

4ÈME ÉDITION

Baromètre *de l'engagement* citoyen et solidaire

Les Français et l'engagement :
les conditions se dégradent
mais rien n'est joué



L'édito

HelloAsso

Chaque année, une idée revient : les Français seraient moins solidaires, moins engagés, moins tournés vers les autres. Cette 4ème édition de notre baromètre réalisé en partenariat avec OpinionWay dit exactement l'inverse. **L'envie d'agir reste l'une des forces les plus constantes de notre pays.** Elle traverse les crises, les inquiétudes, les contraintes du quotidien. Mais cette énergie se heurte désormais à des obstacles qui, eux, se sont installés : complexité administrative, manque de temps, difficulté à trouver sa place dans une association, fragilisation des financements publics.

Ce que révèlent ces données, ce n'est pas un essoufflement de l'engagement : c'est un affaiblissement de ses conditions. Les Français n'ont pas renoncé. Ils demandent simplement que l'on crée un environnement où leur volonté peut se transformer en action durable. HelloAsso accompagne chaque jour depuis 16 ans la transformation de la combativité des citoyens à échelle individuelle en action collective.

Nos équipes ont l'immense chance, mais aussi la grande responsabilité, de travailler avec plus de 420 000 associations et les 17 millions de citoyens qui s'y sont impliqués à travers notre plateforme. A ce poste d'observation privilégié, nous avons choisi cette année d'ajouter les **contributions inédites de 4 grands témoins.** Chacune d'elle apporte une clé de compréhension fondamentale pour que les résultats de ce baromètre soient utiles aux décideurs publics et politiques, aux dirigeants d'associations et de fondations ou aux médias. Le constat que nous partageons avec nos grands témoins est sans appel : les conditions de l'engagement se dégradent... mais rien n'est joué !

Ce baromètre n'est donc pas un signal d'alarme, mais un point d'appui : celui **d'une France qui tient encore au lien social et qui souhaite le renforcer.** À nous, collectivement, de lever les obstacles qui entravent les acteurs de terrain comme les citoyens engagés. Rien n'est joué — et tout peut encore s'améliorer si l'on redonne à chacun la possibilité d'agir.

NOTE MÉTHODOLOGIQUE

Objet de l'étude

La quatrième édition du « Baromètre de l'engagement citoyen et solidaire », réalisée par OpinionWay pour HelloAsso, est destinée à comprendre et à analyser le rapport des Français à l'engagement collectif, en mettant cette année un accent particulier sur la dynamique et les tendances de la générosité.

Dispositif de l'enquête

L'étude a été menée auprès d'un échantillon de 1 027 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence. L'échantillon a été interrogé par questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview). Les interviews ont été réalisées du 23 au 24 juillet 2025.

Engagement Qualité et Compensation

OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la norme ISO 20252. Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.

