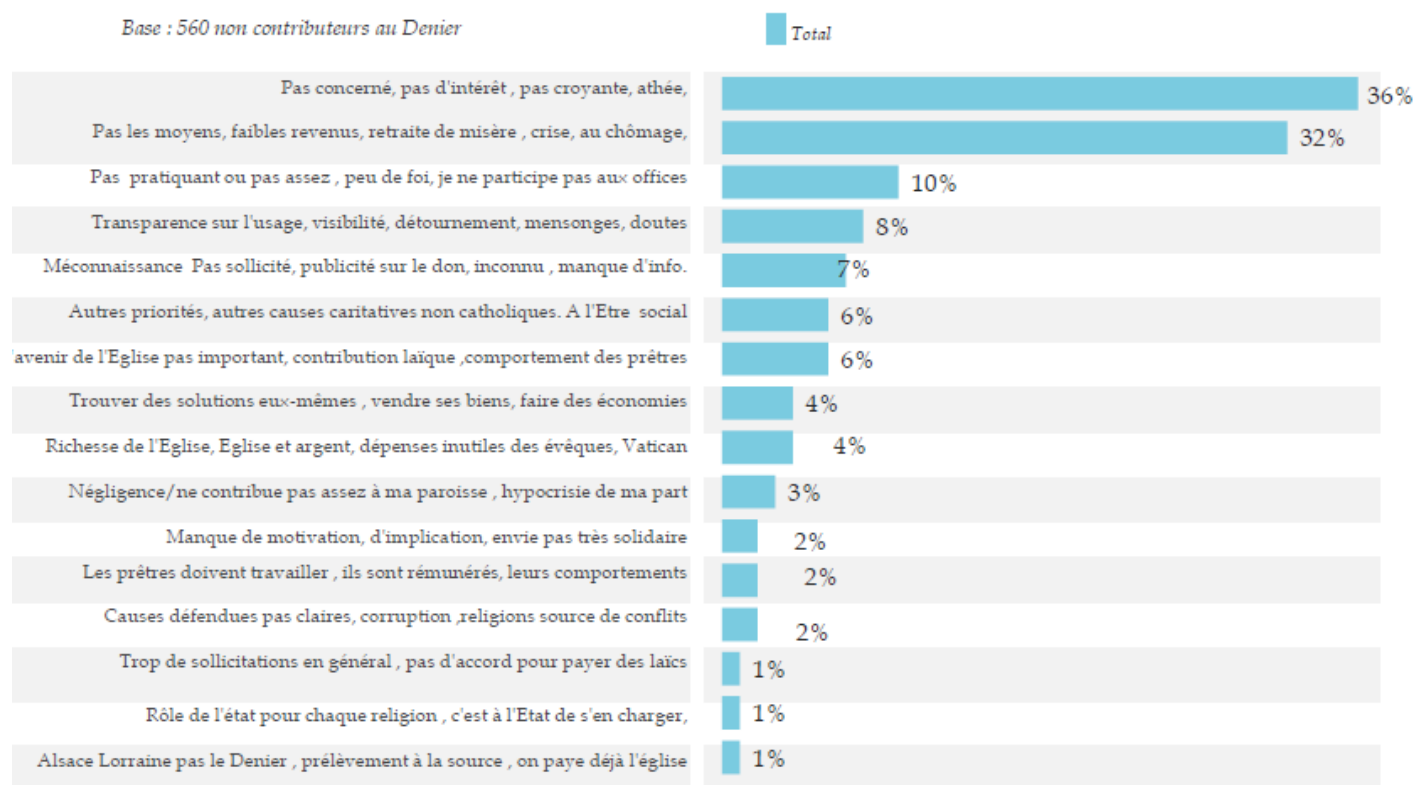
⇒ Des clichés sur l'Église qui occultent l'importance du Denier.

Les français et le Denier

Pourquoi je ne donne pas bien que le Denier m'apparaisse important pour l'Église ?

Vous considérez que l'Église catholique ne peut pas se passer de la ressource du Denier pour subvenir à la rémunération des prêtres et des laïcs salariés en mission, pourriez-vous en trois mots clés préciser vos freins à contribuer de manière régulière au Denier ?

Base : 560 non contributeurs au Denier



⇒ Bien que reconnaissant l'importance du Denier, l'absence de foi et la pauvreté sont les premières motivations de la non contribution.

Annexe : Les ressources de l'Église

Ressources	Versée par	Sert principalement à
Le Denier de l'Église	Des catholiques (pratiquants ou non).	Le traitement des prêtres, des laïcs en animateurs en pastorale.
La quête	Les participants (messe, célébrations de mariage ou de funérailles, ou autre cérémonie).	Fonctionnement de la paroisse (entretien, éclairage, chauffage...), sauf quête pour une cause particulière (diocèse, Église universelle).
Le casuel	Ceux qui demandent un sacrement (baptême, mariage) ou la famille du défunt pour des funérailles.	La vie du diocèse, des paroisses, ou des prêtres.
Les offrandes de messe	Les fidèles qui demandent qu'une messe soit célébrée à une intention particulière.	La vie matérielle des prêtres.
Dons et legs	Des catholiques	Fonctionnement
Cierges, troncs	Des fidèles	Cause particulière
Kermesses, manifestations	Les participants ou fonctionnement	Cause particulière
Souscription particulière	Des fidèles	Causes particulière (par ex. construction d'une maison paroissiale).