Leger x institut Mallet

Rapport d'analyse

La relève en philanthropie au Québec

Résultats d'un sondage réalisé auprès des Québécoises et Québécois de 18 à 40 ans

Date : 07 / 10 / 2025 (révision)
Projet : 16708-004

Contenu

Méthodologie		3
Profil des répondants		5
Conclusions stratégiques : les 5 messages clés à retenir		8
Résultats		15
1	Connaissance et perceptions à l’égard de la philanthropie	16
2	Intégration de la philanthropie dans le parcours scolaire	32
3	Expérience philanthropique	38
4	Culture philanthropique	51

Méthodologie

Méthodologie

Approche méthodologique	La collecte des données a été réalisée par un **sondage en ligne** administré auprès de la population québécoise âgée de 18 à 40 ans. L'échantillon a été tiré aléatoirement à partir du panel d'internautes de Léger, soit un panel représentatif de la population québécoise.
Échantillon	L'échantillon est composé de **1 000 Québécoises et Québécois** âgé(e)s de 18 à 40 ans et pouvant s'exprimer en français ou en anglais. À titre indicatif, pour un échantillon probabiliste de même taille (n=1 000), la marge d'erreur maximale est de +/- 3,1% (19 fois sur 20).
Collecte des données	Avant d'entreprendre la collecte officielle des données, un prétest a été réalisé le 27 août 2025 afin de valider le questionnaire et d'assurer son déroulement logique. La collecte des données s'est poursuivie du 28 août au 7 septembre 2025 inclusivement.
Pondération	Afin de redresser les potentiels déséquilibres et de rendre l'échantillon représentatif de la population étudiée, les données brutes de l'étude ont été pondérées selon la région de résidence, l'âge, le sexe, la langue maternelle, la scolarité et la présence d'enfant(s) dans le ménage (source : données de recensement les plus récentes de Statistique Canada).

Notes de lecture du rapport

ARRONDISSEMENT DES PROPORTIONS

Le complément à 100% est attribuable à l'arrondissement à l'entier des proportions ou à la non-réponse.

Dans certains cas, les répondants pouvaient fournir plus d'une réponse. Les totaux présentés à ces questions sont par conséquent supérieurs à 100%.

DÉSIGNATION DES RÉPONDANTS

L'expression « les jeunes » utilisée tout au long de ce rapport désigne l'ensemble des répondants (population québécoise âgée de 18 à 40 ans). Elle est utilisée afin de faciliter la lecture.

DIFFÉRENCES SIGNIFICATIVES

Les résultats présentant des différences significatives pertinentes sont présentés dans les tableaux et graphiques, ou dans les commentaires d'analyse.

Les données en caractères **rouges** signalent une proportion significativement inférieure à celle des autres répondants. À l'inverse, les données en caractères **verts** signalent une proportion significativement supérieure à celle des autres répondants.

La forme masculine utilisée dans le texte désigne aussi bien les femmes que les hommes. Elle n'est utilisée qu'à la seule fin d'alléger le texte et d'en faciliter la compréhension.

Profil des répondants

Profil sociodémographique

Le profil est pondéré (n=1 000)

	Total
n=	1 000
Genre	
Masculin	**49%**
Féminin	**50%**
Autre identité de genre	**<1%**
Âge	
18-24 ans	**27%**
25-34 ans	**46%**
35-40 ans	**27%**
Région de résidence	
Montréal RMR	**50%**
Québec RMR	**10%**
Autre	**40%**
Naissance au Canada	
Oui	**88%**
Non	**11%**
Année(s) de résidence au Canada *(parmi les personnes immigrantes)*	112
Moins de 5 ans	**20%**
Entre 5 ans et moins de 10 ans	**21%**
Entre 10 ans et moins de 20 ans	**26%**
Entre 20 ans et moins de 30 ans	**17%**
30 ans et plus	**14%**

	Total
n=	1 000
Présence d'enfant(s) dans le ménage	
Oui	**40%**
Non	**60%**
Langue maternelle	
Français	**72%**
Anglais	**22%**
Autre	**6%**
Scolarité	
Primaire / secondaire	**25%**
Collégial	**42%**
Universitaire	**33%**
Occupation principale	
Sur le marché du travail	**74%**
Aux études	**19%**
Autre occupation	**7%**

	Total
n=	1 000
Revenu familial annuel brut	
19 999 $ et moins	**4%**
Entre 20 000 $ et 39 999 $	**9%**
Entre 40 000 $ et 59 999 $	**13%**
Entre 60 000 $ et 79 999 $	**15%**
Entre 80 000 $ et 99 999 $	**11%**
Entre 100 000 $ et 119 999 $	**13%**
Entre 120 000 $ et 139 999 $	**8%**
Entre 140 000 $ et 159 999 $	**7%**
160 000 $ et plus	**12%**
Je préfère ne pas répondre	**8%**

Le complément à 100% représente la non-réponse.

Valeurs les plus importantes

Q12. Lesquelles des valeurs suivantes sont les plus importantes pour vous personnellement?

Base : l'ensemble des répondants (n=1 000), jusqu'à trois mentions possibles

Constat

Lorsqu'ils sont invités à identifier les valeurs les plus importantes à leurs yeux, **les Québécois de 18 à 40 ans placent très largement le respect au premier rang**, et ce, quel que soit leur profil (67%). Soulignons toutefois que les non-francophones, bien que majoritairement du même avis, y accordent un peu moins d'importance (56%), au profit de l'humanité (43%) et de l'intégrité (34%).

Notons qu'aucune différence significative n'est observée en regard de l'âge détaillé des répondants.

		Total	Langue maternelle	
			Français	Autre
	n=	**1 000**	823	177
Valeur fondamentale	Respect	**67%**	**71%**	**56%**
	Justice	**35%**	37%	31%
Valeurs universelles	Humanité	**34%**	**30%**	**43%**
	Équité	**27%**	25%	32%
	Intégrité	**27%**	**25%**	**34%**
	Générosité	**25%**	26%	23%
Valeurs relationnelles	Ouverture	**23%**	**26%**	**15%**
	Solidarité	**17%**	18%	13%
Valeurs collectives	Inclusion	**14%**	13%	18%

Le total supérieur à 100% est attribuable à la mention multiple.

Conclusions stratégiques
Les 5 messages clés à retenir

La notion de philanthropie **demeure abstraite** pour plusieurs

La philanthropie n'est pas totalement étrangère aux 18-40 ans, mais son sens profond leur échappe encore. Tant que la notion reste floue, ces derniers auront du mal à s'y reconnaître pleinement.

Ensemble évoqué de la philanthropie

Lorsque questionnés sur la définition de ce qu'est la philanthropie, les répondants parviennent à mentionner spontanément des éléments qui la composent : **valeurs humaines** (gentillesse, bonté, bienveillance, altruisme, générosité, solidarité, etc.; 25%), **don** (23%), **causes sociales ou culturelles et œuvres de charité** (17%), **aide aux personnes vulnérables** (11%) et **actions sociales et communautaires** (9%).

C'est donc dire que la philanthropie n'est pas un mot totalement inconnu pour plusieurs… bien qu'un près d'un jeune sur cinq n'avait jamais entendu ce mot avant de prendre part à l'étude (18%).

Connaissance de ce qu'est la philanthropie

Au moment de prendre part à l'étude, moins d'un répondant sur deux affirme savoir ce qu'est la philanthropie (46%), et pour la plus grande part, cette connaissance demeure partielle (connaît plutôt bien : 38%, connaît très bien : 8%).

L'avancement en âge (et l'expérience de vie), la poursuite d'études universitaires (et sans doute la profession exercée à terme), de même que la proximité de la métropole, un milieu marqué par une concentration plus importante de populations vulnérables et d'organismes communautaires, semblent favoriser une meilleure compréhension, sans toutefois combler entièrement le flou.

	Total	Âge			Scolarité			Région de résidence		
		18-24 ans	25-34 ans	35-40 ans	Prim. / sec.	Coll.	Uni.	MTL RMR	QC RMR	Autres
TOTAL BIEN	**46%**	39%	44%	55%	30%	40%	66%	55%	38%	37%
Très bien	**8%**	6%	10%	7%	4%	6%	15%	11%	6%	6%
Plutôt bien	**38%**	34%	34%	48%	26%	34%	51%	45%	32%	31%

Objectifs perçus de la philanthropie

Bien que la notion de philanthropie soit loin d'être pleinement maîtrisée, **plusieurs en reconnaissent des finalités.** Ainsi, même si la notion reste floue, l'esprit qui l'anime est relativement bien saisi.

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%
Identifier des réponses innovantes aux besoins exprimés par la population	44%

Barrières à déconstruire pour mobiliser la relève

Pour des parts non négligeables de répondants, **la philanthropie semble hors de portée** : leurs gestes paraissent trop petits face à l'ampleur des enjeux (66%) et elle est souvent perçue comme réservée aux mieux établis (50%).

Il s'agit de perceptions à déconstruire.

	Total EN ACCORD Parmi les personnes qui se sont prononcées
J'ai l'impression que mes gestes ne sont pas assez importants face à l'ampleur des enjeux sociaux, humanitaires ou environnementaux	66%
Je crois que la philanthropie est réservée à des gens mieux établis (financièrement ou professionnellement) que moi	50%
Je ressens une pression à donner ou à m'impliquer	36%
Je ne me reconnais pas dans les façons traditionnelles de donner	32%

Pourtant, sans la nommer comme telle, les jeunes ont déjà une **culture philanthropique**…

Les jeunes ne partent pas de zéro : leur culture philanthropique prend racine dans leurs valeurs, leurs proches et les causes qui leur tiennent à cœur. Cette base solide constitue déjà un terrain fertile pour développer leur engagement futur.

Causes prioritaires aux yeux des 18-40 ans

Parmi l'ensemble des propositions, **les enfants vulnérables** (38%) et **la santé mentale** (34%) ressortent comme les causes auxquelles les jeunes seraient les plus enclins à contribuer, que ce soit par de l'argent, du temps, de l'expertise ou des biens matériels.

Seuls 4% des répondants ont indiqué qu'aucune des causes proposées ne saurait les encourager à donner. **Le constat est donc clair** : les 18-40 ans seraient enclins à soutenir ce qui leur tient à cœur.

TOP 10 des causes prioritaires		Ont identifié la cause dans leur TOP 3	*Des différences sont observées selon le profil…*
Les enfants vulnérables		**38%**	Plus chez **les ménages avec enfant(s)** (51%), **les femmes** (43%) et **les 25-40 ans** (40%).
La santé mentale	*TOP 1 chez les 18-24 ans*	**34%**	Plus chez **les femmes** (37%).
L'éducation		**26%**	Plus chez **les ménages avec enfant(s)** (32%).
La recherche médicale		**25%**	
L'aide aux personnes démunies		**25%**	
La violence envers les femmes		**24%**	Plus chez **les femmes** (34%).
La défense des animaux		**23%**	Plus chez **les femmes** (28%) et **les 25-40 ans** (25%).
La protection de l'environnement		**19%**	
L'aide internationale ou humanitaire		**12%**	Plus chez **les hommes** (14%) et **les 18-24 ans** (17%).
La défense des droits de l'Homme		**10%**	Plus chez **les hommes** (13%).

*Parmi les répondants ayant soutenu une cause ou un organisme dans les 12 derniers mois…**

Passage de la philanthropie

La philanthropie se transmet par l'exemple : 85% des jeunes affirment **qu'une personne leur a appris l'importance de donner**, un rôle porté d'abord par les **parents**. Les résultats mettent en lumière le potentiel de développement de passer par le milieu scolaire pour transmettre la culture philanthropique : à la fois les jeunes ET leurs parents sont susceptibles d'être inspirés par de telles initiatives.

Les parents : 54%

*La famille : 35%***

Les ami.es : 21%

Les enseignant.es : 17%

*Parmi les répondants ayant soutenu une cause ou un organisme dans les 12 derniers mois…**

Motivations à soutenir une cause

Quel que soit leur profil, les répondants donnent d'abord et avant tout **par altruisme** (51%), en **soutien à une cause ou un organisme qui leur tient à cœur** (42%) ou **pour s'engager dans leur communauté** (32%).

MAIS!

Bien que tous partagent un socle commun d'altruisme, de générosité et de désir de s'engager, des différences sont observées selon le genre quant à la prévalence de certaines motivations.

Les femmes…

… mettent davantage de l'avant des motivations **émotionnelles et relationnelles** : aider, redonner, se sentir utiles, soutenir une cause qui leur tient à cœur, faire une différence dans la vie des bénéficiaires.

Les hommes…

… sont plus nombreux à se dire motivés par des facteurs **rationnels ou liés au statut,** bien que ceux-ci demeurent secondaires : montrer l'exemple, remplir un devoir, rechercher la reconnaissance, progresser dans leur carrière, bénéficier d'avantages fiscaux.

*87% de l'ensemble des répondants. // **Frère(s), sœur(s), grand(s)-parent(s) ou autre(s) membre(s) de la famille, excluant les parents.

… et **sont beaucoup plus philanthropes** qu'ils ne le pensent

La philanthropie s'exprime dans leurs actions, même si le terme leur est peu familier. Cela révèle un écart entre ce qu'ils font et la manière dont ils définissent leurs actions.

Engagement philanthropique bien présent, mais sous-estimé

43% des jeunes **ne savent pas** s'ils ont déjà posé un geste philanthropique, et 21% **sont convaincus de ne l'avoir jamais fait**…

ET POURTANT!

