

# Qui sont les chrétiens aujourd'hui en France ?

Arnaud Bevilacqua

---

**Le Comité français de radio-télévision (CFRT), qui produit l'émission « Le Jour du Seigneur », publie un sondage de l'institut Harris Interactive afin de mieux connaître les chrétiens aujourd'hui en France et leurs attentes.**

Comment mieux connaître le public chrétien pour s'adresser à lui ? C'est l'objectif du sondage mené par l'institut Harris Interactive pour le Comité français de radio-télévision (CFRT), qui produit « Le Jour du Seigneur ». D'abord prévue pour un usage interne à l'émission dominicale afin de mieux comprendre les attentes des chrétiens d'aujourd'hui, l'étude a été présentée aux équipes et travaillée à la rentrée 2022. Puis Benoît Cassaigne, le président du CFRT, a souhaité la diffuser plus largement.

Premier enseignement de ce sondage : un peu moins d'un Français sur deux (46 % des 2807 sondés, dont une majorité de plus de 50 ans) se dit proche de la religion chrétienne ou estime que la foi chrétienne est d'une « *forte utilité* » pour lui.

*« Ce chiffre nous a étonnés plutôt positivement, explique Benoît Cassaigne, tempérant quelque peu l'idée d'un fort déclin du christianisme dans la société française. Il nous renvoie aussi à ce que nous avons vécu pendant le confinement, où "[Le Jour du Seigneur](#)" était premier en part d'audience le dimanche matin à 11 heures. »*

Toutefois, parmi ces 46 % de sondés proches ou intéressés par la foi chrétienne, près d'un sur deux (48 %) se classe parmi les « *éloignés* », autrement dit non pratiquants mais de culture et d'éducation chrétiennes et en recherche de sens. Ils sont 22 % parmi les « *appétents* » (des chrétiens qui n'ont pas le temps de pratiquer régulièrement) et 18 % parmi les « *curieux* » (sans réelle éducation chrétienne mais en attente de réponses sur les questions de spiritualité). Ces derniers sont les plus jeunes (44 % ont entre 18 et 34 ans) et témoignent d'un réel intérêt pour les sujets religieux.

Les chrétiens pratiquants réguliers sont regroupés au sein de deux catégories : les « *convaincus* » (3 %) – pratiquants réguliers et engagés – et les « *classiques* » (9 %) – pratiquants plus ou moins réguliers.

Toujours parmi ces 46 % proches ou intéressés par la foi chrétienne, 90 % affirment être baptisés, 83 % se définissent comme chrétiens (seulement 50 % des « curieux ») – dont 79 % de catholiques. Toutefois, lorsqu'on étudie leurs pratiques religieuses, de grandes disparités apparaissent. Ils sont 36 % à dire fréquenter un lieu de culte plus ou moins régulièrement, dont 12 % au moins une fois par mois. Ils sont en revanche 47 % à s'y rendre seulement pour des cérémonies et des grandes fêtes.

Parmi cette même population proche du christianisme, 36 % assurent prier au moins une fois par mois, et 32 % moins souvent. Pour Benoît Cassaigne, la part des pratiquants réguliers et occasionnels en France tourne ainsi autour de ces 36 % qui prient et fréquentent un lieu de culte régulièrement, soit environ 8 millions de personnes, « *plus que ce que l'on pense généralement* ».

Le sondage étudie également la perception de l'Église catholique. Le premier constat est celui d'une grande bienveillance. Les 46 % de proches ou intéressés par la religion chrétienne la trouvent ouverte (80 %), tolérante (67 %), crédible (60 %). Toutefois, cela n'empêche pas l'expression d'une volonté d'évolution pouvant être interprétée comme une remise en cause. Ainsi, une large majorité pense que l'Église doit s'interroger et évoluer sur les abus sexuels en son sein (92 %), sur le mariage des prêtres (87 %), sur le dialogue interreligieux (84 %) ou encore sur la possibilité d'ordonner des femmes prêtres (83 %), avec des nuances, notamment au sein de la catégorie des « *convaincus* ».

Par ailleurs, interrogés sur le « *média catholique de demain* », les sondés proches ou intéressés par la foi chrétienne sont 42 % à le penser en format numérique, 25 % pour la télévision et 24 % pour le format papier. « Le Jour du Seigneur » (21 %), devant *La Croix* (10 %) et KTO (6 %), arrive en tête des médias qui, selon les sondés, ont le plus d'avenir pour proposer des contenus catholiques en phase avec leurs différentes attentes.