Mentions Obligatoires et Précautions de Lecture

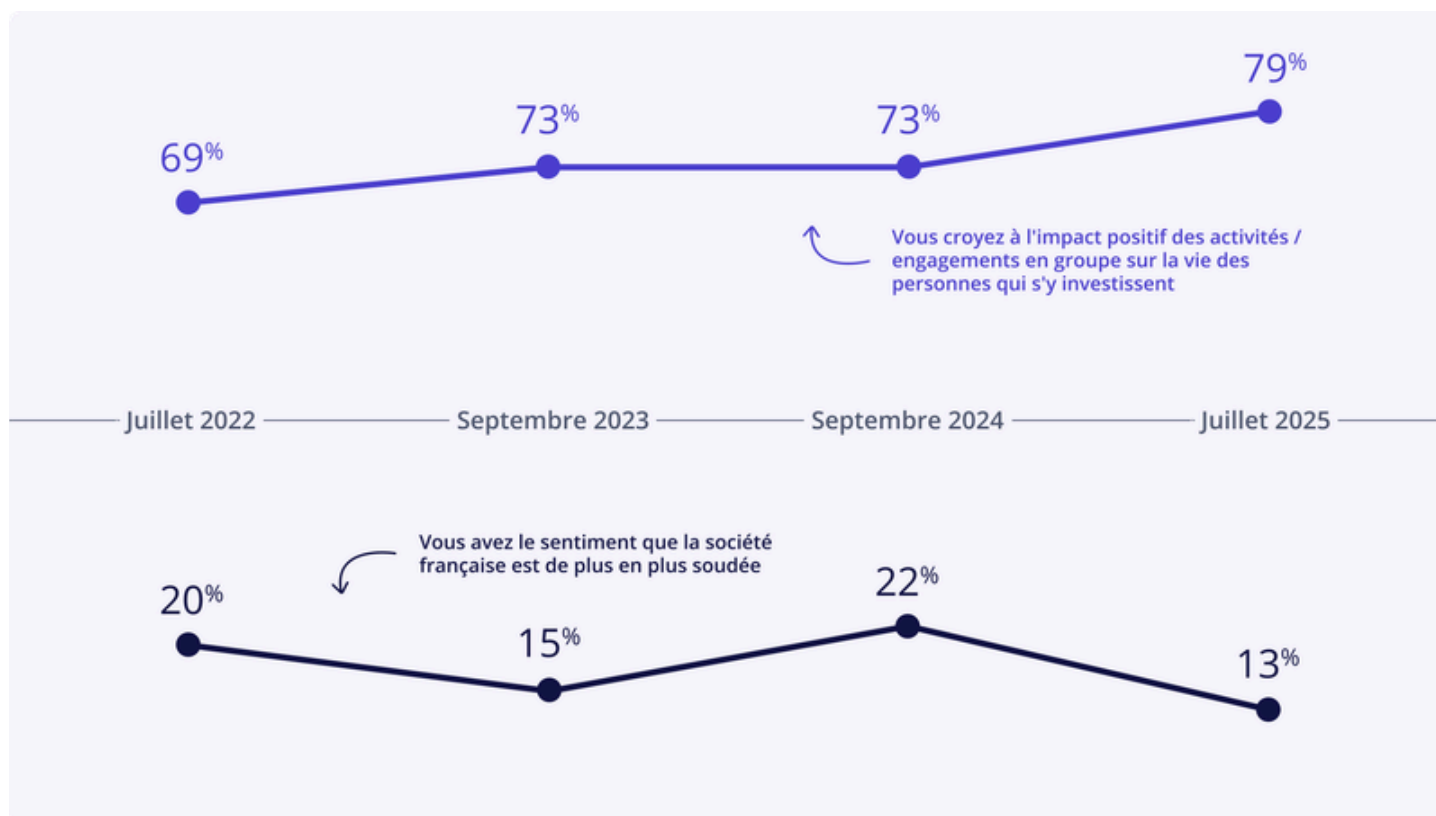
Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : « 4ème Baromètre de l'Engagement Citoyen et Solidaire, HelloAsso et OpinionWay, Novembre 2025 ». Aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé. Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1,4 à 3,1 points au plus pour un échantillon de 1 000 répondants.

A — L'engagement associatif, un refuge face à un climat social morose, mais un potentiel fragile

Un an après l'élan collectif suscité par les Jeux Olympiques de Paris, les signaux sont contrastés. D'un côté, **la moitié des Français (50%) déclare pratiquer une activité associative ou collective** – un chiffre globalement stable depuis 2022. De l'autre, le sentiment de cohésion sociale continue de se déliter : seuls 13% des répondants estiment que la société tend à se souder davantage (-9 points vs 2024).

L'association reste pourtant largement perçue comme un espace d'engagement (85%, +4 points) et comme un vecteur d'épanouissement personnel (79%, +6 points).

Cet attachement tend à démontrer que les Français associent fortement la vie associative à un rempart face à l'isolement et à la fragmentation sociale.



Mais cette appétence se heurte à des freins croissants :

71% jugent difficile de s'engager dans une nouvelle activité associative +6 points


un constat encore plus marqué chez les jeunes adultes (83% des 18-24 ans).

64% estiment difficile de rester engagés sur le long terme +3 points

L'évolution des domaines d'engagement illustre cette tension entre désir d'agir et obstacles structurels :

 **Le sport progresse encore** (24%, +2 points), dynamisé par l'effet JO – avec une hausse spectaculaire chez les 18-24 ans (+14 points, 43%).