Ils sont nombreux à avoir posé des gestes en ce sens. Les 18-40 ans sont des philanthropes qui s'ignorent; **plusieurs ne savent pas que les gestes qu'ils posent s'inscrivent dans cette perspective.**

	Ont posé ce geste
Dons d'objets	84%
Dons de denrées alimentaires	79%
Dons en argent à des organismes de bienfaisance ou à but non lucratif	72%
Participation à des événements-bénéfice	56%
Bénévolat pour un organisme communautaire, association culturelle ou sportive	53%
Participer à un événement de mobilisation pour une cause sociale	52%
Bénévolat d'expertise	29%
Créer du contenu sur les réseaux sociaux pour faire connaître un organisme ou sensibiliser à une cause	23%
Organiser une campagne de dons en ligne pour un organisme	17%

	N'attribuent pas le geste à la philanthropie*
Créer du contenu sur les réseaux sociaux pour faire connaître un organisme ou sensibiliser à une cause	57%
Bénévolat pour une association sportive	54%
Bénévolat pour une association culturelle	46%
Participer à un événement de mobilisation pour une cause sociale	44%
Dons d'objets	40%
Bénévolat d'expertise	39%
Participation à des événements-bénéfice	38%
Dons de denrées alimentaires	38%
Bénévolat pour un organisme communautaire	37%
Organiser une campagne de dons en ligne pour un organisme	36%
Dons en argent à des organismes de bienfaisance ou à but non lucratif	33%

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%

Type de don plus populaire parmi les femmes (80%) et les ménages avec enfant(s) (77%).

Denrées alimentaires : 49%

Les plus nantis (revenu familial de 160 000 $ et plus : 63%) et les ménages avec enfant(s) (60%) sont plus nombreux à avoir donné.

Dons en argent : 55%

Type de don plus populaire chez les plus nantis (67%) et les 25-40 ans (58% contre 47% chez les 18-24 ans).

Dons de temps : 32%

Type de don légèrement plus populaire chez les hommes (36% contre 29% des femmes).

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.

*Incluant les personnes qui ne savent pas.

Les jeunes peinent à arrimer leur **identité générationnelle** à la philanthropie

Malgré des valeurs fortes et la reconnaissance de diverses contributions possibles, les 18-40 ans peinent à définir une identité générationnelle claire en philanthropie : leur apport apparaît diffus, transversal plutôt que spécialisé.

Valeurs les plus importantes chez les 18-40 ans

On constate que les jeunes priorisent des valeurs universelles et relationnelles comme le respect, la justice et l'humanité. Ces mêmes valeurs sont intimement liées aux motivations à donner, à redonner et à agir pour le bien commun. **La philanthropie pourrait donc s'avérer un prolongement naturel de leurs convictions personnelles.**

En termes de **communication**, il s'avère qu'aborder la philanthropie auprès des jeunes nécessite d'aller au-delà du discours traditionnel sur la générosité et la solidarité. Le respect, la justice et l'humanité semblent des leviers encore plus mobilisateurs auprès des jeunes. En d'autres termes, parler de philanthropie aux jeunes, ce n'est pas seulement évoquer la générosité; c'est surtout leur donner le sentiment qu'ils peuvent agir et transformer les choses.

	Valeurs les plus importantes
Respect	**67%**
Justice	**35%**
Humanité	**34%**
Équité	**27%**
Intégrité	**27%**
Générosité	**25%**
Ouverture	**23%**
Solidarité	**17%**
Inclusion	**14%**

Contributions générationnelles perçues

Invités à sélectionner, parmi une liste de propositions, les principales forces et contributions de leur génération à la philanthropie, les 18-40 ans présentent des réponses diffuses, sans qu'aucune ne s'impose clairement. **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.**

Par ailleurs, près d'un répondant sur cinq n'arrive d'ailleurs pas à se prononcer sur les contributions concrètes de sa génération.

Forces ou contributions évaluées	Total
Une volonté de changement social durable et équitable	34%
Une meilleure utilisation des outils numériques pour sensibiliser ou mobiliser	29%
Une volonté accrue d'agir face aux enjeux environnementaux et climatiques	26%
Une plus grande reconnaissance de la diversité et de l'inclusion	25%
Une créativité dans les façons de soutenir les causes (ex. art, contenu, événements innovants)	22%
Une capacité à créer ou utiliser de nouvelles formes d'engagement	18%
Un regard critique sur les structures traditionnelles	18%
Une approche collaborative et horizontale	13%
Je ne sais pas	18%

L'école : un vecteur **d'appropriation** de la philanthropie

L'école apparaît comme le lieu idéal pour s'approprier les fondements de la philanthropie et de l'engagement social. Elle est perçue non seulement comme un espace naturel d'apprentissage, mais aussi comme un levier stratégique pour former des citoyens plus engagés, responsabilisés et outillés envers le bien commun.

Apprentissage de la philanthropie à l'école

Parmi l'ensemble des 18-40 ans interrogés, plus de la moitié ont le souvenir **d'avoir abordé la philanthropie ou l'engagement social dans le cadre de leur parcours scolaire (59%),** surtout à l'école secondaire (34%) ou au collégial (22%).

D'ailleurs, plus de la moitié disent qu'ils ont entendu parler de la philanthropie pour la première fois à l'école (53%).

Intégration de la philanthropie au primaire ou au secondaire

Nul doute possible : les répondants seraient **largement favorables** à ce que la philanthropie et l'engagement social fassent partie du programme d'enseignement primaire et secondaire (86%).

Cette opinion est d'ailleurs partagée par l'ensemble, quel que soit le profil ou l'expérience philanthropique.

	Total
TOTAL EN ACCORD	**86%**
Totalement en accord	**35%**
Assez en accord	**51%**

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

Aux yeux de la vaste majorité des répondants, introduire la philanthropie et l'engagement social tôt dans le parcours scolaire (primaire ou secondaire), c'est **investir dans une génération de citoyens conscients, outillés et engagés, dont les actions auront des effets durables sur la société**.

Intégrer la philanthropie au parcours scolaire ne relève toutefois pas uniquement de l'école elle-même : cela peut aussi supposer de multiplier et de diversifier les occasions de rencontre entre les jeunes et les organismes dans le cadre de leur parcours scolaire. La mission la transmission des valeurs philanthropiques gagnera en portée si elle s'appuie sur l'expérience et l'intervention directe des organismes dans les milieux scolaires.

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%**
… un intérêt professionnel pour le domaine de la philanthropie	**70%**
Si j'avais appris à mieux connaître la philanthropie et l'engagement social dès l'école primaire ou secondaire…	
… j'aurais mieux compris comment m'impliquer	**73%**
… j'aurais été davantage sensibilisé.e à l'importance de m'impliquer	**71%**

Le mot de la fin…

La philanthropie de demain s’écrit déjà aujourd’hui.

Les jeunes générations, fortes de leurs valeurs et de leurs gestes, incarnent la relève philanthropique du Québec.

Certes, des défis demeurent quant à l’appropriation pleine et entière de cette notion, mais tout est en place pour réussir.

Le meilleur gage de succès pour les futures générations?

Consolider les bases déjà présentes et les aider à reconnaître et à nommer, dès le primaire et le secondaire, la culture philanthropique qu’ils portent déjà en elles, et qui les accompagnera toute leur vie. C’est ainsi que les philanthropes de demain pourront développer, collectivement, leur signature générationnelle.

Résultats

#1

Connaissance et perceptions à l’égard de la philanthropie

1.1 Définition spontanée de la philanthropie (1/2)

QA1. Selon vous, que signifie le mot « philanthropie »?

Base : l'ensemble des répondants (n=1 000), question complètement ouverte, plusieurs mentions possibles

Constat

Chez les Québécois de 18 à 40 ans, la philanthropie est surtout associée à des **valeurs humaines** comme la générosité, l'altruisme, la bienveillance et la solidarité (25%), à l'idée **de don sous différentes formes** (23%) et aux **œuvres de charité, fondations ou causes** (17%). Elle évoque aussi l'entraide envers les personnes dans le besoin (11%) et les actions sociales et communautaires, impactant positivement la collectivité (9%). Ces différentes dimensions sont davantage évoquées par les détenteurs d'un diplôme universitaire, laissant présager qu'ils détiennent une meilleure compréhension de ce qu'est la philanthropie.

Par ailleurs, une confusion est observée, alors que des répondants associent la philanthropie à la philosophie, à la connaissance, au savoir, à la réflexion ou à l'étude d'un domaine (*cf. page suivante*). Qui plus est, une part importante a indiqué ne pas savoir en quoi elle consiste (24%), une proportion qui augmente de façon importante chez les personnes moins scolarisées (41%).

	Total	Âge			Scolarité		
		18-24 ans	25-34 ans	35-40 ans	Primaire / secondaire	Collégial	Universitaire
n=	**1 000**	251	479	270	191	323	486
Valeurs humaines (gentillesse, bonté, bienveillance, générosité, altruisme, solidarité, charité, humanisme, etc.)	**25%**	24%	25%	28%	**20%**	26%	29%
TOTAL DON	**23%**	19%	21%	**31%**	**10%**	23%	**35%**
Don financier	**11%**	10%	9%	**16%**	**5%**	**9%**	**19%**
Don (sans précision)	**8%**	7%	7%	10%	**3%**	7%	**12%**
Don de soi / implication personnelle / don de temps / bénévolat	**7%**	**4%**	7%	10%	**3%**	8%	**10%**
Œuvre de charité / fondation / levée de fonds / cause sociale ou culturelle	**17%**	**12%**	16%	**26%**	**5%**	16%	**29%**

Le total supérieur à 100% est attribuable à la mention multiple.

Suite à la page suivante

1.1 Définition spontanée de la philanthropie (2/2)

QA1. Selon vous, que signifie le mot « philanthropie »?

Base : l'ensemble des répondants (n=1 000), question complètement ouverte, plusieurs mentions possibles

	Total	Âge			Scolarité		
		18-24 ans	25-34 ans	35-40 ans	Primaire / secondaire	Collégial	Universitaire
n=	**1 000**	251	479	270	191	323	486
Aide aux personnes démunies / dans le besoin / entraide	**11%**	**7%**	13%	13%	**8%**	9%	**17%**
Actions sociales et communautaires / impact positif dans un milieu donné / agir pour un monde meilleur	**9%**	8%	10%	8%	6%	8%	**13%**
Richesse / personne fortunée / mécène	**6%**	5%	5%	8%	**3%**	5%	**10%**
Action gratuite / désintéressée / ne rien attendre en retour	**4%**	3%	4%	5%	3%	4%	4%
Bénéficier d'un allégement fiscal / d'une bonne image / se donner bonne conscience	**1%**	1%	1%	2%	0%	1%	**2%**
Certains semblent confondre philanthropie et philosophie, et associent ce concept à la connaissance et au savoir…							
Philosophie / sagesse / façon de penser	**8%**	**11%**	6%	6%	5%	**10%**	6%
Étude/science d'un domaine en particulier (autres et sans précision)	**3%**	3%	3%	4%	5%	3%	3%
Intelligence / connaissance / savoir / curiosité / une personne qui réfléchit beaucoup	**2%**	2%	3%	1%	1%	3%	2%
Autres	**8%**	10%	8%	7%	11%	10%	**4%**
Je ne sais pas	**24%**	28%	26%	**16%**	**41%**	23%	**12%**

Le total supérieur à 100% est attribuable à la mention multiple.

1.2 Initiation à la philanthropie

QB. Comment avez-vous entendu parler pour la première fois de la philanthropie, selon vos souvenirs?

Base : l'ensemble des répondants (n=1 000)

Constat

À leur souvenir, **la majorité des Québécois de 18 à 40 ans ont entendu parler pour la première fois de la philanthropie dans un milieu scolaire** (53%, davantage parmi les 18-24 ans; 60%), particulièrement au secondaire (23%) et au cégep ou à l'université (22%).

Soulignons toutefois qu'environ une personne sur cinq (18%) déclare n'avoir jamais entendu le mot *philanthropie* avant de participer à l'étude, une proportion qui grimpe à 35% chez les répondants les moins scolarisés (diplôme primaire ou secondaire).

	Total	Âge		
		18-24 ans	25-34 ans	35-40 ans
n=	**1 000**	251	479	270
TOTAL ONT ENTENDU LE MOT PHILANTHROPIE AVANT DE PRENDRE PART À L'ÉTUDE	**82%**	79%	81%	85%
TOTAL ONT ENTENDU PARLER DE PHILANTHROPIE DANS UN MILIEU SCOLAIRE	**53%**	**60%**	53%	48%
À l'école primaire	**8%**	10%	8%	8%
À l'école secondaire	**23%**	22%	21%	27%
Au cégep ou à l'université	**22%**	27%	24%	**14%**
Par mes parents ou une autre personne proche	**13%**	**8%**	12%	**17%**
Sur les médias sociaux (Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, LinkedIn, etc.)	**11%**	10%	11%	11%
Sur le marché du travail	**5%**	**1%**	4%	**9%**
Je ne connaissais pas ce mot avant aujourd'hui	**18%**	21%	19%	15%

1.3 Connaissance auto-déclarée de la philanthropie

QC. Estimez-vous savoir ce qu'est la philanthropie?

Base : l'ensemble des répondants (n=1 000)

Constat

À l'heure actuelle, **plus d'un Québécois âgé de 18 à 40 ans sur deux (54%) admet avoir une connaissance limitée (32%), voire inexistante (22%) de ce qu'est la philanthropie**.

