

Paris, le 16 juin 2011

La société française ne mobilise pas sa jeunesse !

Les Français considèrent les jeunes comme étant individualistes, pas solidaires, peu courageux, agissant peu pour aider les autres... Et pourtant, les jeunes ont envie d'être plus impliqués et plus utiles à la société, d'avoir un engagement solidaire... si seulement ils y étaient encouragés.

Résultats d'une étude BVA pour Rockcorps¹

La France porte un regard sans concession sur sa jeunesse.

Les Français portent un regard pessimiste sur la jeunesse dans notre société. Individualistes, peu courageux, agissant pas solidaires, agissant peu pour aider les autres : les Français ont une opinion négative des jeunes et de leur attitude au sein de la société.

Les chiffres à retenir :

- 59% des Français pensent que les jeunes sont individualistes
- 50% pensent qu'ils agissent peu pour aider les autres
- 1/3 pense qu'ils ne sont pas courageux, qu'ils ne font pas d'efforts et qu'ils ne défendent pas de valeurs.
- 8 sur 10 considèrent que les jeunes ne sont pas suffisamment nombreux à donner de leur temps à des projets solidaires associatifs ou humanitaires.

Pour autant, les jeunes manifestent une véritable envie de s'impliquer...

Cela peut paraître paradoxal mais les jeunes se montrent plus sévères que leurs aînés sur la question de l'engagement dans la société, à travers des projets solidaires. Alors que 76% des 25 ans et plus pensent que les jeunes ne sont pas suffisamment nombreux à donner de leur temps à des projets solidaires associatifs ou humanitaires, les 15-24 ans sont 81% à l'affirmer, preuve de leur conscience de la situation. Toutefois, ils sont 80% à penser que leurs pairs défendent des valeurs, signe de leur envie de s'impliquer.

Les chiffres à retenir :

- 81% des jeunes pensent qu'ils ne sont pas suffisamment nombreux à donner de leur temps à des projets solidaires associatifs ou humanitaires
- 47% pensent qu'ils agissent peu pour aider les autres.
- 80% des jeunes pensent que leurs pairs défendent des valeurs.

... encore faut-il que la société leur en donne les moyens.

Le manque d'encouragement de la société reste le frein majeur à l'engagement des jeunes pour 40% des Français.

A l'heure où la jeunesse internationale fait beaucoup parler d'elle et se mobilise, du Printemps arabe aux « Indignés » de la Puerta del Sol, les jeunes Français sont perçus plus comme la source de nombreux problèmes que comme une ressource utile, une source d'énergie et de dynamisme, alors même qu'ils manifestent une véritable envie de donner du

¹ Enquête réalisée par l'Institut BVA pour Rockcorps les 27 et 28 mai 2011, par téléphone, auprès de 1012 individus de 15 ans et plus représentatifs de la population française (sexe, âge, CSP du chef de famille). Résultats détaillés de l'étude disponibles sur demande.

temps. Aujourd'hui, le problème reste que la société française n'arrive pas à mobiliser sa jeunesse.

« Ce constat paradoxal est révélateur de nos sociétés : les jeunes manifestent une forte envie de s'engager mais passent difficilement à l'acte ! Cela montre bien que les institutions n'ont pas su parler aux jeunes pour les mobiliser concrètement. Chez RockCorps, nous défendons et croyons au « jeune utile », celui qui s'engage, qui participe au mieux-être de la société dans son ensemble. Pour preuve, depuis maintenant plus de 8 ans, nous avons réussi à mobiliser plus de 83 000 jeunes à travers le monde. En France, ce sont plus de 12 000 jeunes qui ont donné plus de 48 000 heures de bénévolat à l'une des 125 associations partenaires de RockCorps, preuve que la société dans son ensemble ne propose pas les structures adaptées. RockCorps leur permet d'aborder un sujet sérieux, celui de l'engagement solidaire, sur un ton adapté, celui du divertissement » commente **Stephen Greene, co-fondateur de Rockcorps.**

Orange RockCorps, le concert solidaire, pour encourager les jeunes à découvrir le monde du volontariat et donner à voir leur utilité dans la société

Depuis plus de 8 ans, RockCorps est une entreprise au cœur d'une chaîne entre associations, jeunes et partenaires, autour du concept de concert solidaire

RockCorps est une initiative née d'un **constat simple** : les associations mènent des actions efficaces et contribuent largement à améliorer le monde. Toutefois, leur modèle économique basé sur la recherche de financements et de fonds est un frein à leur développement et à leur pleine efficacité. **Persuadés qu'un modèle économique socialement responsable peut non seulement fonctionner mais aussi être performant, convaincus que les jeunes d'aujourd'hui ont envie de s'investir dans des actions de solidarité, 7 amis issus du monde de la musique et du secteur associatif ont imaginé le concept de RockCorps.**

En France, RockCorps s'est associé à Orange pour créer le mouvement Orange RockCorps. Le principe : **« Tu donnes, tu reçois ».**

Les volontaires donnent en effet 4 heures de leur temps à l'une des 125 associations partenaires d'Orange RockCorps, dont :



- Emmaüs
- la Croix Rouge
- le Groupe SOS
- les Restos du Cœur
- le Samu Social
- le Secours Catholique
- le Secours Populaire
- WWF, etc.