 **La politique retombe à 4%**, après un léger rebond lié aux législatives anticipées de 2024.

 **L'écologie recule nettement** (8%, -4 points), atteignant son plus bas niveau depuis 2022 (15%).



Ces résultats illustrent la manière dont **l'engagement des Français est influencé par les grandes dynamiques du pays**.

Si d'un côté, les Jeux Olympiques ont bel et bien entraîné une hausse de l'engagement dans le sport, l'engagement politique et dans l'environnement sont en recul. Reflétant respectivement le post-élection législatives et une année de reculs écologiques dans la sphère publique.

Les citoyens répondent donc présents lorsqu'on leur offre un narratif commun et des opportunités collectives de s'engager, et se retirent lorsque le contexte public y est moins propice.

Ainsi, si l'effet JO masque partiellement la tendance, **hors sport, arts et culture, l'engagement associatif recule**. Le risque est que, sans catalyseur externe fort, la dynamique associative s'érode durablement.



Tarik Ghezali

Co-fondateur,
la Fabrique du Nous

Et si cela débordait ?

Nous sommes saturés d'informations et de récits anxieux : faits divers à répétition, médias qui parlent en continu de "décivilisation", d'"ensauvagement" et de "guerre civile", réseaux sociaux qui hurlent au "grand remplacement"...

Il ne s'agit pas de nier ici la montée des tensions et de la violence ordinaire dans la société. Elle est réelle. Oui, l'Homme peut être un loup pour l'Homme ! Regardons le réel en face.

Mais regarder le réel en face c'est aussi reconnaître et mettre en lumière tous les actes de générosité et de partage que nous voyons toutes et tous au quotidien et qui se traduisent dans les chiffres de ce baromètre : 1 Français sur 2 engagé dans au moins une activité associative ou de groupe (hors école et travail) ; 1 Français sur 2 qui a fait au moins un don à une association ; 8 Français sur 10 qui croient à l'impact positif de l'engagement sur la vie de ceux qui s'y investissent (+6 points vs 2024).

L'Homme peut être donc aussi un "chou" pour l'Homme !

En fait, la fraternité n'a pas disparu, elle est empêchée... c'est différent. Tout le monde est capable de fraternité !

Nos capacités fraternelles se libèrent pleinement lors des moments exceptionnels de crises (comme lors des confinements par exemple) ou de célébration collective comme récemment avec les JO.

Puis elles s'enfouissent à nouveau quand la vie moderne ordinaire reprend le dessus, avec ses contraintes et sa musique de fond qui nourrit les peurs, la défiance et le repli... Le baromètre le souligne aussi : seuls 13% des répondants ont le sentiment que la société a tendance à se souder davantage (- 9 points vs. 2024).

C'est vrai les digues empêchant les énergies fraternelles de s'écouler sont hautes : 73 % des Français trouvent difficile de s'engager dans une nouvelle activité de groupe (manque de temps, info, peur de l'inconnu, manque de compétences...); c'est 6 points de plus qu'en 2024.

Mais elles ne sont pas indestructibles. A nous de les faire sauter ! Comment ? En menant et gagnant collectivement deux batailles.

Bataille du réel d'abord : en soutenant beaucoup plus, sur le terrain les associations, lieux par excellence de l'engagement et du lien social. En augmentant leur financement, en les aidant à se structurer et à se développer.

Chacun a un rôle à jouer - citoyens, entreprises, acteurs publics - le baromètre le souligne bien.

Et les leviers pour engager efficacement les citoyens dans l'action existent et ont fait leur preuve : rituels d'engagements collectifs comme "Samedi Bien" ou "la Journée citoyenne", solutions d'entraide de proximité comme l'Heure civique ou Bip Pop, plateforme nationale JeveuxAider.org... Activons les à grande échelle pour que demain, l'engagement devienne un véritable réflexe, individuel et collectif.