Le portrait est toutefois nettement différent chez les détenteurs d'un diplôme universitaire; les deux tiers affirmant bien connaître cette notion (66%). À cet effet, rappelons que ces derniers sont également plus nombreux à associer spontanément la philanthropie à des éléments correspondant à sa véritable définition *(cf.* p.17-18).

→ Par conséquent, si l'école joue un rôle central dans l'initiation à la philanthropie, la poursuite d'études universitaires (et potentiellement la profession exercée par les diplômés) semble agir comme un accélérateur de la connaissance, permettant une compréhension plus approfondie du concept.

Les 35-40 ans (55%) et les résidents de la grande région de Montréal (55%) – où la densité accroît à la fois la présence de populations fragilisées et la concentration d'organismes communautaires – affichent également une meilleure connaissance.

	Total	Âge			Scolarité			Région de résidence		
		18-24 ans	25-34 ans	35-40 ans	Primaire / secondaire	Collégial	Universitaire	Montréal RMR	Québec RMR	Autres
n=	**1 000**	251	479	270	191	323	486	497	118	385
TOTAL BIEN	**46%**	39%	44%	55%	30%	40%	66%	55%	38%	37%
Très bien	**8%**	6%	10%	7%	4%	6%	15%	11%	6%	6%
Plutôt bien	**38%**	34%	34%	48%	26%	34%	51%	45%	32%	31%
TOTAL PEU OU PAS BIEN	**54%**	61%	56%	45%	70%	60%	34%	45%	62%	63%
Pas très bien	**32%**	34%	34%	26%	36%	34%	26%	29%	43%	32%
Pas du tout	**22%**	26%	22%	19%	34%	26%	9%	16%	19%	31%

1.4 Objectifs perçus de la philanthropie | vue d'ensemble

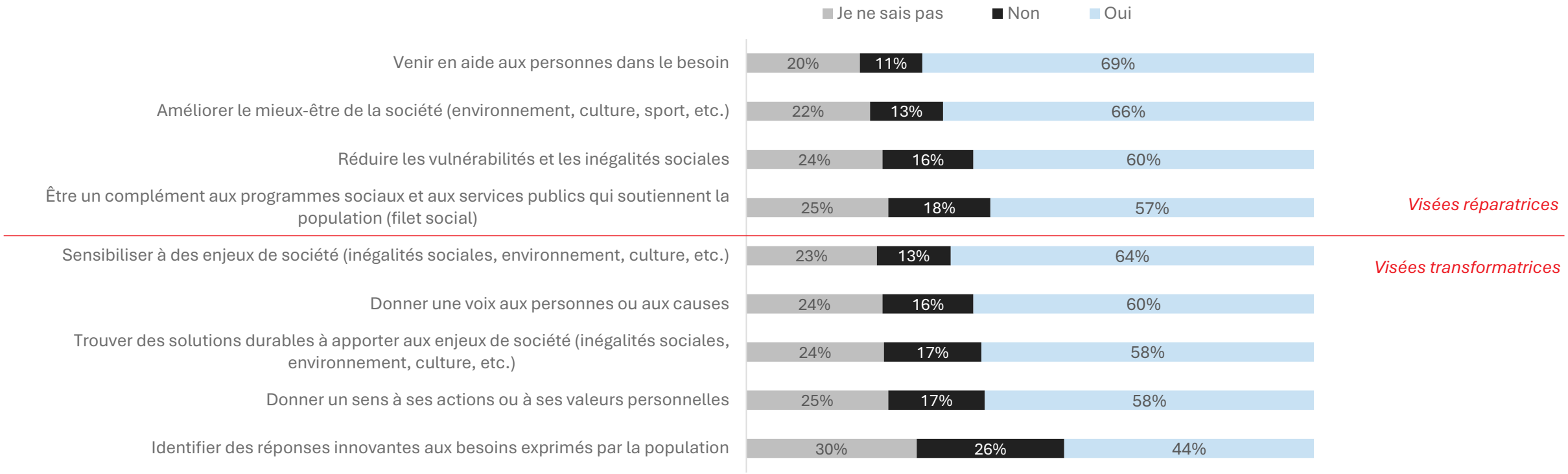
QE. Selon vous, à quoi sert la philanthropie?

Base : l'ensemble des répondants (n=1 000)

Constat

Invités à se prononcer sur ce qu'ils estiment être les objectifs de la philanthropie, la plupart des répondants l'associent à la fois à des **visées réparatrices,** centrées sur l'aide directe aux personnes vulnérables et à l'amélioration du mieux-être collectif, et à des **visées transformatrices**, passant par la sensibilisation, la quête de sens et la recherche de solutions durables (un peu moins fortement toutefois lorsqu'il est question d'identifier des réponses innovantes à des besoins populationnels).

Notons toutefois qu'environ le quart des répondants ne sont pas en mesure de se prononcer pour chacun des objectifs évalués, appuyant le constat que la philanthropie demeure une notion peu maîtrisée par une part importante des répondants.



1.4 Objectifs perçus de la philanthropie | selon la connaissance auto-déclarée (1/2)

QE. Selon vous, à quoi sert la philanthropie?

Base : l'ensemble des répondants (n=1 000)

Constat

Il est intéressant de constater que, même parmi les personnes qui ont une connaissance limitée de ce qu'est la philanthropie, environ une sur deux reconnaît tout de même plusieurs de ses finalités. Ainsi, **sans en maîtriser pleinement la définition ou la portée, des parts non négligeables en saisissent tout de même l'esprit**.

Visées réparatrices		Total	Connaissance auto-déclarée de la philanthropie	
			Connaît bien	Connaît peu ou pas
	n=	1 000	472	528
Venir en aide aux personnes dans le besoin	Oui	**69%**	**88%**	**53%**
	Non	**11%**	9%	12%
	Je ne sais pas	**20%**	**4%**	**35%**
Améliorer le mieux-être de la société (environnement, culture, sport, etc.)	Oui	**66%**	**83%**	**51%**
	Non	**13%**	13%	13%
	Je ne sais pas	**22%**	**4%**	**36%**
Réduire les vulnérabilités et les inégalités sociales	Oui	**60%**	**75%**	**47%**
	Non	**16%**	**19%**	**14%**
	Je ne sais pas	**24%**	**6%**	**39%**
Être un complément aux programmes sociaux et aux services publics qui soutiennent la population (filet social)	Oui	**57%**	**78%**	**40%**
	Non	**18%**	16%	20%
	Je ne sais pas	**25%**	**6%**	**40%**

1.4 Objectifs perçus de la philanthropie | selon la connaissance auto-déclarée (2/2)

QE. Selon vous, à quoi sert la philanthropie?

Base : l'ensemble des répondants (n=1 000)

Visées transformatrices		Total	Connaissance auto-déclarée de la philanthropie	
			Connaît bien	Connaît peu ou pas
	n=	1 000	472	528
Sensibiliser à des enjeux de société (inégalités sociales, environnement, culture, etc.)	Oui	**64%**	**78%**	**51%**
	Non	**13%**	**16%**	**11%**
	Je ne sais pas	**23%**	**5%**	**38%**
Donner une voix aux personnes ou aux causes	Oui	**60%**	**74%**	**47%**
	Non	**16%**	17%	16%
	Je ne sais pas	**24%**	**8%**	**37%**
Trouver des solutions durables à apporter aux enjeux de société (inégalités sociales, environnement, culture, etc.)	Oui	**58%**	**73%**	**46%**
	Non	**17%**	**20%**	**15%**
	Je ne sais pas	**24%**	**7%**	**39%**
Donner un sens à ses actions ou à ses valeurs personnelles	Oui	**58%**	**72%**	**46%**
	Non	**17%**	20%	15%
	Je ne sais pas	**25%**	**9%**	**39%**
Identifier des réponses innovantes aux besoins exprimés par la population	Oui	**44%**	**57%**	**33%**
	Non	**26%**	**31%**	**22%**
	Je ne sais pas	**30%**	**12%**	**45%**

1.5 Perception d'avoir posé un geste philanthropique

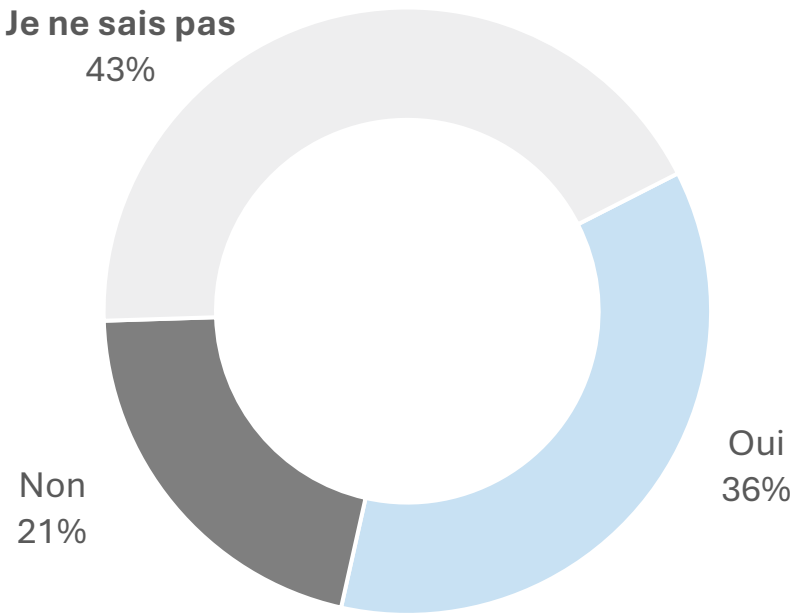
QD. Avez-vous déjà posé un geste philanthropique?

Base : l'ensemble des répondants (n=1 000)

Constat

Questionnés à savoir s'ils ont déjà posé un geste philanthropique, **43% des répondants disent ignorer s'ils l'ont déjà fait ou non**. Bien que légèrement moindre, cette incertitude demeure élevée chez les 35-40 ans (35%), les résidents de la grande région de Montréal (35%) et les détenteurs d'un diplôme d'études universitaires (27%), des clientèles pourtant plus familières avec le concept *(cf.* p.20). Ces résultats traduisent une ambiguïté dans la définition même d'un geste philanthropique.

Pour leur part, 36% ont la certitude d'avoir déjà posé un tel geste et 21% disent ne l'avoir jamais fait.



Cette proportion est plus élevée parmi les **détenteurs d'un diplôme universitaire** (52%), les personnes qui **disposent d'un revenu familial annuel brut de 160 000 $ et plus** (48%) et les **résidents de la grande région de Montréal** (43%).

1.6 Gestes posés par le passé (1/2)

QG. Avez-vous déjà posé l'un ou l'autre des gestes suivants?

Base : l'ensemble des répondants (n=1 000)

Constat

Les Québécois de 18 à 40 ans sont plus philanthropes qu'ils ne le pensent. En effet, si un peu plus du tiers affirment avoir déjà posé un geste philanthropique (36%, *cf.* page précédente), la réalité est tout autre. Ainsi, la majorité reconnaît avoir déjà réalisé plusieurs des gestes évalués : dons d'objets (84%), de denrées alimentaires (79%), d'argent (72%), de temps (53%), participation à un événement-bénéfice (56%) ou à une mobilisation sociale (52%).

→ Même parmi ceux qui croyaient n'avoir jamais posé de geste philanthropique, les données révèlent pourtant le contraire.

De façon générale, les femmes et les diplômés universitaires se distinguent par une plus grande propension à avoir posé au moins un geste parmi ceux évalués.

% OUI	Total	Genre		Âge			Perception d'avoir posé un geste philanthropique		
		Masculin	Féminin	18-24 ans	25-34 ans	35-40 ans	Oui	Non	Je ne sais pas
n=	**1 000**	458	536	251	479	270	388	197	415
TOTAL ONT POSÉ AU MOINS UN DES GESTES ÉVALUÉS	**95%**	**93%**	**97%**	95%	96%	94%	**100%**	**87%**	95%
Dons d'objets (ex. vêtements, meubles, etc.) à des organismes de bienfaisance ou à but non lucratif	**84%**	**76%**	**91%**	79%	83%	**88%**	**90%**	**68%**	85%
Dons de denrées alimentaires	**79%**	**71%**	**87%**	74%	76%	**88%**	**88%**	**62%**	79%
Dons en argent à des organismes de bienfaisance ou à but non lucratif	**72%**	**68%**	**76%**	**61%**	74%	**82%**	**85%**	**58%**	**68%**
Participation à des événements-bénéfice (ex. dîners, soirées ou défis sportifs pour des collectes de fonds)	**56%**	**51%**	**60%**	51%	57%	59%	**68%**	**42%**	53%
Bénévolat pour un organisme communautaire, association culturelle ou sportive	**53%**	**48%**	**57%**	54%	51%	55%	**65%**	**38%**	50%
Participer à un événement de mobilisation pour une cause sociale (marche, événement symbolique)	**52%**	49%	54%	52%	51%	52%	**68%**	**38%**	**45%**

Suite à la page suivante

1.6 Gestes posés par le passé (2/2)

QG. Avez-vous déjà posé l'un ou l'autre des gestes suivants?

Base : l'ensemble des répondants (n=1 000)

Constat

Le bénévolat d'expertise (29%), la création de contenu sur les réseaux sociaux pour faire connaître un organisme ou sensibiliser à une cause (23%) et l'organisation d'une campagne de dons en ligne pour un organisme (17%) sont des actions moins répandues, quoi que tout de même pratiquées par une proportion non négligeable de jeunes adultes.

