



TNS Sofres



La Fondation  
MONOPRIX

Communiqué de presse  
Le 24 novembre 2014

*Les résultats complets de l'étude sont disponibles sur demande*

## La solitude et le lien social en ville

**La Fondation Monoprix a réalisé, en collaboration avec TNS Sofres et avec la contribution de Nathan Stern, sociologue, une étude sur la solitude et le lien social en ville.**

- **Près de 7 citoyens sur 10 reconnaissent avoir souffert de solitude.**
- **Environ 1 personne sur 2 en ville a peur de souffrir de solitude à l'avenir.**
- **85% des citoyens se disent prêts à en faire davantage pour lutter contre l'isolement et la solitude.**

*Depuis sa création en 2009, la Fondation d'entreprise Monoprix s'engage en faveur du lien social et de la solidarité en centre-ville.*

*Commerçant de proximité et acteur économique et social de premier plan dans les centres villes, Monoprix par le biais de sa Fondation a décidé d'étudier la place de la solitude en ville ainsi que les solutions possibles pour plus de solidarité et d'échanges.*

*TNS Sofres a accompagné La Fondation Monoprix dans cette enquête et interrogé un échantillon représentatif des 18 ans et plus, habitant dans des villes de plus de 10 000 habitants en France.*

Sont détaillés ci-après les principaux enseignements :

### **La solitude : un problème qui concerne tout le monde.**

La solitude (38%), mais aussi l'individualisme (50%) et l'insécurité (69%) apparaissent parmi les problèmes les plus répandus dans la société pour les citoyens interrogés – habitants de villes de plus de 10 000 habitants - : des résultats qui interrogent sur les difficultés du rapport à l'autre.

Caractéristique principale de la solitude : elle touche un grand nombre de personnes et les citoyens ont très majoritairement l'impression que c'est un problème qui s'aggrave (79%). Près de 7 citoyens sur 10 reconnaissent eux-mêmes avoir souffert de solitude.

Pour un constat : environ 1 personne sur 2 en ville a peur de souffrir de solitude à l'avenir.

### **Lutter contre la solitude, une affaire collective et personnelle**

A cet impact global de la solitude, répond la nécessité d'une action tout aussi collective en guise de solution : les citoyens sont conscients de leurs responsabilités et ne cherchent pas à la déléguer à une organisation ou au monde associatif. Lutter contre la solitude passe d'abord par le changement de comportement des individus eux-mêmes (79%).

Et c'est très logiquement que « tout le monde », en étant ouvert et souriant, apparaît comme l'acteur le plus efficace pour améliorer la solidarité (66%). La sphère amicale et familiale se voit aussi responsabilisée (65%).

## La rupture d'un lien affectif, première cause de la solitude

Parmi les plus touchés par la solitude, on retrouve les divorcés, séparés et les célibataires... La solitude recouvre une dimension affective, visible aussi dans les raisons qui ont pu amener à en souffrir : la rupture sentimentale est la première circonstance citée (35%) comme responsable du sentiment de solitude.

On retrouve aussi l'éloignement des proches, en raison du travail ou des études, une circonstance qui touche plus particulièrement les jeunes.

Les 65 ans et plus habitant en ville et souffrant de solitude évoquent quant à eux le départ à la retraite ou la perte de leur conjoint.

Les causes sont variables selon les profils des individus, et souvent se conjuguent (un peu plus de 2 en moyenne), créant une dynamique d'isolement.

## Un enjeu pour lutter contre la solitude et renforcer la solidarité : créer des opportunités de rencontre en confiance

Les situations d'entraide entre personnes sont déjà courantes. Ainsi : proposer de l'aide à quelqu'un qui cherche son chemin (81%), prendre des nouvelles de voisins âgés ou malades (64%), apporter un coup de main à un voisin, un proche (64%)...

Reste que si 85% des citoyens se disent prêts à en faire davantage pour lutter contre l'isolement et la solitude, seuls 20% s'engagent vraiment dans leurs réponses (score « oui, certainement »). Le moteur à agir est pourtant puissant : le fait de sentir utile (70%) est un facteur d'encouragement évident.

L'enjeu principal est donc de lever les freins à l'engagement : bien sûr l'individualisme (53%) et le fait que chacun ait ses priorités (52%) mais aussi le lien de confiance. On peut avoir peur de la manière dont le geste d'entraide sera reçu (timidité, peur de déranger : 46%) comme peur de se faire avoir (40%).

Dans ce cadre, les associations mais aussi les commerces ont un rôle à jouer : créer des conditions de rencontre et de partage au quotidien dans un climat de confiance.

\* \*

\*

### **A propos de l'étude**

*L'étude a été réalisée auprès de 1000 Français âgés de 18 ans habitant dans des villes de plus de 10 000 habitants interrogés online du 28 octobre au 03 novembre 2014.*

### **A propos de La Fondation Monoprix**

*Depuis 2009, la Fondation d'entreprise Monoprix s'engage pour renforcer le lien social et la solidarité en centre-ville.*

*Elle contribue à la réalisation, dans les zones urbaines, de projets en lien avec la lutte contre l'exclusion. En cinq ans, la Fondation Monoprix a financé 37 projets, accompagné de nombreuses associations et développé le don alimentaire en magasin.*

*Pour en savoir plus : <http://www.fondationmonoprix.fr/>*

### **A propos de TNS Sofres**

*Leader mondial des études marketing ad hoc et présent dans 80 pays, TNS offre à ses clients des recommandations claires et précises pour les accompagner dans leurs stratégies de croissance. Son expérience et ses solutions d'études uniques couvrent la gestion de marque, la communication, l'innovation, la distribution et la relation client. TNS nourrit une relation de proximité avec les consommateurs et les citoyens, développe une connaissance unique de leurs comportements et attitudes, en prenant en compte la diversité de leurs cultures, de leurs géographies et de leurs systèmes économiques.*

*TNS appartient au Groupe Kantar, leader mondial en matière de veille, d'analyse et d'information à forte valeur ajoutée.*

*[www.tnsglobal.com](http://www.tnsglobal.com)*

### **Suivez l'actualité de TNS Sofres**



**Contacts presse :**

**TNS Sofres**

Celine Rossignol 01 40 92 24 10

[celine.rossignol@tns-sofres.com](mailto:celine.rossignol@tns-sofres.com)

**Agence Presse Attitude**

Nathalie Hamelin 01 73 79 50 88

[nhamelin@presseattitude.com](mailto:nhamelin@presseattitude.com)

**Monoprix**

Marie-Camille Dehaut 01 78 99 81 57

[mdehaut@monoprix.fr](mailto:mdehaut@monoprix.fr)

**Havas WW Paris**

Cécile Bourganel 01 58 47 81 33

[cecile.bourganel@havasww.com](mailto:cecile.bourganel@havasww.com)