

III. LA SOCIÉTÉ II.

<u>III. LA SOCIÉTÉ II.</u>	1
<u>III.h. L'immigration.</u>	1
<u>III.i. La consommation</u>	2
<u>III.j. Des attentes nouvelles.</u>	4
<u>III.k. Le temps libre</u>	5
<u>III.l. La religion et les valeurs.</u>	6
<u>III.m. Culture et engagement</u>	6

III.h. L'immigration

La France est depuis longtemps un pays d'immigration, qui a connu deux grandes vagues d'immigration dans les années vingt et les années soixante. Après la Première Guerre mondiale, Belges, Polonais, Italiens, Nord-Africains, Indochinois sont venus augmenter la population active, très touchée par la perte de 1,4 million d'hommes jeunes et le nombre d'invalides. A partir de 1945, afin de pallier la pénurie de main-d'œuvre et de répondre aux besoins de l'économie en pleine expansion, l'immigration des Espagnols, Portugais, Africains, et surtout, Maghrébins, a été encouragée. Après 1974, la crise économique a entraîné l'arrêt officiel de l'immigration, sauf pour les cas de regroupement familial et de droit d'asile.

Connaître le nombre des immigrés est difficile parce que les enfants d'immigrés nés en France sont Français. Au dernier recensement de 1999, 4 310 000 immigrés, dont les origines géographiques sont de plus en plus diversifiées, ont été recensés, soit 7,4 % de la population, proportion constante depuis 1975. Plus d'un immigré sur trois est de nationalité française et les naturalisations ont doublé en dix ans.

Essentiellement masculine l'immigration répondait autrefois à un besoin de main-d'œuvre. Aujourd'hui, elle est souvent liée au regroupement familial et l'équilibre hommes/femmes est atteint.

Près de deux immigrés sur trois résident dans une agglomération de plus de 200 000 habitants, seulement 3 % vivent dans des communes rurales alors que 37 % sont installés en région parisienne.

Les immigrés sont principalement ouvriers dans la construction, l'industrie automobile et les services aux entreprises, alors que les femmes immigrées se retrouvent davantage parmi les personnels de services directs aux particuliers. Ils sont donc plus touchés par le chômage que le reste de la population, les femmes encore plus que les hommes.

L'accès des femmes immigrées au monde du travail a bouleversé les modes de vie des populations immigrées. De plus en plus de femmes actives étrangères adoptent les mœurs des femmes françaises mettant à mal les modèles traditionnels des rôles masculins et féminins de leur pays d'origine. Les jeunes filles réussissent mieux à l'école et trouvent plus facilement du travail. Adultes, elles sont de plus en plus nombreuses à oser un mariage mixte, voire l'union libre. Elles utilisent la contraception, ont moins d'enfants et les naissances sont plus tardives. Elles encouragent leurs enfants dans les études, si bien qu'à situation familiale et sociale identique le taux de réussite scolaire des enfants d'immigrés est égal à celui des Français de souche ; la maîtrise de la langue, qui dépend de l'ancienneté de l'immigration, est un facteur déterminant de réussite.

Les immigrés rencontrent souvent des difficultés d'ordre culturel : la religion, les codes de conduite, les rapports d'autorité au sein de la famille ou du groupe sont autant d'éléments qui se heurtent à une réalité culturelle différente.

Une majorité d'entre eux surmontent ces problèmes en se créant une identité intermédiaire, conciliant leur identité d'origine et l'intégration dans la société française. Ainsi, les jeunes Beurs, jeunes Maghrébins nés en France de parents immigrés, parlent arabe avec leurs parents, mais le français est considéré comme leur langue maternelle. Ils conservent quelques pratiques religieuses comme le ramadan ou les interdits alimentaires, ils maîtrisent les codes culturels du pays d'accueil sans abandonner leur culture d'origine. Contrairement à d'autres pays d'Europe, on assiste en France à de véritables mélanges entre populations.

Pourtant l'image de cette intégration silencieuse et majoritaire est assombrie par les problèmes existant dans certaines cités de banlieues. Dans les années soixante-dix, les Français de souche ont quitté les cités pour, le plus souvent, accéder à la propriété dans des lieux plus confortables. Les familles immigrées les ont remplacés dans les cités, mais avec la montée du chômage et la crise économique la situation s'est dégradée : la violence est apparue et les crimes et incidents à caractère raciste se sont multipliés. Certains en arrivent à refuser l'intégration et cherchent dans l'intégrisme islamique les promesses d'un monde meilleur (20 % d'entre eux).