% OUI	Total	Genre		Âge			Perception d'avoir posé un geste philanthropique		
		Masculin	Féminin	18-24 ans	25-34 ans	35-40 ans	Oui	Non	Je ne sais pas
n=	**1 000**	458	536	251	479	270	388	197	415
Bénévolat d'expertise (don d'expertise professionnelle)	**29%**	**32%**	**25%**	29%	28%	30%	**42%**	23%	**20%**
Créer du contenu sur les réseaux sociaux pour faire connaître un organisme ou sensibiliser à une cause	**23%**	22%	24%	26%	22%	21%	**29%**	20%	**19%**
Organiser une campagne de dons en ligne pour un organisme	**17%**	20%	15%	20%	18%	14%	**24%**	17%	**12%**

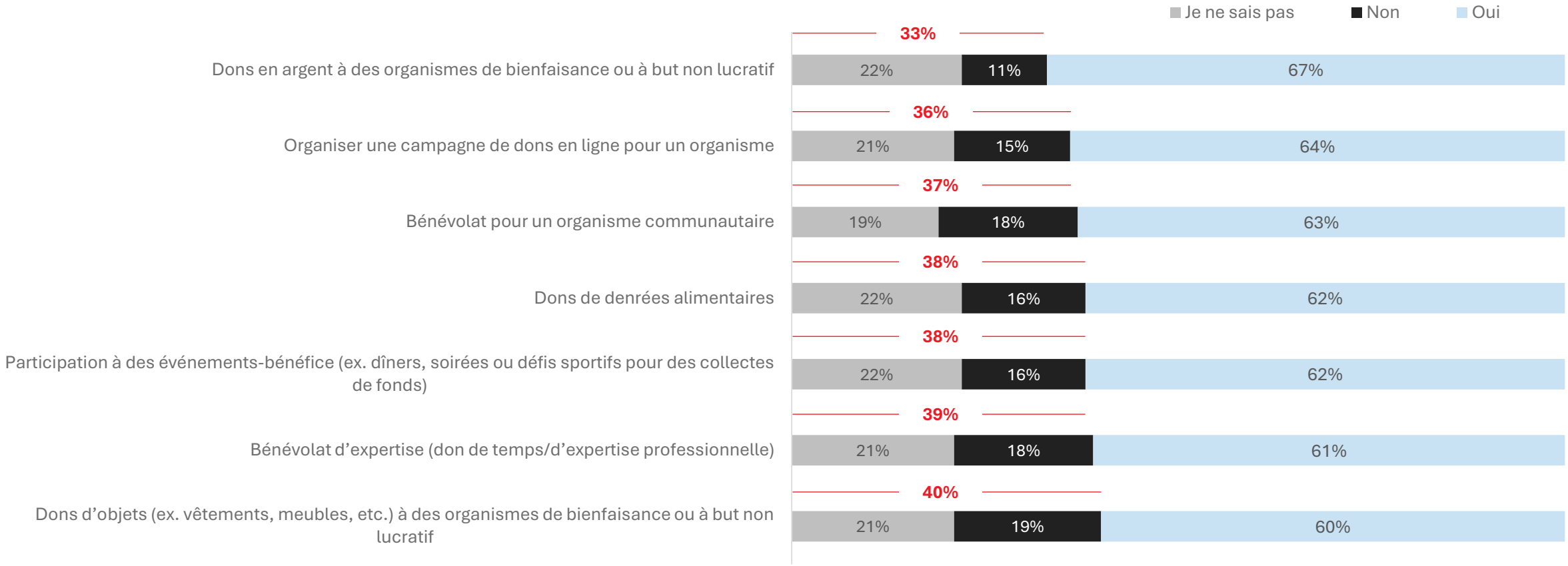
1.7 Caractérisation des gestes philanthropiques | vue d'ensemble (1/2)

QF. Selon vous, les gestes suivants constituent-ils des gestes philanthropiques?

Base : l'ensemble des répondants (n=1 000)

Constat

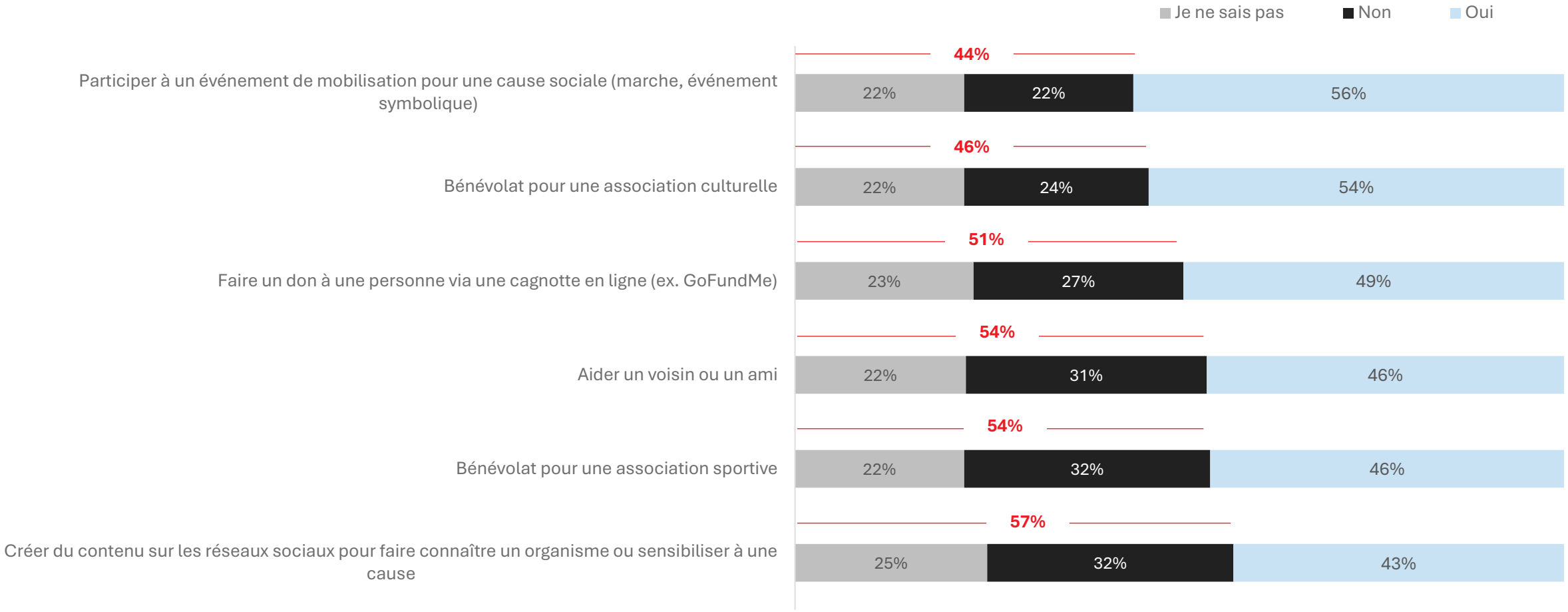
En appui au précédent constat, **entre 33% et 57% des répondants ne considèrent pas les gestes évalués comme philanthropiques**, que ce soit par incertitude ou par refus.



1.7 Caractérisation des gestes philanthropiques | vue d'ensemble (2/2)

QF. Selon vous, les gestes suivants constituent-ils des gestes philanthropiques?

Base : l'ensemble des répondants (n=1 000)



1.7 Caractérisation des gestes philanthropiques | selon les gestes posés (1/2)

QF. Selon vous, les gestes suivants constituent-ils des gestes philanthropiques?

Base : l'ensemble des répondants (n=1 000)

Constat

Le tableau ci-dessous et à la page suivante démontrent que **même parmi les personnes qui ont spécifiquement posé chacun des gestes évalués, des parts non négligeables ne leur attribuent aucun caractère philanthropique, ou ne le savent pas.**

		Total	Ont déjà posé ce geste*	
			Oui	Non
	n=	1 000	Base flottante	
Dons en argent ou à des organismes de bienfaisance ou à but non lucratif	Oui	**67%**	**75%**	**48%**
	Non	**11%**	**8%**	**19%**
	Je ne sais pas	**22%**	**17%**	**33%**
Organiser une campagne de dons en ligne pour un organisme	Oui	**64%**	69%	63%
	Non	**15%**	16%	15%
	Je ne sais pas	**21%**	**15%**	**23%**
Bénévolat pour un organisme communautaire	Oui	**63%**	**69%**	**55%**
	Non	**18%**	16%	20%
	Je ne sais pas	**19%**	**15%**	**25%**
Dons de denrées alimentaires	Oui	**62%**	**65%**	**51%**
	Non	**16%**	15%	20%
	Je ne sais pas	**22%**	**19%**	**29%**
Participation à des événements-bénéfice	Oui	**62%**	**71%**	**50%**
	Non	**16%**	**12%**	**23%**
	Je ne sais pas	**22%**	**17%**	**27%**

*Le fait d'avoir ou non effectué du bénévolat par le passé **était mesuré en un seul énoncé** (*bénévolat pour un organisme communautaire, association culturelle ou sportive*); il n'était pas scindé selon le type d'organisme.

1.7 Caractérisation des gestes philanthropiques | selon les gestes posés (2/2)

QF. Selon vous, les gestes suivants constituent-ils des gestes philanthropiques?

Base : l'ensemble des répondants (n=1 000)

		Total	Ont déjà posé ce geste*	
			Oui	Non
	n=	1 000	Base flottante	
Bénévolat d'expertise	Oui	**61%**	**71%**	**57%**
	Non	**18%**	14%	19%
	Je ne sais pas	**21%**	**15%**	**24%**
Dons d'objets	Oui	**60%**	**63%**	**48%**
	Non	**19%**	18%	23%
	Je ne sais pas	**21%**	**19%**	**29%**
Participer à un événement de mobilisation pour une cause sociale	Oui	**56%**	**64%**	**47%**
	Non	**22%**	21%	23%
	Je ne sais pas	**22%**	**15%**	**30%**
Bénévolat pour une association culturelle	Oui	**54%**	**62%**	**46%**
	Non	**24%**	22%	27%
	Je ne sais pas	**22%**	**16%**	**27%**
Bénévolat pour une association sportive	Oui	**46%**	**53%**	**39%**
	Non	**32%**	31%	33%
	Je ne sais pas	**22%**	**16%**	**28%**
Créer du contenu sur les réseaux sociaux pour faire connaître un organisme ou sensibiliser à une cause	Oui	**43%**	**53%**	**40%**
	Non	**32%**	28%	34%
	Je ne sais pas	**25%**	**19%**	**27%**

*Le fait d'avoir ou non effectué du bénévolat par le passé **était mesuré en un seul énoncé** (*bénévolat pour un organisme communautaire, association culturelle ou sportive*); il n'était pas scindé selon le type d'organisme.

Note : les gestes *Faire un don à une personne via une cagnotte en ligne* et *Aider un voisin* ne sont pas présentés, puisqu'ils ne constituent pas des gestes philanthropiques.

1.8 Barrières perçues à la philanthropie

QGNEW. Dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec les énoncés suivants?

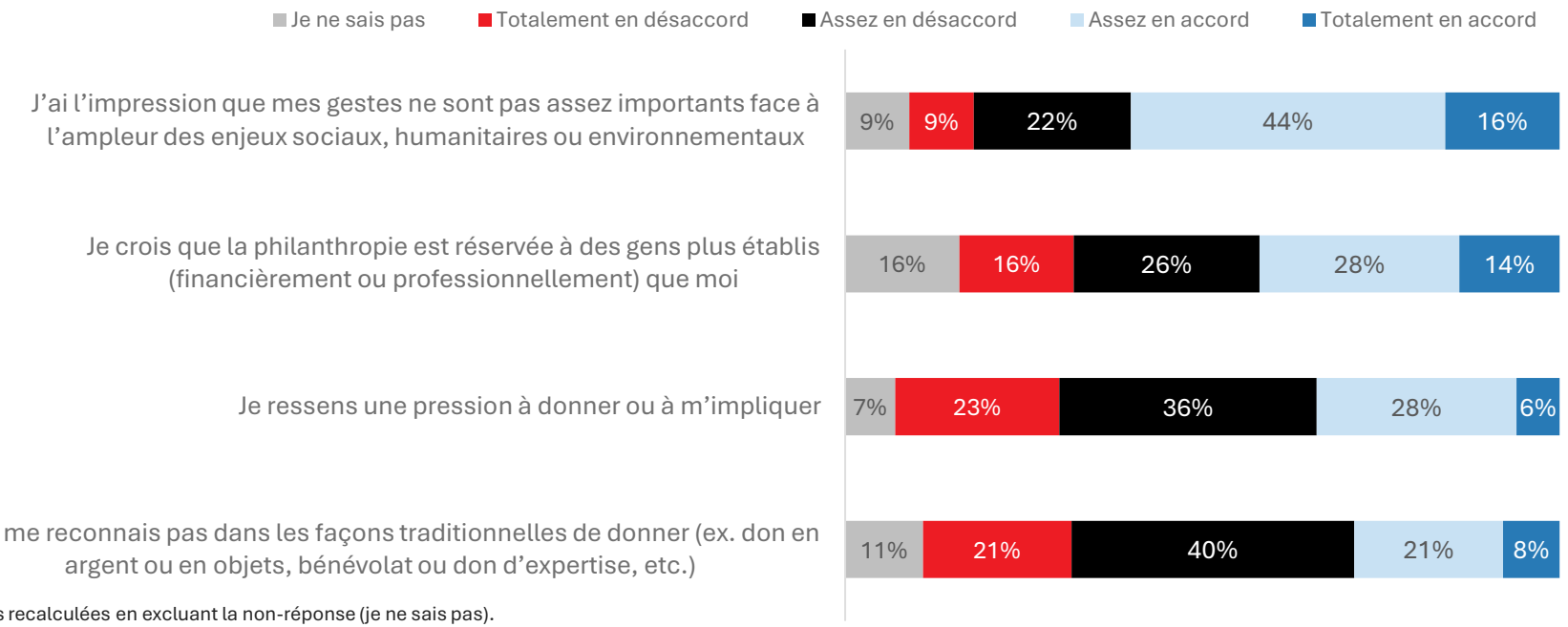
Base : l'ensemble des répondants (n=1 000)

Constat

La façon dont les 18-40 ans perçoivent la philanthropie semble révéler certaines barrières. De fait, bien que plusieurs posent d'ores et déjà des gestes concrets en ce sens, **60% estiment que leurs actions ne sont pas assez importantes face à l'ampleur des enjeux sociaux, humanitaires ou environnementaux**. De plus, **42% croient que la philanthropie est réservée à des personnes plus établies financièrement ou professionnellement.**

→ Autrement dit, on peut poser l'hypothèse que pour plusieurs, quel que soit leur profil, un geste n'est reconnu comme véritablement philanthropique que s'il est de grande ampleur ou posé par des personnes dotées de moyens considérables, ce qui contribue à maintenir une distance entre leurs propres actions et la notion de philanthropie.