Orange RockCorps s'occupe du recrutement des volontaires et fournit tout le matériel ainsi que le personnel nécessaire à la coordination des opérations. Par groupes de 50, 100 ou plus, et grâce à l'organisation RockCorps, les volontaires travaillent dans une ambiance festive en musique, avec la présence de DJ's.

Le mouvement permet de recevoir **une place pour un concert exceptionnel qui leur est réservé**, en échange de 4 heures de bénévolat au profit d'associations locales partenaires. Orange RockCorps met ainsi en avant le concert solidaire. **Le prochain concert aura lieu le 6 juillet au Zenith de Paris en présence de David Guetta, Taio Cruz, Jessie J ou encore Ludacris.** Lors de ce concert, les jeunes seront mis à l'honneur tout au long de la soirée, en particulier par les artistes.



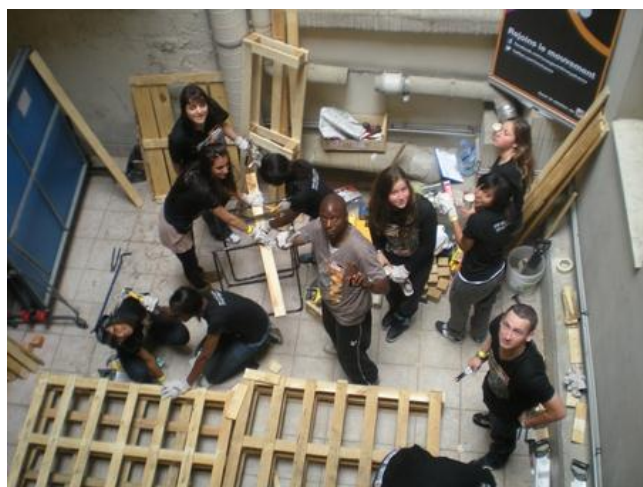
RockCorps se donne pour mission de donner à voir l'utilité des jeunes dans la société, contre tout préjugé

Au-delà des frontières, du Printemps arabe aux « Indignés » de la Puerta del Sol à Madrid, nous avons désormais la preuve que **la jeunesse se mobilise, qu'elle est capable de faire bouger les standards établis**. Dans une société française vieillissante mais qui croit encore aux jeunes, comme le montre le fort taux de natalité en France, **les jeunes méritent cette approche qui affirme qu'ils peuvent faire la différence**.

RockCorps est persuadé que les jeunes sont l'avenir, qu'ils sont le principal vecteur de changement de notre société, mais surtout qu'ils ont envie de prendre part au débat sociétal et de contribuer à son évolution : 97% des jeunes s'estiment courageux et responsables dans leur comportement (ils ne sont que 29% à se juger individualistes)². C'est pourquoi, RockCorps défend une vision du « jeune utile » : celui qui s'engage, qui participe au mieux-être de la société dans son ensemble.

Orange Rockcorps, c'est :

- **83 000 volontaires à travers le monde** depuis 2003 (Etats-Unis, Grande-Bretagne et France),
- dont **plus de 12 000 en France** depuis 2009, soit l'équivalent de 48 000 heures de bénévolat
- plus de **300 projets solidaires** en France depuis 2009
- plus de **125 associations partenaires** dont Emmaüs, la Croix Rouge, le Groupe SOS, les Restos du Cœur, le Samu Social, le Secours Catholique, le Secours Populaire, WWF, etc.
- **2 concerts par an** et des tournées avec des artistes



volontaires qui se sont engagés avec RockCorps depuis 2009 (1er concert RockCorps en France).

A l'heure de l'Année Européenne du Volontariat, RockCorps propose une nouvelle approche du volontariat, adaptée au mode de vie des jeunes, pour leur permettre d'ouvrir une porte sur le monde de la solidarité, qui peut paraître inaccessible et difficile. Le succès de RockCorps à travers le monde depuis 8 ans en est la preuve : nous avons trouvé un moyen de nous adresser à ce qui leur parle. **83 000 personnes** ont participé directement à un programme Rockcorps dans le monde depuis 2003 (création de RockCorps aux Etats-Unis). En France, ce sont **plus de 12 000**

« Nous pensons que les jeunes ne s'investissent pas dans du bénévolat ou du volontariat en France parce que les institutions n'ont pas su trouver les mots pour leur parler, qu'elles sont trop sérieuses. Chez RockCorps, nous sommes convaincus que solidarité rime avec divertissement » commente **Stephen Greene, co-fondateur de RockCorps**.

² Enquête réalisée par l'Institut BVA pour Rockcorps les 27 et 28 mai 2011, par téléphone, auprès de 1012 individus de 15 ans et plus représentatifs de la population française (sexe, âge, CSP du chef de famille).