Le sport devient un des biais de l'intégration ; les jeunes issus de l'immigration y trouvent un encadrement, une hygiène de vie et des règles, une identification avec un quartier ou une cité. Ils peuvent également y rencontrer la réussite, et il y a de plus en plus de jeunes issus de l'immigration parmi les sportifs professionnels.

Immigrés selon le pays de naissance

<i>Pays de naissance</i>	<i>Ensemble</i>	<i>Français par acquisition</i>	<i>Étrangers</i>
Ensemble	4 308 527	1 554 939	2 753 588
Europe	1 934 758	772 364	1 162 394
dont :			
- Espagne	316 544	172 505	144 039
- Italie	380 798	210 529	170 269
- Portugal	570 243	115 755	454 488
Afrique	1 692 110	510 738	1 181 372
dont :			
- Algérie	575 740	156 856	418 884
- Maroc	521 059	133 405	387 654
- Tunisie	201 700	80 987	120 713
Asie	550 166	220 671	329 495
dont :			
- Cambodge	50 526	30 589	19 937
- Viêt-nam	72 318	53 884	18 434
- Turquie	175 987	26 759	149 228

(Source : INSEE - recensement de 1999.)

III.i. La consommation

La consommation est en progression constante depuis quarante ans et représente plus des 2/3 du PIB. La consommation est encouragée puisqu'elle crée des emplois et fait tourner l'économie. Après les années de crise, la consommation en volume augmente au rythme de 2 à 3 % par an. Depuis 1980, le logement devient la dépense la plus importante, dépassant l'alimentation et la santé. La part consacrée à l'habillement est en baisse, on achète plus de vêtements mais moins chers (- 40 % depuis 1985). En revanche, les biens de loisirs, l'éducation et les spectacles, mais surtout les services médicaux et de santé ont connu un développement rapide.

L'environnement du consommateur s'est modifié (grandes surfaces, multiplication des enseignes, apparition de nouveaux produits...) induisant chez lui de nouveaux comportements. Aujourd'hui la

consommation ne reflète pas un statut social, et les cadres comme les ouvriers consomment globalement les mêmes produits issus des mêmes réseaux de distribution. Cependant, des crises alimentaires ou environnementales récentes (" vache folle ", OGM...) ont fait naître des inquiétudes et des exigences en matière de sécurité et de qualité qui pourraient faire resurgir à nouveau des clivages entre ceux qui auront les moyens d'acheter des produits de haute qualité (produits " bio " ou labellisés, produits du terroir...) nettement plus chers et les autres. Enfin, les comportements ont changé, le même consommateur peut acheter du bas de gamme et du haut de gamme, il connaît les astuces du marketing, est devenu plus exigeant et n'hésite pas à comparer les prix et à se servir auprès de plusieurs réseaux de distribution. Il utilise la vente par correspondance et internet pour ses achats.

Évolution de la consommation depuis 40 ans

	Part dans la consommation effective des ménages à prix courants (%)					Évolution annuelle moyenne en volume (%) *
	1960	1970	1980	1990	2000	2000/1960
Alimentation	23,2	18,0	14,5	13,1	11,4	2,3
Habillement	9,7	8,1	6,1	5,4	4,0	1,8
Logement (entretien, location...)	10,7	15,8	16,8	17,4	19,1	4,0
Équipement du logement	8,4	7,3	6,8	5,6	5,1	3,0
Santé	1,5	2,1	2,0	2,7	2,9	6,4
Transports	9,3	10,4	12,1	12,6	12,2	3,9
Communications	0,5	0,6	1,3	1,5	1,7	9,4
Loisirs et culture	6,2	6,8	7,1	7,0	7,1	4,5
Éducation	0,5	0,5	0,4	0,5	0,5	2,2

* Pour tenir compte de la dépréciation de la monnaie au cours du temps, la dernière colonne intègre une correction éliminant les effets de l'inflation.

(Source : INSEE).