Qui plus est, même s'ils sont minoritaires à partager cet avis, environ trois jeunes sur dix déclarent ressentir une pression à s'impliquer (34%) et ne pas se reconnaître dans les façons traditionnelles de donner (29%).



	TOTAL EN ACCORD	TOTAL EN ACCORD (excluant ceux qui ne se sont pas prononcés)*
J'ai l'impression que mes gestes ne sont pas assez importants face à l'ampleur des enjeux sociaux, humanitaires ou environnementaux	60%	66%
Je crois que la philanthropie est réservée à des gens plus établis (financièrement ou professionnellement) que moi	42%	50%
Je ressens une pression à donner ou à m'impliquer	34%	36%
Je ne me reconnais pas dans les façons traditionnelles de donner (ex. don en argent ou en objets, bénévolat ou don d'expertise, etc.)	29%	32%

*Proportions recalculées en excluant la non-réponse (je ne sais pas).

#2

Note : après s'être prononcés sur leurs connaissances et perceptions, **les répondants se sont vu présenter une définition de la philanthropie** : *la philanthropie se définit comme un engagement volontaire de ressources, souvent sous la forme de dons de temps, d'expertise, d'argent ou de biens, pour répondre aux besoins de personnes en difficulté ou aux besoins relevant de l'intérêt général (besoins sociaux, environnementaux, culturels, etc.).*

Par conséquent, pour toutes les questions contenues dans cette section et les suivantes, les répondants avaient en tête cette définition.

Intégration de la philanthropie dans le parcours scolaire

2.1 Parcours scolaire et philanthropie

QH. Selon vos souvenirs, avez-vous abordé la philanthropie ou l'engagement social dans le cadre de votre parcours scolaire ou vos études?

Base : l'ensemble des répondants (n=1 000)

Constat

Globalement, **59% des répondants ont le souvenir d'avoir abordé la notion de philanthropie ou d'engagement social dans le cadre de leur parcours scolaire**, une proportion qui augmente avec le niveau d'étude (atteignant 67% chez les détenteurs d'un diplôme universitaire).

Rappelons d'ailleurs que pour plus de la moitié des répondants, l'initiation à la philanthropie a eu lieu dans un milieu scolaire (53%, *cf.* p.19).

	Total	Scolarité		
		Primaire / secondaire	Collégial	Universitaire
n=	**1 000**	191	323	486
TOTAL OUI*	**59%**	**45%**	60%	**67%**
Oui, au primaire	**14%**	16%	11%	16%
Oui, au secondaire	**34%**	39%	33%	39%
Oui, au cégep	**22%**		32%	27%
Oui, à l'université	**10%**			31%
Je ne me souviens pas	**41%**	**55%**	40%	**33%**

*Le TOTAL OUI n'égale pas la somme des mentions puisqu'un même répondant peut avoir entendu parler de philanthropie à plusieurs moments durant son parcours scolaire.
Note : les modalités présentées étaient modulées selon le dernier diplôme obtenu. Ainsi, les détenteurs d'un diplôme d'études primaires ou secondaires ne se sont pas vu présenter les modalités *Oui, au cégep* et *Oui, à l'université*, et ceux qui possèdent une scolarité de niveau collégial n'ont pas vu la modalité *Oui, à l'université*.

2.2 Intégration de la philanthropie dans le programme d'enseignement

QI. Dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec l'énoncé suivant :

La philanthropie et l'engagement social devraient faire partie du programme d'enseignement primaire et secondaire.

Base : l'ensemble des répondants (n=1 000)

Constat

Aux yeux de la forte majorité des répondants, nonobstant leur profil, **la philanthropie et l'engagement social devraient être partie intégrante du programme d'enseignement primaire et secondaire**. Plus du tiers vont même jusqu'à se dire totalement en accord avec ce propos (35%).

Soulignons que les personnes qui ne se souviennent pas avoir vu ces concepts à l'école se montrent aussi largement favorables à leur intégration au cursus scolaire dès le primaire et le secondaire (80%), signe d'une forte adhésion à l'idée que l'école constitue un milieu naturel et légitime pour initier et éduquer les jeunes à la philanthropie et à l'engagement social.

	Total	Ont abordé la philanthropie dans le cadre de leurs études	
		Oui	Non
n=	**1 000**	600	400
TOTAL EN ACCORD	**86%**	**90%**	**80%**
Totalement en accord	**35%**	**43%**	**24%**
Assez en accord	**51%**	**47%**	**56%**
TOTAL EN DÉSACCORD	**14%**	**10%**	**20%**
Assez en désaccord	**10%**	**8%**	**13%**
Totalement en désaccord	**4%**	**2%**	**6%**

2.3 Retombées perçues de l'intégration de la philanthropie dans le parcours scolaire | vue d'ensemble

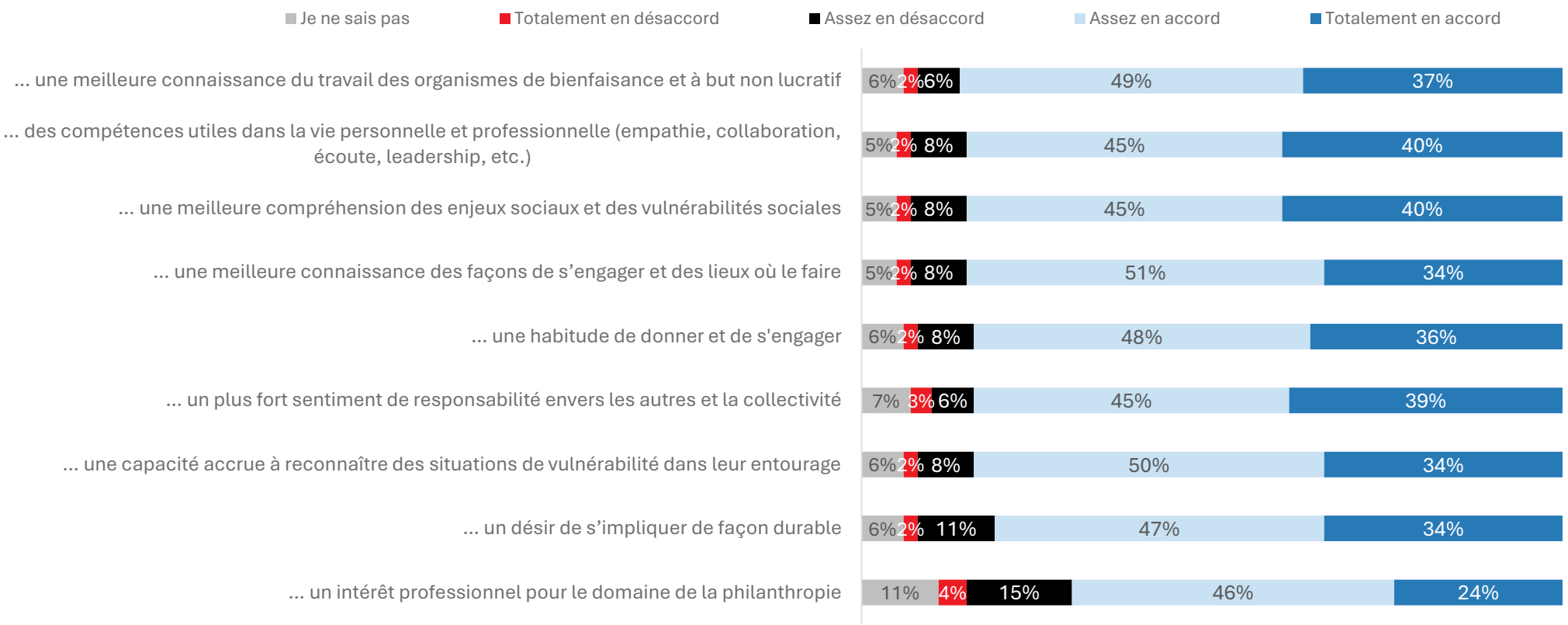
QJ. Dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec les affirmations suivantes?

Apprendre la philanthropie et l'engagement social dès l'école primaire ou secondaire pourrait contribuer à développer chez les jeunes…

Base : l'ensemble des répondants (n=1 000)

Constat

Les résultats sont sans équivoque : l'intégration de la philanthropie et de l'engagement social dans le parcours scolaire dès le primaire ou le secondaire **est perçue comme porteuse de nombreux bénéfices**, tant pour les personnes apprenantes que pour la société dans son ensemble.



TOTAL EN ACCORD
86%
85%
85%
85%
84%
84%
84%
81%
70%

2.3 Retombées perçues de l'intégration de la philanthropie dans le parcours scolaire | selon le profil

QJ. Dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec les affirmations suivantes?

Apprendre la philanthropie et l'engagement social dès l'école primaire ou secondaire pourrait contribuer à développer chez les jeunes...

Base : l'ensemble des répondants (n=1 000)

Constat

Les niveaux d'adhésion quant aux retombées perçues de l'intégration de la philanthropie et de l'engagement social dans le parcours scolaire dès le primaire ou le secondaire sont élevés dans tous les sous-groupes, confirmant un large consensus. **Fait intéressant**, même les répondants qui se disent moins familiers avec la philanthropie adhèrent aux bénéfices évalués : un signe que l'exposition à l'école aurait pu potentiellement leur offrir une meilleure compréhension de la notion, mais aussi leur donner de meilleurs outils pour se l'approprier et s'y engager.

% EN ACCORD	Total	Scolarité			Connaissance auto-déclarée*		Ont abordé la philanthropie dans le cadre de leurs études	
		Prim. / sec.	Coll.	Uni.	Connaît bien	Connaît peu ou pas	Oui	Non
n=	**1 000**	191	323	486	472	528	600	400
... une meilleure connaissance du travail des organismes de bienfaisance et à but non lucratif	**86%**	**80%**	88%	89%	**89%**	**83%**	**90%**	**81%**
... des compétences utiles dans la vie personnelle et professionnelle	**85%**	**77%**	88%	88%	**88%**	**82%**	**89%**	**79%**
... une meilleure compréhension des enjeux sociaux et des vulnérabilités sociales	**85%**	80%	84%	**90%**	**88%**	**81%**	**89%**	**78%**
... une meilleure connaissance des façons de s'engager et des lieux où le faire	**85%**	**77%**	85%	**90%**	**88%**	**82%**	**90%**	**77%**
... une habitude de donner et de s'engager	**84%**	80%	85%	87%	**88%**	**81%**	**88%**	**78%**
... un plus fort sentiment de responsabilité envers les autres et la collectivité	**84%**	**78%**	85%	**88%**	**88%**	**81%**	**88%**	**78%**
... une capacité accrue à reconnaître des situations de vulnérabilité dans leur entourage	**84%**	**76%**	86%	**87%**	86%	82%	**87%**	**79%**
... un désir de s'impliquer de façon durable	**81%**	**74%**	83%	83%	**84%**	**78%**	**85%**	**74%**
... un intérêt professionnel pour le domaine de la philanthropie	**70%**	**59%**	71%	**77%**	**76%**	**64%**	**74%**	**64%**

*Rappelons que cette question avait été posée **avant** que les répondants se voient présenter la définition de la philanthropie.

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

QJ2. Dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec les affirmations suivantes?