Bataille culturelle ensuite, qui se joue dans nos têtes : à rebours du climat morose du moment, il s'agit de promouvoir beaucoup plus largement des récits positifs. Car les récits sont performatifs : le baromètre le montre, le succès des JO a augmenté l'engagement sportif des Français. A contrario, une baisse de l'engagement en faveur de l'écologie est constatée, dans un contexte de "backlash" climatico-sceptique.

Et si chacun(e) de nous valorisait davantage autour de lui (famille, amis, collègues, réseaux sociaux) les "ingénieurs du lien" associatifs et leurs actions pour recoudre notre société si fracturée ? Dans l'esprit du #DenonceTesHeros que nous sommes quelques-uns à avoir lancé pendant le Covid. Pour que nous devenions toutes et tous des caisses de résonance d'une France fraternelle trop souvent ignorée et invisibilisée.

Car oui, une révolution fraternelle est possible et à notre portée. Demain, grâce à une forte mobilisation collective, citoyenne et politique, nationale et de proximité, le "fleuve fraternité" jusque-là contenu, pourra sortir de son lit et inonder positivement toute la Nation... À force de belles rencontres, de "socio-gestes" et de projets justes, à un moment,

la confiance circulera plus vite que la peur, et l'envie d'agir sera si contagieuse que personne ne pourra en être immunisé.

C'est déjà le cas dans certains territoires où l'entraide et la coopération deviennent des normes sociales... Pourquoi pas sur toute la France ? Alors, à quand ce "grand Débordement" ?



La Fabrique du Nous imagine et fabrique, avec des opérateurs nationaux, des projets inédits qui réduisent la défiance et rapprochent les Français.

Des projets qui provoquent des rencontres réputées « impossibles », à même de faire bouger les croyances. Comme par exemple, "les Murs ont des oreilles" : conversations inédites entre des détenus et des personnes âgées isolées, pour briser leur solitude commune.

Mais aussi des projets qui changent les comportements, en incitant et permettant à chacun(e) de vivre des rencontres "ordinaires" avec l'Autre. Comme par exemple Samedi Bien (avec Benenova), rituel d'engagement citoyen un samedi matin tous les 2 ou 3 mois, pour s'engager ensemble près de chez soi et dans la joie, sur la cause de son choix.

Depuis 2021, une quinzaine de projets « fabriqués » qui ont déjà mobilisé plus de 20 000 personnes, en activant un large écosystème d'alliés engagés sur le lien social. L'ambition : embarquer 1 million de Français dans l'ouverture à l'Autre.



Sylvain Rigaud

*Délégué Général
du Réseau National
des Maisons
des Associations*



Accompagner l'engagement pour une société plus solidaire

Non, il n'y a pas de crise de l'engagement ! Et ce 4^e baromètre de l'engagement citoyen et solidaire le prouve, une personne sur deux s'investit dans une activité associative ou collective. Derrière ces chiffres, c'est une aspiration forte à agir, à donner du sens, à s'épanouir dans une dynamique collective qui s'exprime.

L'engagement se concentre sur des pratiques sportives ou culturelles. Ces formes d'implication pourraient être perçues comme relevant d'une « consommation d'activités », mais elles témoignent aussi d'un besoin réel de pratiques collectives et constituent souvent une première porte d'entrée dans la vie associative. Les causes militantes ou solidaires – environnement, justice sociale, droits fondamentaux – connaissent un recul préoccupant. Cette tendance invite à réaffirmer le rôle essentiel des associations comme espaces de transformation sociale et d'apprentissage d'une citoyenneté active.

Toutefois, l'étude met également en évidence la persistance de freins à l'engagement : manque de temps, sentiment d'illégitimité, difficulté à s'inscrire dans la durée. Et l'engagement demeure inégalitaire. Ce sont encore les personnes les mieux dotées en capital social qui s'impliquent le plus. Or, pour rendre l'engagement réellement accessible à toutes et à tous, il est indispensable de l'accompagner, de le soutenir et de le valoriser.

