La relève philanthropique au Québec

comprendre, valoriser et mobiliser une génération engagée

institut Mallet

1 La philanthropie : une notion abstraite, mais aux objectifs clairs

Moins d'un répondant sur deux affirme savoir ce qu'est la philanthropie (46 %)

Mais, les répondants parviennent à mentionner des éléments qui la composent :

25 %	**Valeurs humaines** (gentillesse, bienveillance, altruisme, générosité, solidarité, etc.)
23 %	**Don**
17 %	**Causes sociales ou culturelles et œuvres de charité**
11 %	**Aide aux personnes vulnérables**

Et ils en identifient bien les objectifs et les visées qu'elles soient réparatrices ou transformatrices.

Visées réparatrices	Total OUI
Venir en aide aux personnes dans le besoin	69 %
Améliorer le mieux-être de la société	66 %
Réduire les vulnérabilités et les inégalités sociales	60 %
Être un complément aux programmes sociaux et aux services publics	57 %

Visées transformatrices	Total OUI
Sensibiliser à des enjeux de société	64 %
Donner une voix aux personnes et aux causes	60 %
Trouver des solutions durables aux enjeux de société	58 %
Donner un sens à ses actions ou à ses valeurs personnelles	58 %

2 Une culture philanthropique déjà bien présente

Les gestes posés par les jeunes témoignent d'une véritable culture philanthropique et d'une véritable générosité.

Engagements des 12 derniers mois

87 % des répondants disent avoir fait un ou plusieurs don(s)

à des causes sociales, communautaires, humanitaires, culturelles ou environnementales dans les 12 derniers mois.

- **Biens matériels** 71 %
- **Denrées alimentaires** 49 %
- **Dons en argent** 55 %
- **Dons de temps** 32 %

Valeur moyenne du don en argent :

– Excluant 0 $ (parmi ceux qui ont donné de l'argent)	296 $
– Incluant 0 $ (parmi l'ensemble des 18-40 ans)	162 $

60 % comptent maintenir leur soutien dans le futur et 23 % pensent l'augmenter.

Valeur moyenne du don en temps :

– Excluant 0 (parmi ceux qui ont donné du temps)	40 heures
– Incluant 0 (parmi l'ensemble des 18-40 ans)	13 heures

57 % comptent maintenir leur soutien dans le futur et 33 % pensent l'augmenter.

3 Les causes et les valeurs qui mobilisent la relève

La philanthropie des 18-40 ans s'ancre dans des valeurs universelles comme le respect (67 %), la justice (35 %) et l'humanité (34 %). Ces valeurs orientent leurs priorités de don et d'engagement.

- **Respect 67 %**
- **Justice 35 %**
- **Humanité 34 %**

Les causes les plus mobilisatrices pour eux montrent une vraie spécificité :

Les causes prioritaires	Ont identifié la cause dans leur TOP 3
Les enfants vulnérables	38 %
La santé mentale	34 %
L'éducation	26 %
La recherche médicale	25 %
L'aide aux personnes démunies	25 %
La violence envers les femmes	24 %
La défense des animaux	23 %
La protection de l'environnement	19 %

4 L'école comme incubateur d'engagement

Le sondage révèle l'importance de l'éducation dans la construction d'une culture philanthropique durable :

53 % **des jeunes ont entendu parler pour la première fois de la philanthropie à l'école**

59 % **se souviennent d'avoir abordé la philanthropie ou l'engagement social durant leur parcours scolaire**

86 % **estiment que la philanthropie et l'engagement social devraient être intégrés au programme d'enseignement primaire et secondaire**

L'école apparaît comme le lieu idéal pour s'approprier les fondements de la philanthropie et de l'engagement social.

Retombées perçues de l'intégration de la philanthropie dans le parcours scolaire

Apprendre la philanthropie et l'engagement social dès l'école primaire ou secondaire pourrait contribuer à développer chez les jeunes…	EN ACCORD
… une meilleure connaissance du travail des organismes de bienfaisance et à but non lucratif	86 %
… des compétences utiles dans la vie personnelle et professionnelle (empathie, collaboration, écoute, leadership, etc.)	85 %
… une meilleure compréhension des enjeux sociaux et des vulnérabilités sociales	85 %
… une meilleure connaissance des façons de s'engager et des lieux où le faire	85 %
… une habitude de donner et de s'engager	84 %
… un plus fort sentiment de responsabilité envers les autres et la collectivité	84 %
… une capacité accrue à reconnaître des situations de vulnérabilité dans leur entourage	84 %
… un désir de s'impliquer de façon durable	81 %

5 Une contribution à clarifier

Les 18–40 ans peinent à définir une identité générationnelle claire en philanthropie : leur apport leur apparaît diffus.

Barrières perçues : des perceptions à déconstruire

Total EN ACCORD Parmi les personnes qui se sont prononcées

66 % **J'ai l'impression que mes gestes ne sont pas assez importants face à l'ampleur des enjeux sociaux, humanitaires ou environnementaux**

50 % **Je crois que la philanthropie est réservée à des gens mieux établis (financièrement ou professionnellement) que moi**

36 % **Je ressens une pression à donner ou à m'impliquer**

32 % **Je ne me reconnais pas dans les façons traditionnelles de donner**

Contributions générationnelles perçues

Cette dispersion dans les résultats laisse présager que les jeunes ne parviennent pas encore à cerner clairement leur apport et leur valeur ajoutée à la philanthropie.

+ Forces ou contributions évaluées	
34 %	Une volonté de changement social durable et équitable
29 %	Une meilleure utilisation des outils numériques pour sensibiliser ou mobiliser
26 %	Une volonté accrue d'agir face aux enjeux environnementaux et climatiques
25 %	Une plus grande reconnaissance de la diversité et de l'inclusion
22 %	Une créativité dans les façons de soutenir les causes (ex. art, contenu, événements innovants)
18 %	Une capacité à créer ou utiliser de nouvelles formes d'engagement
18 %	Un regard critique sur les structures traditionnelles
18 %	Je ne sais pas

Retrouvez les données complètes du sondage sur institutmallet.org