En vingt ans, la croissance du niveau de vie, les normes sociales concernant la minceur, l'équilibre alimentaire et la diététique, le travail des femmes ont changé le contenu du panier de la ménagère. Les produits de base (pain, pomme de terre...) ont laissé la place à des produits diversifiés, plus conformes au mode de vie actuel. Les industries agroalimentaires se sont adaptées à ces nouveaux besoins, proposant des produits d'utilisation rapide ou prêts à consommer : légumes surgelés, plats cuisinés, céréales du petit déjeuner, aliments pour bébé qui font gagner du temps. Ils correspondent aux attentes de la mère de famille active qui a moins de temps à consacrer à la préparation des repas comme à celles des personnes vivant seules. Les formes variables de présentation (parts individuelles, plats familiaux) répondent à la diversité des modes de vie et n'oblige plus les différents membres de la famille à manger la même chose au même moment. Les goûts ont également évolué, et de nouveaux modes alimentaires apparaissent : aliments diététiques, alimentation rapide, produits authentiques, alimentation exotique... Malgré la place prise par les produits préparés par les industries, la part de l'alimentation dans le budget des ménages a continué à baisser de 20 % en 1960 à 14 % en 2001.

Vente d'aliments tout-préparés

(augmentation des ventes entre janvier et août 2002 par rapport à la même période 2001 - en %)

Pain de mie	15,9
Salades toutes-préparées	15
Eaux aromatisées	11,8
Salades vertes sous sachet	10,7
Champagne	9,6
Légumes surgelés	9,6
Plats cuisinés frais	7,7
Barres céréalières	7,2

(Source : Iri Secodip.)

54 % des Français sont propriétaires de leur logement et ce taux est stable depuis 1988, même si le nombre de propriétaires augmente en raison de la croissance de la population. Les dépenses liées au logement représentent un tiers de la dépense des ménages. Le confort et la surface moyenne des logements ne cessent d'augmenter. La quasi totalité des ménages possède un lave-linge, un réfrigérateur, une cuisinière. 60 % ont un four à micro-ondes mais 40 % seulement un lave-vaisselle.

La pratique d'activités culturelles

(de la population des 15 ans et plus ayant pratiqué une activité au cours des douze derniers mois - en %)

Lecture de livres	58
Cinéma	50
Musée, exposition, monument historique	45
Théâtre, concert	29
Pratiques amateur	14
Aucune des activités culturelles	21
4 ou 5 activités culturelles	19

(Source : INSEE, enquête " Conditions de vie des ménages ", octobre 2000.)

La maison représente une valeur fondamentale et il existe plus de 620 publications périodiques en rapport avec la maison (ameublement, jardin, bricolage, décoration...). La maison n'est jamais finie, on n'achète plus un équipement pour la vie, meubles en " kit ", équipements de confort, décoration évoluent au rythme de l'âge, de la composition de la famille et des moyens financiers.

Les équipements liés aux loisirs ont connu un accroissement massif : 92 % des foyers ont un ou plusieurs téléviseurs, 65 % un magnétoscope, 61 % une chaîne hi-fi. Les lecteurs DVD ont connu des ventes record (plus de 30 % en 2002) et plus d'un tiers des foyers en est équipé. Les téléphones portables et les ordinateurs suivent la même voie (respectivement 64,5 % et 38,8 % des foyers en possèdent).

Les dépenses liées aux loisirs ne sont plus des signes révélateurs de la situation sociale, mais disparités et inégalités n'ont pas totalement disparu et l'argent fait encore des différences.

L'engouement des Français pour les loisirs a dynamisé plusieurs secteurs de l'économie. Les déplacements liés aux loisirs ont favorisé le secteur de l'automobile : un quart des ménages a deux voitures et 4 % trois ou plus. De la même manière, les transports aériens et ferroviaires ont augmenté dans de fortes proportions. Les secteurs des articles de sport, de pêche ou de chasse sont également en pleine expansion.

III.j. Des attentes nouvelles

La société française attache de plus en plus d'importance à la qualité : qualité des produits, qualité du cadre de vie, qualité du temps libre. Les attentes dans ce domaine vont de pair avec une recherche de l'épanouissement individuel, et une plus grande exigence envers les producteurs comme les services publics, y compris en matière de santé.

La perception des risques s'est transformée depuis une dizaine d'années et elle renforce ces exigences qualitatives. Les Français sont préoccupés par le chômage (65 %), l'insécurité et la délinquance (55 %), la pauvreté et l'exclusion (46 %). Ces risques économiques les rendent sensibles à la question des inégalités et 76 % d'entre eux estiment que les inégalités sociales sont inacceptables et refusent qu'elles soient le prix à payer pour le progrès économique. Le sentiment d'insécurité et la crainte des agressions augmentent même en zone rurale.

