Bilan d'impact - Mobilisation « Et si nous arrêtions vraiment ? »

12 au 17 octobre 2026

Une dynamique intersectorielle réussie et une mobilisation qui ouvre des perspectives

La mobilisation « Et si nous arrêtions vraiment ? » a permis de fédérer largement les acteurs associatifs du secteur social et médicosociale et leurs partenaires sociaux et associatifs autour d'une expression commune. Plus de 300 fédérations, réseaux, associations, fondations, ont rejoint directement le mouvement, contribuant à donner une visibilité collective aux alertes et revendications portées. Ce qui correspond en termes de représentativité à plusieurs milliers de structures.

Les organisations participantes se sont fortement saisies des outils proposés, notamment du kit de mobilisation, en relayant la campagne sur leurs réseaux sociaux et en utilisant les dispositifs mis à leur disposition, tels que les réponses mails automatiques. Ces relais ont permis de diffuser les messages au sein des différents réseaux et de toucher un public élargi, issu de différents secteurs.

Cette dynamique constitue un résultat important, en montrant la capacité des organisations à se rassembler autour d'une mobilisation commune et à rendre visibles des préoccupations partagées.

Une présence forte dans l'espace public et sur les territoires

La mobilisation s'est également traduite concrètement dans l'espace public. Près de 1 500 personnes se sont réunies à Paris le 15 octobre, tandis que plusieurs centaines d'autres ont participé à différentes actions en région. Au total, 124 actions ont été recensées sur les territoires, en métropole comme dans les départements et régions d'outre-mer (DROM).

Cette participation témoigne de la capacité des acteurs à se mobiliser physiquement et collectivement. Elle est d'autant plus notable que les mobilisations dans l'espace public ne constituent pas nécessairement une pratique habituelle pour l'ensemble des organisations du secteur.

Au-delà du rassemblement parisien, la diversité des initiatives territoriales a permis de donner une dimension nationale au mouvement et de rendre visibles les préoccupations des différents secteurs sur de nombreux territoires.

Une visibilité médiatique obtenue dans un contexte social inédit

La campagne s'est inscrite dans un contexte social particulier, marqué par d'autres mobilisations fortement médiatisées, notamment celles des lycéens puis un mouvement social d'ampleur. Cette actualité a constitué un environnement complexe pour faire émerger les messages propres à la mobilisation.

Malgré ce contexte, les médias se sont saisis du sujet. La campagne a notamment bénéficié **de deux dépêches de l'AFP et de près de 200 retombées médiatiques** recensées, principalement dans la presse généraliste et la presse quotidienne régionale.

Ces résultats indiquent que la campagne a réussi à atteindre l'une de ses cibles prioritaires que constituait la presse. Ils témoignent également de la capacité des acteurs à faire émerger leurs préoccupations dans l'espace médiatique, malgré une actualité sociale déjà dense.

Une dynamique collective à entretenir dans la durée

Au-delà des résultats immédiats en matière de participation et de visibilité, la mobilisation a fait émerger une envie de poursuivre les dynamiques collectives entre les secteurs. Cette volonté de se mobiliser de nouveau constitue un acquis important pour la suite.

L'enjeu est désormais de transformer cette dynamique ponctuelle en une mobilisation durable, en maintenant les liens entre les organisations, en poursuivant les actions communes et en construisant une continuité dans le portage des revendications.

Cette prochaine étape devra notamment permettre de renforcer progressivement l'interpellation des pouvoirs publics et des acteurs institutionnels, afin que la visibilité obtenue se traduise, à terme, par une meilleure prise en compte des alertes et des revendications portées.

En conclusion, la mobilisation a atteint plusieurs de ses objectifs immédiats : fédérer des acteurs de différents secteurs, susciter une participation importante, investir l'espace public et obtenir une visibilité médiatique. Elle constitue ainsi un point d'appui pour poursuivre le travail intersectoriel et construire une stratégie d'interpellation des pouvoirs public.

Réseaux sociaux – chiffres FAS et Uniopss

- Impressions totales LinkedIn : 190 225
- Vues totales Instagram (FAS) : 37 054
- Vues totales Facebook (FAS) : 24 240

TOTAL VUES RESEAUX SOCIAUX FAS - UNIOPSS : 346 197

- **Interactions directes cumulées posts LinkedIn : 14 452**
- **Interactions directes cumulées cumulées posts Insta (FAS) : 1 159**
- **Interactions directes cumulées posts Facebook (FAS) : 695**

> interactions totales= likes, commentaires, republications) de tous les posts en lien avec la mobilisation.

TOTAL STATS des interactions RS FAS : 16 306

+ des centaines de publications de relais : professionnel·les, bénévoles, dirigeants et structures.

TOTAL estimé de vues sur les réseaux sociaux de la mobilisation : **1.5 million d'impressions** sur les contenus liés à la mobilisation

Retombées presse :

- Retombées presse nationale : 32
- Retombées PQR : 49

TOTAL REVUE DE PRESSE : 81

TOTAL OUTIL VEILLE PRESSE : 170

Actions sur les territoires :

124 actions dans toute la France métropolitaine et les DROM : voir cartographie

Nombre d'associations mobilisées :

Plus de 300 associations, fondations, structures, réseaux ont rejoint le mouvement

Pétition : +35 000 signatures au 29/10 : voir la pétition