C'est tout le rôle des Maisons des Associations : ouvrir des portes, donner envie et confiance, permettre l'expérimentation, valoriser les initiatives, former grâce à des outils comme la plateforme EVA. À Tourcoing par exemple, la Maison des Associations développe les "Explorateurs de l'engagement", un projet européen qui permet à des jeunes de découvrir concrètement les différentes formes de participation citoyenne en Europe grâce à la coopération entre acteurs associatifs locaux et partenaires internationaux. Cette initiative offre un espace d'expérimentation et renforce la citoyenneté européenne des jeunes.

Depuis près de 160 ans, Apprentis d'Auteuil accueille, éduque et forme des jeunes en difficulté, tout en accompagnant les familles dans leur rôle éducatif. Fidèle à sa mission, la Fondation agit au plus près des fragilités de notre époque : enfants et adolescents en danger, élèves en décrochage, jeunes éloignés de la formation et de l'emploi, familles précarisées ou isolées. Opérateur direct en France et partenaire à l'international depuis 1994, nous agissons aux côtés d'organisations locales pour renforcer notre impact.

Chaque année, grâce à l'engagement de 8 200 salariés et 1 500 bénévoles, nous accompagnons 40 000 jeunes et 9 000 familles au sein de plus de 430 établissements et dispositifs en France. Cet engagement durable repose sur une conviction forte : éduquer, protéger, insérer et soutenir les plus fragilisés demande du temps, de la constance et de la persévérance.

Apprentis d'Auteuil aide chaque enfant et chaque jeune à révéler ses talents, à prendre confiance en lui et à devenir acteur de son parcours. En leur permettant de développer leur potentiel et de participer aux décisions qui les concernent, nous préparons les citoyens engagés, responsables et solidaires de demain.

B — Un financement pluriel mais une exigence forte vis-à-vis de l'État

L'implication des citoyens auprès des associations ne se limite pas à l'engagement bénévole. Elle s'étend au financement, perçu comme devant être **collectif et partagé**. Pour les Français, chaque acteur doit « prendre sa part » :



71% évoquent les particuliers (50% pour les citoyens dans leur ensemble)



70% les financements publics (58% pour l'Etat)



65% les financements privés (49% pour les entreprises)

*plusieurs réponses possibles
total supérieur à 100%*

Néanmoins, l'État reste le **pilier central** : 58% des répondants le placent en premier soutien, avant les autres acteurs. Cette exigence reflète une conviction profonde que l'engagement associatif fait partie du pacte social et que son financement relève de l'intérêt général.

Plus inédit encore, les répondants placent désormais **les philanthropes en seconde position, juste avant les citoyens dans leur ensemble** (57% vs 50%). Ce résultat suggère que les Français souhaitent une **réappropriation collective du secteur des générosités**, où chacun – qu'il soit État, citoyen ou mécène – contribue à l'effort.

Et effectivement, les citoyens ne se déchargent pas de leur responsabilité :

- **51% déclarent avoir donné à une association dans l'année.** Ce taux élevé doit être interprété avec prudence (biais déclaratif ne pouvant être écarté), mais témoigne néanmoins d'une large acceptabilité du don.
- Parmi eux, **15% l'ont fait par devoir citoyen** (20% chez les 18-24 ans et 18% chez les 65 ans et plus).
 - Et plus généralement, 69% des Français, donateurs ou non, considèrent que faire un don à une asso est une **manière d'exercer sa citoyenneté**.
- **Même les ménages modestes** contribuent : 37% des foyers à moins de 2 000€/mois déclarent avoir donné, contre 59% des plus aisés.

Ces résultats montrent que la **générosité citoyenne est perçue comme un acte civique** – une façon de prendre part à l'effort collectif, au même titre que le vote ou l'engagement bénévole.



Julia Cagé

*Professeure d'économie
à Sciences Po Paris*

Les associations sont un bien commun qui produisent des biens publics, dans le domaine de la solidarité, de la culture, de l'éducation, de la santé, de l'environnement, ou encore du lien social. Des biens publics produits par tous, pour tous. Or aujourd'hui, les discours sur la générosité ont tendance à se concentrer davantage sur ce que l'on appelle la "philanthropie": les dons d'une poignée de très riches qui viendraient se substituer à l'État pour décider des formes que devraient prendre le bien privé.