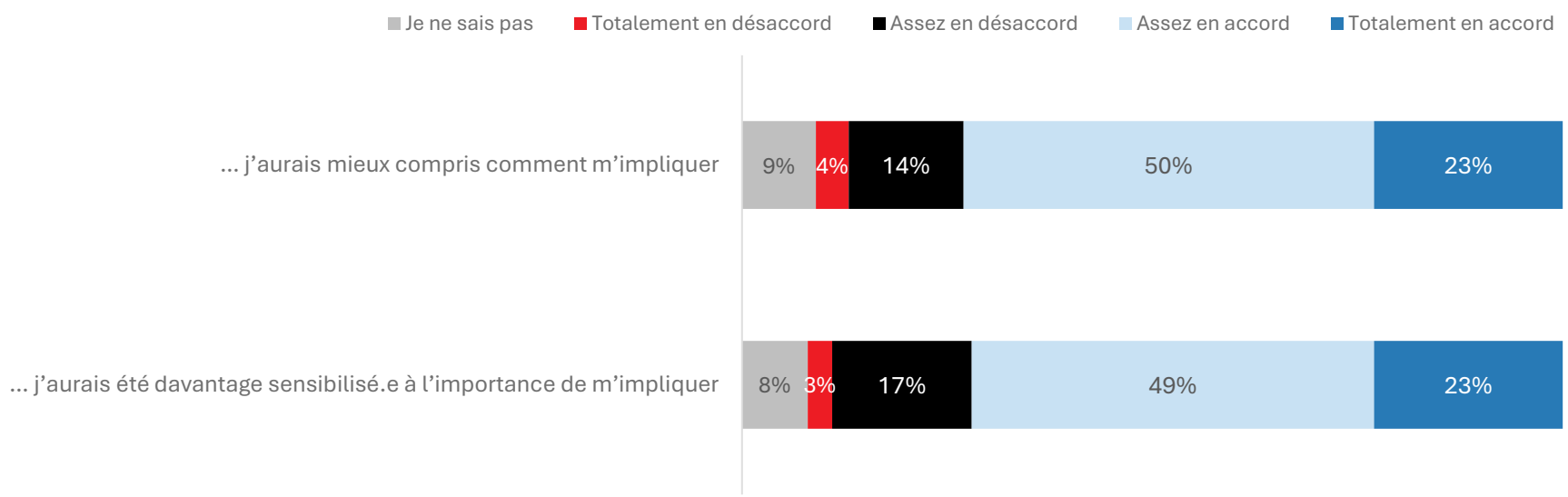
Si j'avais appris à mieux connaître la philanthropie et l'engagement social dès l'école primaire ou secondaire…

Base : l'ensemble des répondants (n=1 000)

Constat

S'ils avaient appris à mieux connaître la philanthropie et l'engagement social dès l'école primaire ou secondaire, plus de sept répondants sur dix jugent **qu'ils auraient été à même de mieux comprendre comment s'engager dans la collectivité** (73%) et **qu'ils auraient été plus amplement sensibilisés à l'importance de leur engagement** (71%).

→ Ainsi, en plus des nombreux bénéfices perçus sur le développement de connaissances, de compétences et du sens des responsabilités sociales, les répondants perçoivent qu'une exploration précoce de la philanthropie et de l'engagement social dans le cursus scolaire aurait pu avoir un impact positif sur leur propre engagement. Notons que ce constat s'avère parmi l'ensemble, peu importe leur profil.



TOTAL EN ACCORD
73%
71%

#3

Expérience philanthropique

3.1 Dons effectués au cours des 12 derniers mois

Q1. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous fait un ou des dons pour des causes sociales, communautaires, humanitaires, culturelles ou environnementales (fondations, organismes, hôpitaux, associations communautaires, etc.)? Plus précisément, avez-vous donné…?

Base : l'ensemble des répondants (n=1 000)

Constat

Au cours des 12 derniers mois, **87% des 18-40 ans interrogés rapportent avoir fait au moins un don pour des causes sociales, communautaires, humanitaires, culturelles ou environnementales**, principalement sous forme de biens matériels (71%), suivis des dons en argent (55%).

→ Les répondants qui affirment avoir abordé la philanthropie durant leur parcours scolaire sont plus nombreux à déclarer avoir donné au cours des 12 derniers mois, tous types de dons confondus. Ces résultats témoignent de l'impact important et durable que peut avoir l'intégration de cette notion dans le programme scolaire.

Par ailleurs, en regard du profil sociodémographique et économique, on observe certaines nuances quant à la façon de donner. Ainsi, les ménages avec enfant(s) sont plus nombreux à avoir fait don de biens matériels ou de denrées alimentaires (respectivement 77% et 60%). Les 25-40 ans se démarquent des plus jeunes par une plus forte propension à donner de l'argent (58% contre 47%). Enfin, les mieux nantis se distinguent par une participation accrue aux dons financiers et alimentaires (respectivement 67% et 63%).

% OUI	Total	Genre		Âge		Enfant(s) dans le ménage		Revenu familial annuel brut					Ont abordé la philanthropie dans le cadre de leurs études	
		Masculin	Féminin	18-24 ans	25-40 ans	Oui	Non	Moins de 40K	40-79K	80-119K	120-159K	160K et plus	Oui	Non
	1 000	458	536	251	749	417	581	105	252	248	173	144	600	400
ONT FAIT AU MOINS UN DON AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS	**87%**	85%	89%	86%	87%	**90%**	**85%**	82%	87%	91%	86%	**92%**	**94%**	**77%**
… des biens matériels (vêtements, mobilier, équipement informatique, etc.)	**71%**	**61%**	**80%**	70%	71%	**77%**	**66%**	61%	71%	**76%**	69%	77%	**76%**	**63%**
… de l'argent	**55%**	55%	56%	**47%**	**58%**	56%	54%	50%	51%	57%	62%	**67%**	**62%**	**45%**
… des denrées alimentaires	**49%**	49%	48%	46%	49%	**60%**	**41%**	**36%**	48%	**55%**	45%	**63%**	**55%**	**39%**
… du temps (bénévolat ou don d'expertise)	**32%**	**36%**	**29%**	33%	32%	35%	31%	31%	32%	33%	32%	37%	**42%**	**19%**

Parmi les personnes qui ont donné de l’argent ou du temps…

3.2 Valeur des dons monétaires effectués

Q1_AO. Vous avez dit avoir fait un ou des dons en argent dans les 12 derniers mois. Approximativement et au total, combien avez-vous donné à différentes causes sociales, communautaires, humanitaires, culturelles ou environnementales?

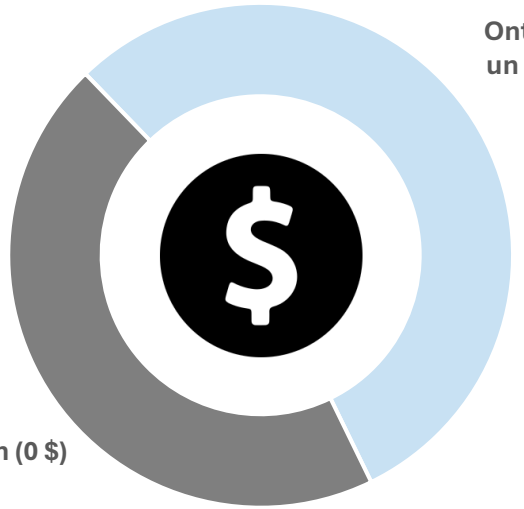
Constat

Les Québécois âgés de 18 à 40 ans qui ont effectué au moins un don en argent au cours des 12 derniers mois (55% de l'ensemble) affirment avoir donné, en moyenne, 296 $.

En tenant compte de ceux qui n'ont pas donné d'argent récemment (45% de l'ensemble), la somme des dons monétaires par personne s'établit, en moyenne, à 162 $* parmi la population cible. Cette moyenne est plus élevée parmi les personnes dont le revenu familial annuel brut est de 160 000 $ et plus (301 $), les détenteurs d'un diplôme universitaire (250 $), les répondants qui ont abordé la notion de philanthropie durant leur parcours scolaire (225 $) et les 25-40 ans (186 $ contre 98 $ chez les 18-24 ans).

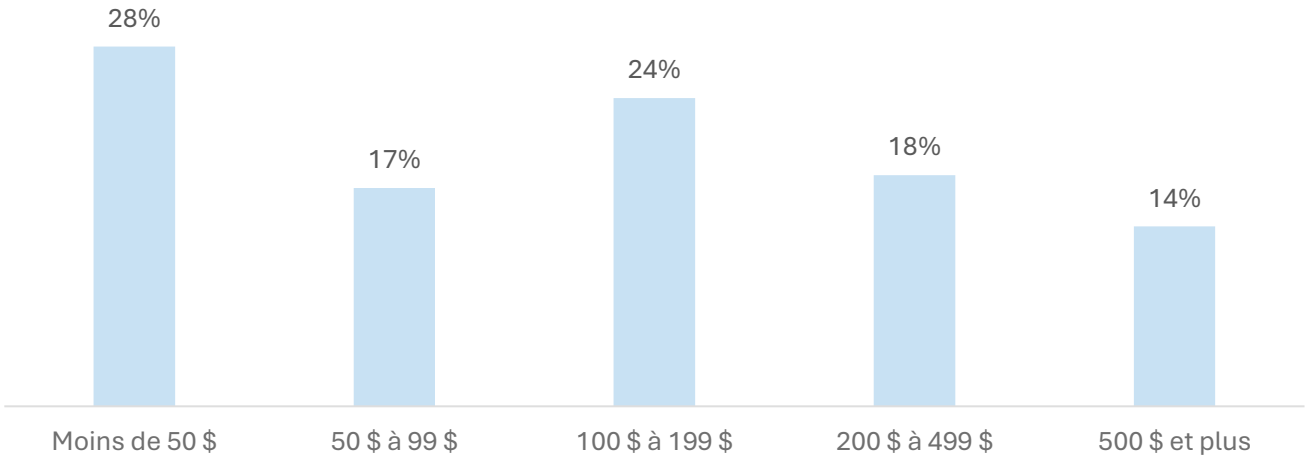
MOYENNE (INCLUANT 0) : 162 $*

Base : l'ensemble des répondants (n=1 000)



MOYENNE (EXCLUANT 0) : 296 $

Base : les répondants qui ont fait au moins un don en argent dans les 12 derniers mois (n=570)



*Moyenne calculée sur la base de tous les répondants (n=1 000), en attribuant la valeur de 0 $ à ceux qui n'ont pas fait de don en argent au cours des 12 derniers mois.

3.3 Nombre d'heures de bénévolat ou de don d'expertise

Q1_BO. Vous avez dit avoir donné du temps (bénévolat ou don d'expertise) dans les 12 derniers mois. Approximativement et au total, combien d'heures(s) avez-vous donné à différentes causes sociales, communautaires, humanitaires, culturelles ou environnementales?

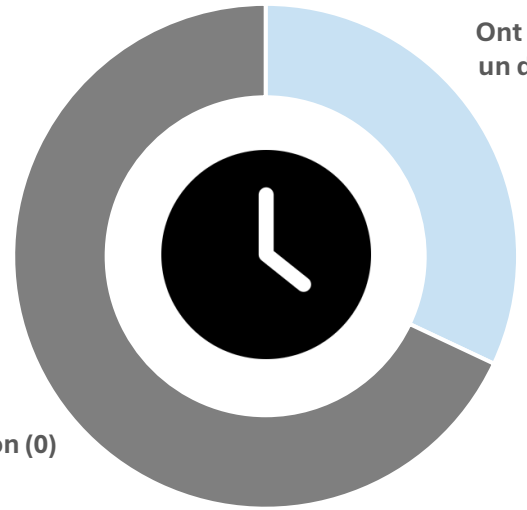
Constat

32% des répondants disent avoir donné du temps ou de l'expertise à au moins une cause sociale, communautaire, humanitaire, culturelle ou environnementale au cours des 12 derniers mois, en moyenne 40 heures.

En tenant compte de ceux qui n'ont pas donné de temps au cours des 12 derniers mois, le don moyen par personne s'établit à 13 heures*. Cette moyenne est plus élevée chez les détenteurs d'un diplôme universitaire (21 heures) et les répondants ayant abordé la notion de philanthropie durant leur parcours scolaire (18 heures).

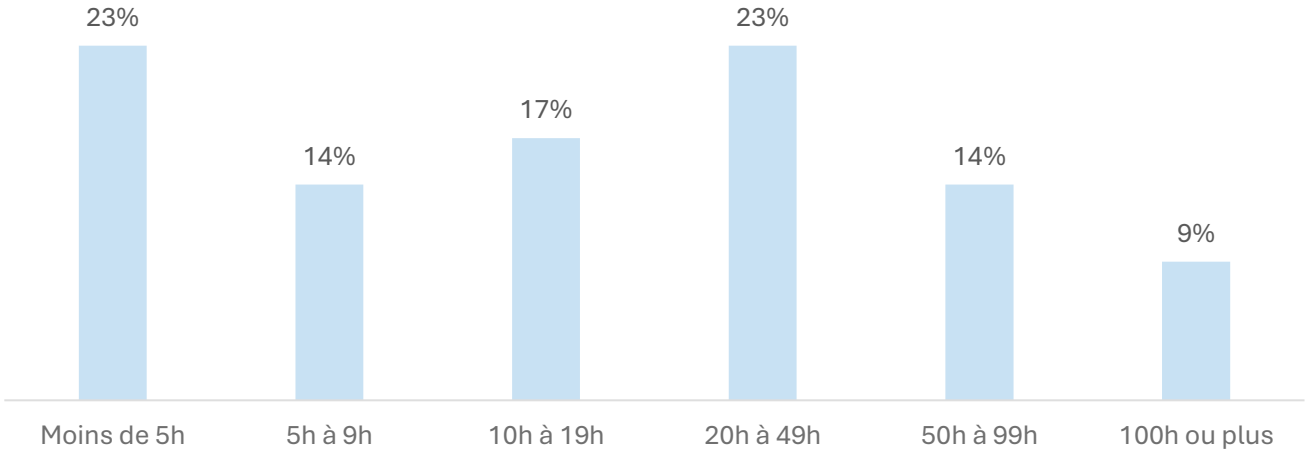
MOYENNE (INCLUANT 0) : 13 HEURES*

Base : l'ensemble des répondants (n=1 000)



MOYENNE (EXCLUANT 0) : 40 HEURES

Base : les répondants qui ont fait au moins un don de temps ou d'expertise dans les 12 derniers mois (n=338)



*Moyenne calculée sur la base de tous les répondants (n=1 000), en attribuant la valeur de 0 à ceux qui n'ont pas fait de bénévolat ou don d'expertise au cours des 12 derniers mois.