Les crises liées à l'épidémie du sida et l'affaire du sang contaminé (distribution de produits sanguins contaminés par le virus du sida jusqu'en octobre 1985 par le Centre national de transfusion sanguine, ayant entraîné la mise en cause en justice de ministres et du Premier ministre), qui a éclaboussé aussi bien les milieux médicaux qu'administratifs ou politiques, à la vaccination contre l'hépatite B ou à la

maladie de la " vache folle " (encéphalopathie spongiforme bovine - ESB) ont sensibilisé à l'extrême les Français. Elles ont ébranlé leur confiance dans les institutions et leur ont fait douter des capacités de la communauté scientifique, administrative ou politique à gérer ces risques.

III.k. Le temps libre

60 % des Français partent en vacances, proportion constante depuis plus de dix, mais ils ont tendance à raccourcir la durée de leurs séjours et à les multiplier. Les enfants et adolescents sont plus nombreux à partir (70 % des moins de 20 ans). En 1999, un tiers des séjours se déroulaient dans la résidence principale de parents ou d'amis. La montagne l'hiver, la mer l'été restent toujours le choix d'une majorité. Des destinations de courte durée à l'étranger, dans des pays proches comme l'Espagne ou l'Italie en été, la Tunisie en hiver ont aussi leurs faveurs.

La campagne est avant tout pour les Français une destination de week-end avec un séjour de moins de quatre jours, contrairement aux touristes étrangers qui préfèrent y séjourner plus longuement. Pour certains départements, comme le Gers, le Lot, l'Aveyron, la Dordogne ou l'Ariège, le tourisme est devenu l'activité principale.

S'il privilégie son intérieur, le Français n'en oublie pas pour autant la nature. Le jardin l'attire de plus en plus et trente à quarante jardineries s'ouvrent chaque année. L'art des jardins suscite l'enthousiasme de public et les manuels pratiques, guides, revues spécialisées, tout comme les multiples manifestations organisées autour des jardins (visite, exposition, échange de plantes, journées nationales " Rendez-vous aux jardins "...) sont autant de traductions de cet engouement. Le jardin est un patrimoine vivant qui témoigne du passé, porte l'avenir et devient un espace d'expression, même les potagers deviennent des jardins de plaisir.

La chasse a longtemps été pratiquée par de nombreux Français vivant en milieu rural. Aujourd'hui le nombre des chasseurs (1 384 000 en 2001), même si la moitié des chasseurs de l'Union européenne sont en France, ne cesse de diminuer. La pratique de la chasse suscite des polémiques avec les écologistes, et la chasse perd en popularité.

La pêche rassemble trois millions de pêcheurs assidus et deux millions de pêcheurs occasionnels dans un climat non conflictuel. Regroupés en association, bon nombre de pêcheurs veillent à attirer l'attention du public ou des pouvoirs publics sur la dégradation des milieux aquatiques. La pêche est un sport populaire qui se pratique souvent en famille ou entre amis.

Le sport répond aujourd'hui à la recherche d'un certain bien-être et au désir de se retrouver entre amis ou en famille autour d'une passion commune. L'intérêt pour les sports se manifeste dans le soutien aux équipes sportives (par exemple les matchs de football du championnat national de première division attirent en moyenne 20 000 spectateurs, et plus de 10 millions de téléspectateurs pour une grande rencontre) et par la lecture de la presse consacrée aux sports, le journal L'Équipe est le quotidien le plus diffusé en France. Le football, le cyclisme ou l'athlétisme sont des sports très populaires.

Les sports récents (sports de glisse, roller ou vol libre...) ont de plus en plus d'adeptes. Les sportifs recherchent le contact avec la nature, 63 % des activités ont lieu en pleine nature. Certains sports sont intimement liés aux vacances, ainsi de la voile (55 % de la pratique pendant les vacances) ou des sports de glisse de neige ou de mer. La pratique d'activités physiques, qui commence de plus en plus tôt grâce à l'école, diminue avec l'âge.

Où vont les Français en vacances d'été ?

Les dix premiers choix en France et à l'étranger (en %)

Destinations françaises		Destinations étrangères	
Var	5,3	Espagne	21,2
Vendée	4,9	Italie	11,7
Hérault	4,7	Portugal	10,3
Charente-Maritime	4,1	Maroc	8,5

Morbihan	3,3	Tunisie	5,7
Haute-Savoie	3,3	Turquie	4,2
Loire-Atlantique	3,3	Algérie	3,8
Alpes-Maritimes	3,3	Grèce	3,7
Finistère	3,0	États-Unis	3,5
Pyrénées-Orientales	3,0	Royaume-Uni	3,3

(Source : INSEE, Enquête " Conditions de vie des ménages " 1999.)