Je retire deux principales leçons du baromètre de l'engagement citoyen de cette année ; dont une inquiétude. La première leçon – qui elle me rassure – est que les citoyens dans leur majorité partagent une vision profondément démocratique du secteur des générosités. Pour eux, ce ne sont pas tant quelques philanthropes que les citoyens

dans leur ensemble qui doivent financer ce secteur, aidés en cela par l'État. Il semble donc urgent d'interroger une meilleure répartition des ressources fiscales qui bénéficient aujourd'hui très majoritairement aux dons des plus favorisés et oublient les plus modestes qui donnent pourtant énormément.

Mon inquiétude – mais c'est sans doute lié – provient (si l'on oublie notamment l'effet Jeux Olympiques) de l'effritement du pourcentage de donateurs, qui s'accompagne également pour la première fois d'un ralentissement de l'engagement associatif. Or c'est cet engagement qui fait de nous une société. Les comportements varient par tranches d'âge et nous devons en tirer des leçons pour mieux préparer l'avenir du secteur associatif. Des bonnes nouvelles donc, mais aussi des défis pour demain.



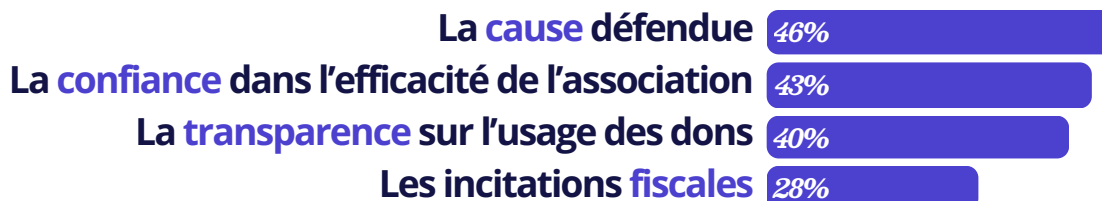
Julia Cagé est Professeure d'Économie à Sciences Po Paris. Spécialiste d'économie politique et d'histoire économique, elle s'intéresse aux différentes dimensions du débat public et de la délibération politique (médias, partis politiques, campagnes électorales, etc.) et en particulier à leurs modalités de financement et aux risques de capture du jeu démocratique par les intérêts privés.

En 2023, elle a reçu le Prix du meilleur jeune économiste français et en 2025 le Prix Yrjö Jahnsson du meilleur jeune économiste européen. Elle est l'auteure de plusieurs livres traduits dans une quinzaine de pays, parmi lesquels Le prix de la démocratie (Fayard, 2018) et Libres et égaux en voix (Fayard, 2018).

Son dernier livre, Une histoire du conflit politique. Élections et inégalités sociales en France, 1789-2022, co-écrit avec Thomas Piketty, a été publié au Seuil en 2023.

Des motivations au don communes mais différenciées selon les profils

Derrière les dons se cache un système de motivations hiérarchisé :



Ces quatre leviers reviennent de manière quasi systématique dans tous les profils, mais leur poids varie.

- **Les donateurs réguliers** privilégient la cause (59%) et la confiance (58%).
- **Les non-donateurs** se disent plus sensibles à la transparence (33%).
- **Les 65 ans et plus** accordent une importance centrale à la confiance (56%, au même niveau que la cause).
- **Les foyers aisés** attachent plus de poids aux incitations fiscales que les autres groupes (41% pour les foyers gagnant plus de 3 500€/mois vs 30% pour les foyers gagnant entre 2 000 et 3 499€/mois).

À l'inverse, d'autres leviers apparaissent moins partagés : la reconnaissance symbolique du don (11%), la mise en avant des difficultés financières de l'association (14%), ou encore la notoriété de l'association (17%).

Néanmoins, ces leviers alternatifs peuvent révéler un potentiel intéressant si proposés aux bons profils. Typiquement, les **événements solidaires** séduisent 1 jeune sur 4 (25% des 18-24 ans) et une part significative des donateurs « par obligation » (25%).