3.4 Déclencheur d’un don en argent ou en temps

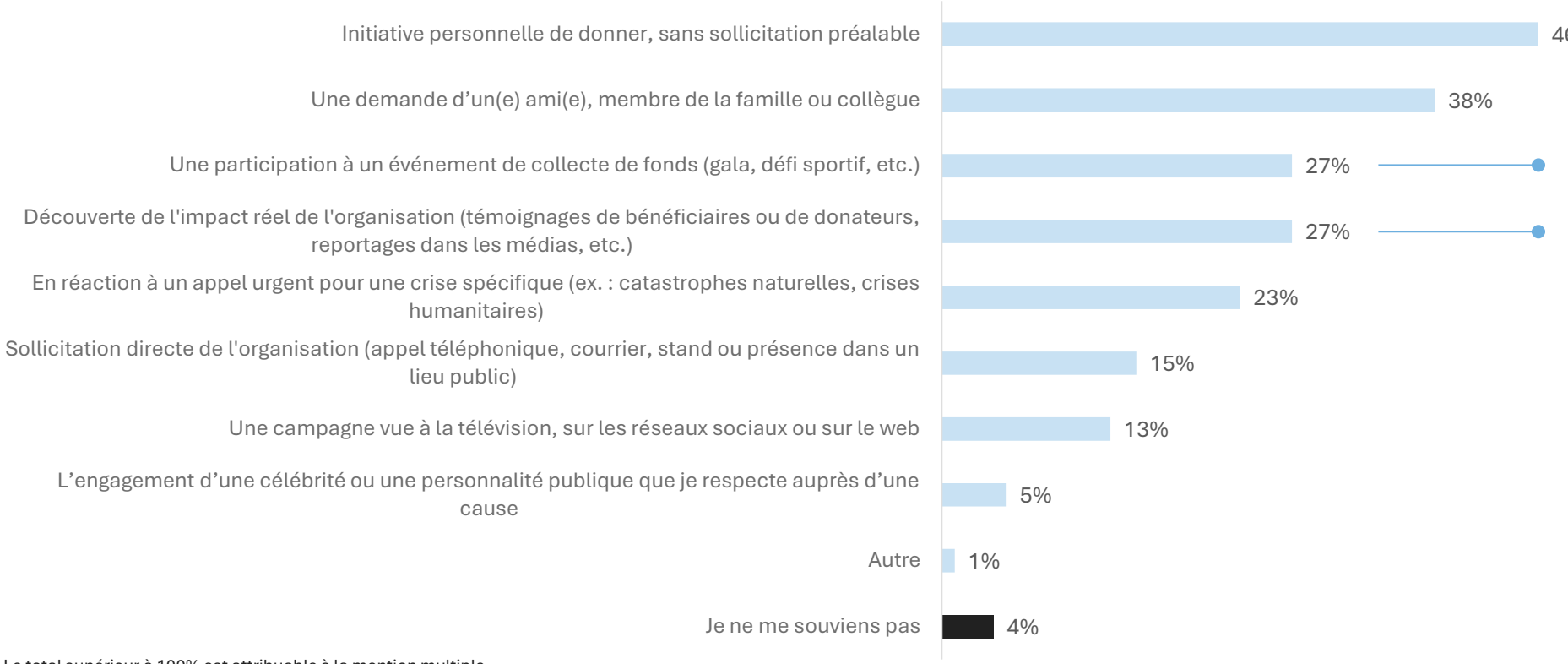
Q2. Qu’est-ce qui vous incite le plus souvent à faire un don à une organisation ou une cause?

Base : les répondants qui ont donné de l’argent ou du temps au cours des 12 derniers mois (n=676), jusqu’à trois mentions possibles

Constat

Quel que soit leur profil, les répondants qui disent avoir donné de l’argent ou du temps au cours des 12 derniers mois **affirment être avant tout motivés par leur propre initiative à donner** (46%), bien plus que par des sollicitations directes des organisations (15%) ou des campagnes médiatiques (13%).

La demande d’un proche (ami, famille ou collègue) constitue également un levier important, identifié par 38% des répondants.



Motivation plus importante chez **les résidents de la grande région de Québec** (38%), qui la place sur le même pied d’égalité qu’une demande d’un proche (39%).

Motivation plus importante chez **les détenteurs d’un diplôme universitaire** (34%), se rapprochant d’une demande d’un proche (39%).

Le total supérieur à 100% est attribuable à la mention multiple.

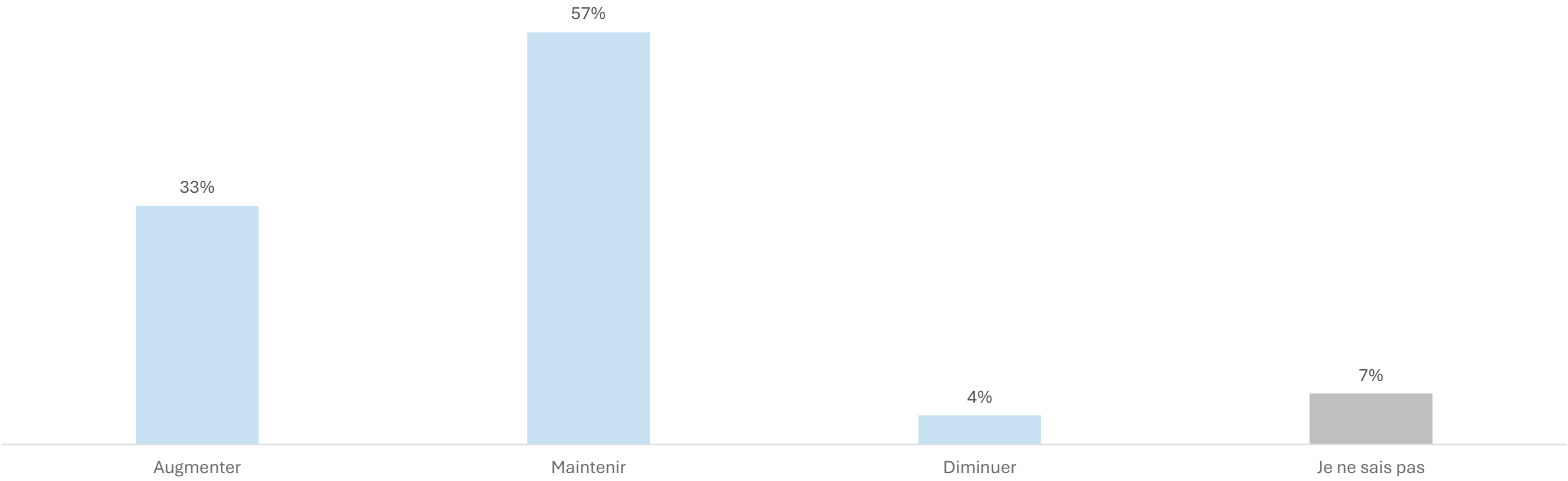
3.5 Intentions de don | temps

Q3. Prévoyez-vous… votre soutien ou votre engagement auprès de causes sociales, humanitaires, culturelles ou environnementales en donnant du temps (bénévolat ou don d'expertise) dans le futur?

Base : les répondants qui ont donné du temps au cours des 12 derniers mois (n=338)

Constat

Questionnés sur leurs intentions, la majorité des répondants qui affirment avoir donné du temps (sous forme de bénévolat ou de don d'expertise) au cours des 12 derniers mois **disent vouloir maintenir leur soutien et leur engagement dans le futur** (57%). Notons que le tiers ont évoqué le souhait **d'accroître leur engagement**, une proportion plus élevée chez les non-francophones (49%).



3.5 Intentions de don | argent

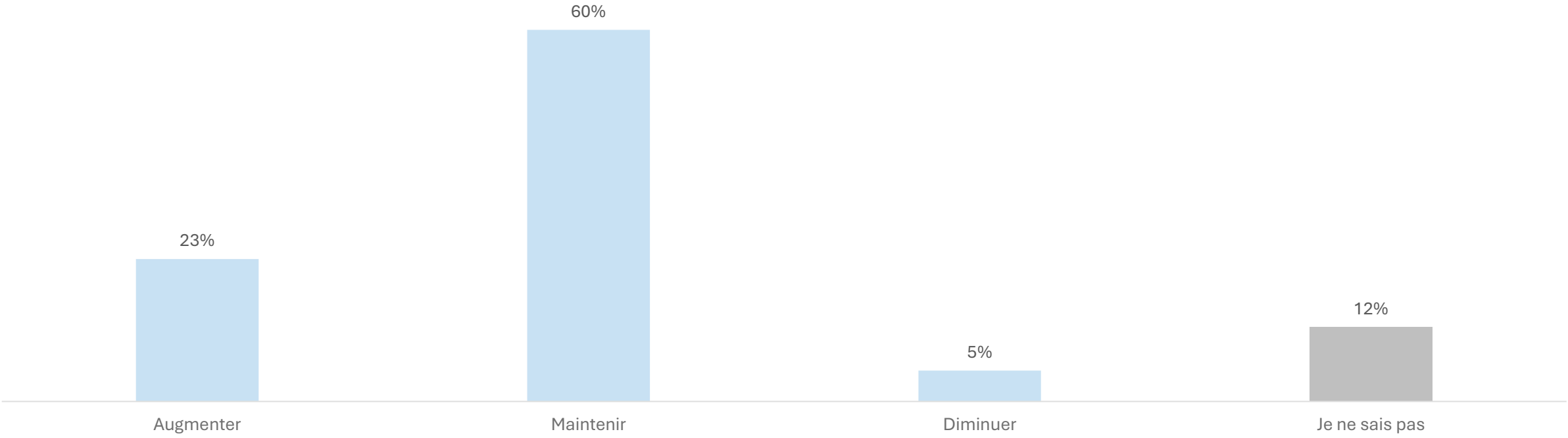
Q4. Prévoyez-vous… votre soutien ou votre engagement auprès de causes sociales, humanitaires, culturelles ou environnementales en donnant de l'argent dans le futur?

Base : les répondants qui ont donné de l'argent au cours des 12 derniers mois (n=570)

Constat

La plupart des répondants qui ont fait au moins un don en argent au cours des 12 derniers mois ont l'intention de **maintenir leur soutien et leur engagement** envers des causes sociales, humanitaires, culturelles ou environnementales dans le futur (60%).

Près du quart ont manifesté **l'envie de donner plus** (23%), davantage parmi les 18-24 ans (31%). À cet effet, rappelons que ces derniers sont **moins** nombreux à avoir donné de l'argent dans la dernière année (*cf.* p.39). Ainsi, l'intention plus marquée des 18-24 ans laisse croire que leurs comportements de dons pourraient évoluer à mesure qu'ils progresseront dans leur trajectoire professionnelle et financière.



Parmi les personnes qui n’ont pas donné d’argent ou de temps…

3.6 Intentions de don | temps

Q3X. Prévoyez-vous soutenir des causes sociales, humanitaires, culturelles ou environnementales en donnant du temps (bénévolat ou don d'expertise) dans le futur?

Base : les répondants qui n'ont pas donné de temps au cours des 12 derniers mois (n=662)

Constat

Lorsqu'on demande aux 18-40 ans qui n'ont pas donné de leur temps (bénévolat ou expertise) au cours des 12 derniers mois s'ils envisagent le faire dans le futur, **les réponses sont fortement partagées,** tel qu'illustré ci-dessous.

Si les intentions demeurent diffuses dans l'ensemble des sous-groupes, notons que les résidents de la grande région de Montréal (41%) et les femmes (39% contre 30% des hommes) démontrent un peu plus d'ouverture en ce sens.

	Total	Genre		Région		
		Masculin	Féminin	Montréal RMR	Québec RMR	Autres
	662	289	370	325	77	260
Oui	**35%**	**30%**	**39%**	**41%**	**24%**	**30%**
Non	**34%**	**39%**	**29%**	30%	32%	**39%**
Je ne sais pas	**32%**	31%	33%	30%	**44%**	32%

En excluant les personnes qui sont indécises, 51% ont mentionné qu'elles prévoient soutenir des causes en donnant de leur temps, alors que 49% n'envisagent pas de le faire.

3.6 Intentions de don | argent

Q4X. Prévoyez-vous soutenir des causes sociales, humanitaires, culturelles ou environnementales en donnant de l'argent dans le futur?

Base : les répondants qui n'ont pas donné d'argent au cours des 12 derniers mois (n=430)

Constat

Lorsqu'il est question de soutenir des causes sociales, humanitaires, culturelles ou environnementales par des dons en argent, **il n'y a pas non plus de consensus fort, quoiqu'une certaine réticence est palpable** : 30% des répondants qui n'ont pas fait de don en argent au cours des 12 derniers mois envisagent de contribuer financièrement dans le futur, contre 41% qui ne comptent pas le faire et 29% qui demeurent indécis.

En excluant ces derniers, ce sont 57% qui affirment ne pas avoir l'intention de donner.

	Total	Genre		Région		
		Masculin	Féminin	Montréal RMR	Québec RMR	Autres
	430	188	238	215	47	168
Oui	**30%**	28%	33%	**35%**	26%	25%
Non	**41%**	**51%**	**30%**	37%	44%	45%
Je ne sais pas	**29%**	**20%**	**37%**	28%	30%	30%

En excluant les personnes qui sont indécises, 43% ont mentionné souhaiter soutenir des causes en donnant de l'argent, alors que 57% n'envisagent pas de le faire.