RockCorps propose une alternative en matière de volontariat, qui s'intègre au mode de vie des jeunes

Alors que 40% des Français pensent que la société n'encourage pas assez les jeunes à s'investir dans des projets de solidarité³, **RockCorps aborde des sujets sérieux, comme l'engagement, le bénévolat, l'action sociale, humanitaire, caritative, sur un ton adapté aux jeunes, celui du divertissement.**

4 heures de bénévolat le mercredi après-midi ou le week-end s'intègrent parfaitement dans la vie des jeunes, et peuvent devenir un moment de partage entre amis.



Au quotidien, sur les projets, les jeunes donnent énormément, tout en s'amusant. RockCorps parle le même langage que les jeunes, à travers des artistes de leur génération, qu'ils écoutent. Ainsi, lors du prochain concert Orange RockCorps, le 6 juillet, au Zenith, David Guetta, Taio Cruz, Jessie J, Ludacris seront présents sur scène. La musique est un langage universel, qui permet de mobiliser les jeunes. Grâce au pouvoir fédérateur de la musique, Orange RockCorps permet de sensibiliser et d'encourager les jeunes à s'impliquer auprès d'associations.

Contacts presse

RockCorps
Flavie Bitan
06 63 85 10 00
fbitan@rockcorps.fr

Agence ELAN
Marion Giroud
01 40 89 96 54
marion.giroud@agence-elan.com

³ Enquête réalisée par l'Institut BVA les 27 et 28 mai 2011 pour Rockcorps.



Issu d'un partenariat entre les sociétés Orange et RockCorps, le mouvement Orange RockCorps permet de recevoir une place de concert en échange de 4 heures de bénévolat au profit d'associations locales partenaires. Le premier concert a eu lieu à Paris en 2009, puis à Paris et Marseille en 2010. Au total 12 000 volontaires ont accompli 48 000 heures de volontariat. Cette année, l'aventure Orange RockCorps continue en France avec un concert au Zénith le 6 juillet 2011 et un concert Dôme de Marseille en octobre prochain. Jusqu'à présent Orange RockCorps a organisé plus de 200 projets associatifs auprès de 125 partenaires associatifs. Pour plus d'informations : Orangerockcorps.fr



La société RockCorps a été créée en 2003 par sept amis aux Etats-Unis pour créer un pont entre les associations et ceux et celles qui peuvent les aider. Les fondateurs ont à eux tous 40 ans d'expérience dans le secteur associatif et 60 ans d'expérience dans le domaine du divertissement. Une expérience hors du commun qu'ils ont souhaité mettre à profit des volontaires et des associations. En alliant la puissance de la musique au bénévolat, RockCorps offre l'opportunité d'agir au sein de sa communauté locale. À ce jour, plus de 83 000 personnes ont directement participé à un programme RockCorps dans le monde... et des millions d'autres ont entendu le message et pensent peut-être aujourd'hui grâce à RockCorps que le bénévolat, c'est « cool ».



France Télécom-Orange est l'un des principaux opérateurs de télécommunications dans le monde, avec 170 000 salariés au 31 mars 2011, dont 102 000 en France, et un chiffre d'affaires de 11,2 milliards d'euros au 1^{er} trimestre 2011. Présent dans 35 pays, le Groupe servait 215,9 millions de clients au 31 mars 2011, dont 141,6 millions de clients Orange, la marque unique du Groupe pour l'internet, la télévision et le mobile dans la majorité des pays où le Groupe est présent. Au 31 mars 2011, le Groupe comptait 156,7 millions de clients du mobile et 13,9 millions de clients ADSL et fibre dans le monde. Orange est l'un des principaux opérateurs européens du mobile et l'accès internet ADSL et l'un des leaders mondiaux des services de télécommunications aux entreprises multinationales, sous la marque Orange Business Services.

Avec son projet d'entreprise « conquêtes 2015 », Orange s'adresse simultanément à ses salariés, à ses clients, à ses actionnaires et plus largement à la société dans laquelle l'entreprise évolue en s'engageant concrètement sur des plans d'actions. Ceux-ci concernent les salariés du Groupe grâce à une nouvelle vision des Ressources Humaines ; les réseaux, avec le déploiement des infrastructures du futur sur lesquelles le Groupe bâtira sa croissance ; les clients, avec l'ambition de leur offrir la meilleure expérience parmi les opérateurs grâce, notamment, à l'amélioration de la qualité de service ; et l'accélération du développement international.

France Télécom (NYSE:FTE) est cotée sur Euronext Paris (compartiment A) et sur le New York Stock Exchange.

Pour plus d'informations (sur le web et votre mobile) : www.orange.com, www.orange-business.com, www.orange-innovation.tv

Orange et tout autre produit ou service d'Orange cités dans ce communiqué sont des marques déposées appartenant à Orange Brand Services Limited, Orange