Enfin, les **non-donateurs** ne sont pas homogènes :

- **28% n'ont pas donné faute de moyens** : un potentiel « mobilisable » via des formats adaptés (micro-don, engagement non monétaire, etc.).
- **21% se disent désintéressés** : une minorité plus difficile à mobiliser.

Ces éléments confirment qu'il existe un **vivier de donateurs potentiels non exploités**. Pour les atteindre, les associations doivent combiner plusieurs leviers : des prérequis que sont la cause défendue, la transparence et la confiance, aux leviers d'intérêt spécifiques pour son public.



Des leviers d'action attendus des pouvoirs publics : transparence et équité fiscale

Les Français ne se contentent pas de donner : ils attendent aussi des pouvoirs publics qu'ils facilitent et encouragent la générosité. Trois leviers principaux émergent :

35%

Apporter une information claire et transparente sur les associations

34%

Renforcer les dispositifs fiscaux, les élargir à l'ensemble des citoyens

pour corriger une inégalité perçue dans le système actuel (réductions fiscales qui bénéficient davantage aux plus aisés).

19%

Faciliter les démarches de don et mieux valoriser les donateurs



L'idée d'un « Pass'Asso » (23%) ou d'une « Journée de la générosité » (18%) séduit une personne sur cinq et traduit une recherche de symboles collectifs autour de la solidarité.

En filigrane, les citoyens expriment le besoin d'un cadre plus équitable et plus transparent : **une générosité partagée, sécurisée, accessible et reconnue.**



Vanessa de Lauzainghein

Directrice de la Communication des Apprentis d'Auteuil

Préparer les enfants et les jeunes à devenir les citoyens engagés de demain

D'après le baromètre annuel de l'Éducation d'Apprentis d'Auteuil, réalisé par OpinionWay auprès de plus de deux mille jeunes, ces derniers adressent un message sans équivoque : 89 % souhaitent que les adultes cessent de parler à leur place. Cette prise de distance s'explique par un profond sentiment d'invisibilité, puisque 84 % estiment que les responsables politiques ne les écoutent pas suffisamment. Pourtant, ils ne sont pas désengagés : 79 % déclarent vouloir participer davantage aux enjeux qui concernent la jeunesse et l'avenir.

C'est précisément dans ce contexte que la fondation intervient. Elle aide les enfants et les jeunes les plus en difficulté – pour certains isolés, en rupture avec leur famille et la société – à révéler leurs talents et à développer leur plein potentiel. Elle les accompagne pour qu'ils prennent confiance, se sentent capables d'agir et participent aux décisions qui les concernent. En ce sens, elle prépare les enfants et les jeunes d'aujourd'hui à devenir les adultes engagés, responsables et solidaires de demain.

Une soif d'engagement de longue durée qui invite la fondation à s'adapter

Ce Baromètre met en lumière un magnifique élan de notre société : les Français ont envie de s'impliquer pour des projets ou des causes qui leur sont chères. La moitié déclare déjà avoir une activité associative ou collective. Pourtant, 64% trouvent difficile de rester engagés sur le long terme.

Apprentis d'Auteuil innove chaque année pour que chacun puisse s'engager à sa manière, à la hauteur de ses moyens et selon ses aspirations. Des parcours et de modalités d'engagement souples sont proposées, car la forme autant que l'intensité d'engagement évoluent au fil de la vie.

Plusieurs formes d'engagement possibles et chacune compte

La fondation propose plusieurs modalités pour susciter ou nourrir l'envie de s'engager des bénévoles et donateurs. En voici trois exemples concrets.



1 Pour certains, s'engager s'enracine dans la connaissance des actions, des dispositifs, du témoignage direct des personnes accompagnées. Ainsi, la fondation ouvre régulièrement les portes de ses établissements, donne à voir son action au quotidien, à entendre les témoignages des jeunes, des familles, des éducateurs. Des visites de dispositifs et des rencontres sont organisées sur le terrain. Rien de tel pour se rendre compte de l'impact concret de l'action menée sur la trajectoire de vie des personnes accompagnées et, ainsi, donner du sens à un souhait d'engagement.