III.l. La religion et les valeurs

La France est un pays laïc, de tradition et de culture catholiques. Jusqu'au milieu des années soixante l'Église catholique était une institution et 91,7 % des nouveau-nés étaient baptisés. Dès le début des années soixante, la pratique dominicale a chuté dans les régions les plus pratiquantes, et les différences entre les régions se sont estompées. Les principales religions sont, d'après un sondage réalisé en mars 2003, la religion catholique (62 % des Français), la religion musulmane (6 %), la religion protestante (2 %) et la religion juive (1 %), 26 % des Français se déclarent sans religion. Toujours d'après le même sondage, 41 % des Français tiennent pour improbable ou exclue l'existence de Dieu et 58 % la considèrent comme certaine ou probable.

L'individualisation de la morale entraîne inévitablement la tolérance des différences. Le phénomène dominant est la diversification des systèmes de valeurs et non l'affadissement des valeurs. Les Français sont de plus en plus tolérants en matière de mœurs, mais ils distinguent entre les choix qui n'engagent que la morale individuelle et les comportements qui ont des répercussions sur d'autres personnes ; ils oscillent entre libéralisme, au nom de la liberté de pensée, et demande de régulation, pour le respect des valeurs républicaines.

III.m. Culture et engagement

La passion traditionnelle des Français pour l'école, la culture et la langue s'est renforcée avec l'explosion scolaire de l'après-guerre. L'école maternelle est une réussite du système éducatif français faisant l'unanimité. Réussir à l'école demeure le meilleur gage de réussite sociale pour le plus grand nombre de familles. L'institution scolaire s'est démocratisée depuis le XIXe siècle sans perdre pour autant sa valeur symbolique et son rôle social.

Une spécificité de la culture française est le rôle qu'ont joué les intellectuels dans la société. Voltaire, Hugo, Zola, Gide, Sartre demeurent les grands modèles de référence pour tous ceux qui veulent sensibiliser leurs concitoyens sur le bien et le mal, le vrai et le faux. La télévision a élargi l'audience des intellectuels, renforcé et banalisé leur fonction puisqu'ils peuvent tenir une émission hebdomadaire ou voir leurs textes publiés par les grands journaux et commentés sur toutes les antennes. Bernard Henry Lévy définit l'intellectuel comme " des artistes ou des écrivains sortant de leur discipline pour, sans l'ombre d'un mandat, et forts d'une autorité acquise ailleurs, trouver à la fois naturel et utile de venir mêler leur voix aux grands débats de la cité ". Le goût français pour l'intellectualisme et la rationalité, demeure une constante.

La multiplication des associations, constituées selon les dispositions de la loi de 1901 est un fait marquant des trente dernières années, et témoigne de l'engagement des Français, qui, bien que réputés individualistes, se sont pris de passion pour les associations.

Il y aurait aujourd'hui 880 000 associations, et 60 000 sont créées chaque année, même s'il est difficile de connaître leur nombre exact car certaines cessent de fonctionner sans être officiellement dissoutes. L'activité associative est surtout développée dans les domaines de la santé, de l'action sociale, de la culture, de l'éducation et du sport. Elles rallient à elles près d'un Français sur deux, une minorité s'engageant activement dans la vie de plusieurs associations et y exerçant des responsabilités. Au total, en 2002, les associations emploient plus d'un million de salariés, et un nombre de bénévoles

estimé à plus de neuf millions y consacre une partie de leur temps libre, voire de leur retraite. Certains secteurs comme le sport draine un grand nombre de bénévoles sans lesquels les nombreuses associations sportives ne pourraient pas fonctionner.

Dans le domaine des valeurs politiques, on n'observe pas de déclin de l'intérêt pour la chose publique, mais la politisation est faible, bien que plus élevée chez les hommes des catégories socioprofessionnelles supérieures et chez les personnes ayant fait de longues études. Le militantisme, politique ou syndical, décline. Le taux de syndicalisation (7 à 9 % en 1998) est très bas par rapport aux autres pays de l'Union européenne. La participation électorale baisse, mais des pratiques comme les manifestations et la signature de pétitions se développent. De nouvelles formes d'engagement collectif se manifestent, traduisant la volonté de participation des citoyens mais en dehors des canaux traditionnels (partis, syndicats...). Les initiatives collectives se multiplient (mouvement des lycéens, des sans-papiers, actions en faveur des chômeurs, interventions des parents d'élèves...). Elles reçoivent un large écho dans la population et contribuent à porter sur la place publique le débat et à faire évoluer les choses.

Source : d'après le site du Ministère des Affaires étrangères.