2 Pour d'autres, la mobilisation passera par du temps passé à comprendre la cause des jeunes et familles fragiles, ses enjeux et ses parties-prenantes, pour mieux la défendre. Dans cette perspective, la fondation s'attache à rendre visible et compréhensible le plaidoyer mené en faveur des jeunes et familles les plus en difficultés. Par exemple, le 4 décembre, au Grand Rex à Paris, des jeunes et des collaborateurs ont pris la parole pour exprimer leurs difficultés, leurs réussites et leurs espoirs lors de la soirée « Stand Up ! Une place pour chaque jeune ». S'engager peut se traduire par le partage de leur témoignage, que ce soit sur la scène du Grand Rex, sur les réseaux sociaux ou simplement en en parlant autour de soi.

3 Par ailleurs, en général et pour Apprentis d'Auteuil en particulier, les occasions de s'engager ne sont pas cantonnées à la sphère privée et elles peuvent se concrétiser dans le cadre professionnel. Les entreprises jouent un rôle clé dans l'insertion professionnelle des jeunes : leurs collaborateurs peuvent y contribuer par exemple, à travers le mécénat de compétences, une réflexion sur la stratégie RH ou RSE de leur entreprise, ou encore en devenant ambassadeur de la fondation auprès d'un réseau professionnel. Chaque geste compte pour rapprocher les jeunes du monde professionnel et leur ouvrir des perspectives. L'engagement peut aussi se jouer sur ce terrain-là.



Depuis près de 160 ans, Apprentis d'Auteuil accueille, éduque et forme des jeunes en difficulté, tout en accompagnant les familles dans leur rôle éducatif. Fidèle à sa mission, la Fondation agit au plus près des fragilités de notre époque : enfants et adolescents en danger, élèves en décrochage, jeunes éloignés de la formation et de l'emploi, familles précarisées ou isolées. Opérateur direct en France et partenaire à l'international depuis 1994, nous agissons aux côtés d'organisations locales pour renforcer notre impact.

Chaque année, grâce à l'engagement de 8 200 salariés et 1 500 bénévoles, nous accompagnons 40 000 jeunes et 9 000 familles au sein de plus de 430 établissements et dispositifs en France. Cet engagement durable repose sur une conviction forte : éduquer, protéger, insérer et soutenir les plus fragilisés demande du temps, de la constance et de la persévérance.

Apprentis d'Auteuil aide chaque enfant et chaque jeune à révéler ses talents, à prendre confiance en lui et à devenir acteur de son parcours. En leur permettant de développer leur potentiel et de participer aux décisions qui les concernent, nous préparons les citoyens engagés, responsables et solidaires de demain.

CONCLUSION

1 *Un engagement sous tension*

Malgré une perception très positive de l'engagement associatif, les pratiques stagnent et reculent hors sport, arts et culture, traduisant un risque de désengagement structurel reflétant les dynamiques et événements sociétaux traversant le pays.

2 *Une vision collective de la générosité*

Les Français considèrent que le financement des associations doit être partagé entre l'État, les citoyens et les philanthropes, signe d'une volonté de réappropriation collective du secteur des générosités au sens large.

3 *Un acte citoyen*

Le don est perçu comme un geste civique au même titre que l'engagement bénévole, y compris par les foyers modestes.

4 *Des leviers clairs pour mobiliser*

Cause, confiance et transparence demeurent essentiels tandis que la fiscalité conserve un rôle incitatif, surtout si elle est élargie à tous les citoyens. Mais des leviers spécifiques sont à creuser afin d'encourager la générosité de publics particuliers.

5 *Un besoin d'action publique*

Les Français attendent de l'État qu'il garantisse la transparence et l'équité du système, conditions indispensables pour pérenniser la générosité.



CONTACT



Charlie Tronche

Porte-parole

charlie@helloasso.org

Lucie Menna-Guettaa

Cheffe de projet plaidoyer

lucie.me@helloasso.org



Eléonore Quarré

Responsable études société - Pôle opinion

equarre@opinion-way.com

Lisa Corbineau

Cheffe de projets - Pôle opinion

licorbineau@opinion-way.com