3.7 Principaux obstacles perçus à donner | temps

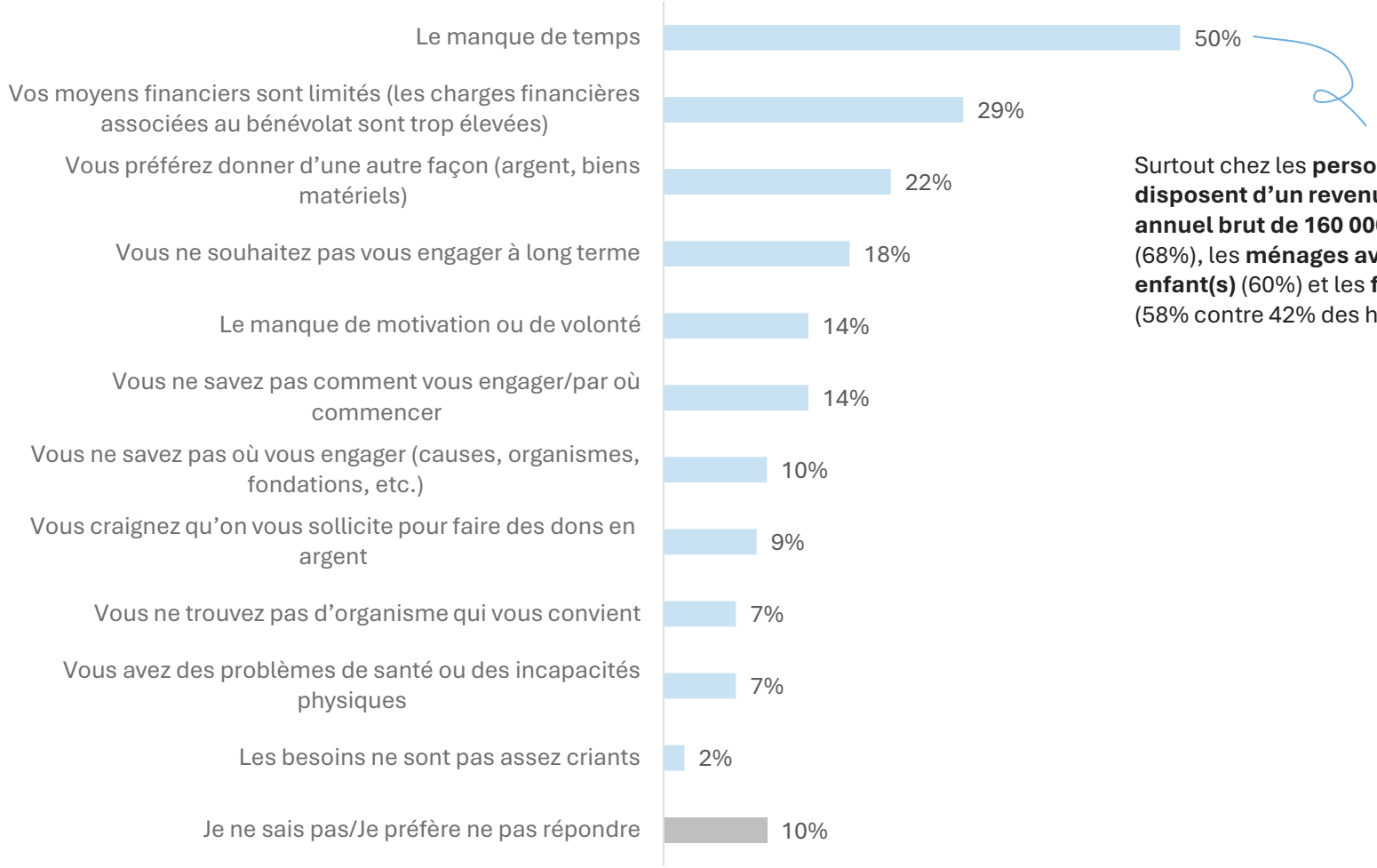
Q6. Pour vous personnellement, quels sont les principaux obstacles au soutien de causes sociales, humanitaires, culturelles ou environnementales par du bénévolat / don d'expertise (don de temps)?

Base : les répondants qui n'ont pas donné de temps au cours des 12 derniers mois (n=662), jusqu'à trois mentions possibles

Constat

Le **manque de temps** est, de loin, le principal obstacle au soutien de causes sociales, humanitaires, culturelles ou environnementales par du bénévolat ou don d'expertise (50%), et ce, parmi l'ensemble des sous-groupes.

Des moyens financiers limités pour combler les charges associées au bénévolat (29%) et la préférence pour d'autres types d'implications (don en argent, en objets, etc.) (22%) sont également des obstacles perçus au don de temps.



Surtout chez les **personnes qui disposent d'un revenu familial annuel brut de 160 000 $ et plus** (68%), les **ménages avec enfant(s)** (60%) et les **femmes** (58% contre 42% des hommes).

Le total supérieur à 100% est attribuable à la mention multiple.

3.7 Principaux obstacles perçus à donner | argent

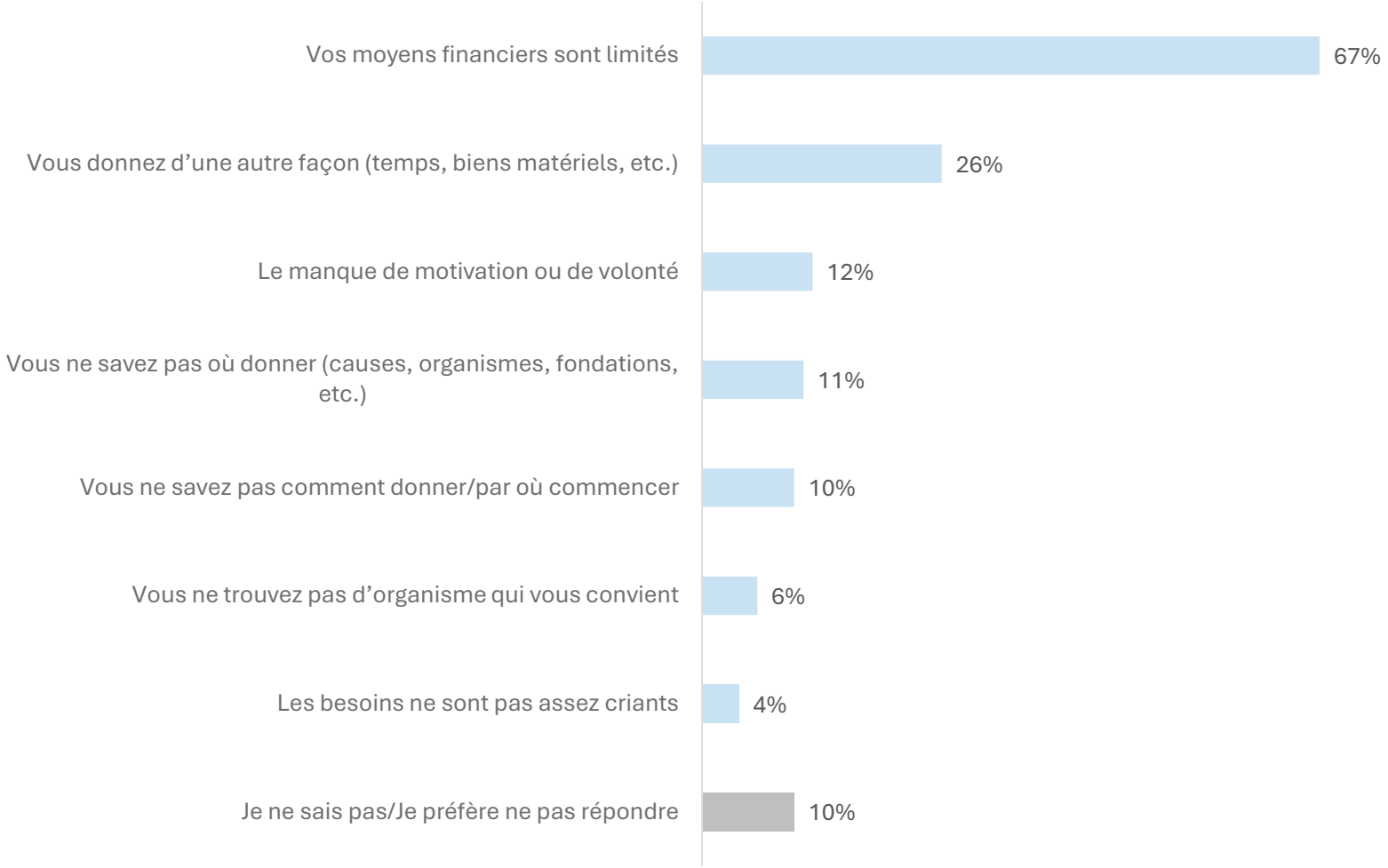
Q5. Pour vous personnellement, quels sont les principaux obstacles au soutien de causes sociales, humanitaires, culturelles ou environnementales par un don en argent?

Base : les répondants qui n'ont pas donné d'argent au cours des 12 derniers mois (n=430), jusqu'à trois mentions possibles

Constat

Les moyens financiers limités constituent, de loin, le principal obstacle au don d'argent (67%). Fait à noter : même les mieux nantis (revenu familial de 160 000 $ et plus) placent cette raison au premier rang des freins perçus (57%).

Soulignons que le quart mentionne préférer donner autrement (26%).



Le total supérieur à 100% est attribuable à la mention multiple.

#4

Culture philanthropique

4.1 Causes prioritaires (1/2)

Q9. À quelle(s) cause(s) seriez-vous le plus susceptible de contribuer (don en argent, temps, expertise ou biens)?

Base : l'ensemble des répondants (n=1 000), ordonnancement des trois causes les plus importantes

Constat

Parmi les différentes causes proposées, **les enfants vulnérables (38%) et la santé mentale (34%) seraient celles auxquelles les Québécois âgés de 18 à 40 ans seraient les plus susceptibles de donner**. L'éducation (26%), la recherche médicale (25%), l'aide aux personnes démunies (25%), la violence envers les femmes (24%) et la défense des animaux (23%) sont également des causes importantes, alors qu'environ le quart des répondants les classent dans leur Top 3.

Enfin, on observe certaines différences selon le genre, l'âge et le fait d'avoir ou non des enfants dans le ménage, tel qu'illustré dans le tableau ci-dessous.

	TOP 1	TOP 3	Genre		Âge		Enfant(s) dans le ménage	
			Masculin	Féminin	18-24 ans	25-40 ans	Oui	Non
n=	**1 000**	**1 000**	458	536	251	749	417	581
Les enfants vulnérables	**15%**	**38%**	**33%**	**43%**	**31%**	**40%**	**51%**	**29%**
La santé mentale	**12%**	**34%**	**30%**	**37%**	33%	34%	34%	34%
L'éducation	**8%**	**26%**	29%	24%	28%	26%	**32%**	**23%**
La recherche médicale	**10%**	**25%**	25%	25%	21%	26%	**30%**	**21%**
L'aide aux personnes démunies	**9%**	**25%**	25%	24%	25%	24%	22%	26%
La violence envers les femmes	**7%**	**24%**	**13%**	**34%**	26%	23%	22%	25%
La défense des animaux	**9%**	**23%**	**19%**	**28%**	**17%**	**25%**	**16%**	**27%**
La protection de l'environnement	**5%**	**19%**	21%	17%	21%	18%	17%	21%

Suite à la page suivante

4.1 Causes prioritaires (2/2)

Q9. À quelle(s) cause(s) seriez-vous le plus susceptible de contribuer (don en argent, temps, expertise ou biens)?

Base : l'ensemble des répondants (n=1 000), ordonnancement des trois causes les plus importantes

	TOP 1	TOP 3	Genre		Âge		Enfant(s) dans le ménage	
			Masculin	Féminin	18-24 ans	25-40 ans	Oui	Non
n=	**1 000**	**1 000**	458	536	251	749	417	581
L'aide internationale ou humanitaire	**4%**	**12%**	**14%**	**9%**	**17%**	**10%**	10%	13%
La défense des droits de l'Homme	**3%**	**10%**	**13%**	**8%**	11%	10%	9%	11%
L'autonomie des personnes vivant avec un handicap	**2%**	**9%**	8%	9%	**5%**	**10%**	10%	8%
La culture / le patrimoine	**3%**	**8%**	**12%**	**4%**	9%	7%	8%	8%
Les personnes aînées	**3%**	**8%**	8%	8%	7%	8%	10%	7%
Les communautés LGBTQ+	**3%**	**8%**	**11%**	**4%**	11%	7%	**4%**	**10%**
La discrimination raciale et ethnique	**1%**	**6%**	6%	5%	6%	6%	**3%**	**7%**
Les communautés autochtones	**2%**	**4%**	4%	3%	4%	4%	**2%**	**5%**
La réinsertion sociale ou justice réparatrice	**1%**	**4%**	5%	3%	6%	3%	4%	4%
Aucune cause, je ne souhaite pas donner	**4%**	**4%**	**5%**	**2%**	5%	3%	2%	4%

4.2 Transmission de l'importance de donner

Q8. Y a-t-il des personnes qui vous ont appris l'importance de donner (argent, temps, expertise, biens)?

Base : les répondants qui ont fait au moins un don au cours des 12 derniers mois (n=879), plusieurs mentions possibles

Informations

La question ci-dessous et celle de la page suivante ont été présentées uniquement aux répondants qui affirment avoir fait au moins un don au cours des 12 derniers mois, peu importe sa nature (87% de l'ensemble).

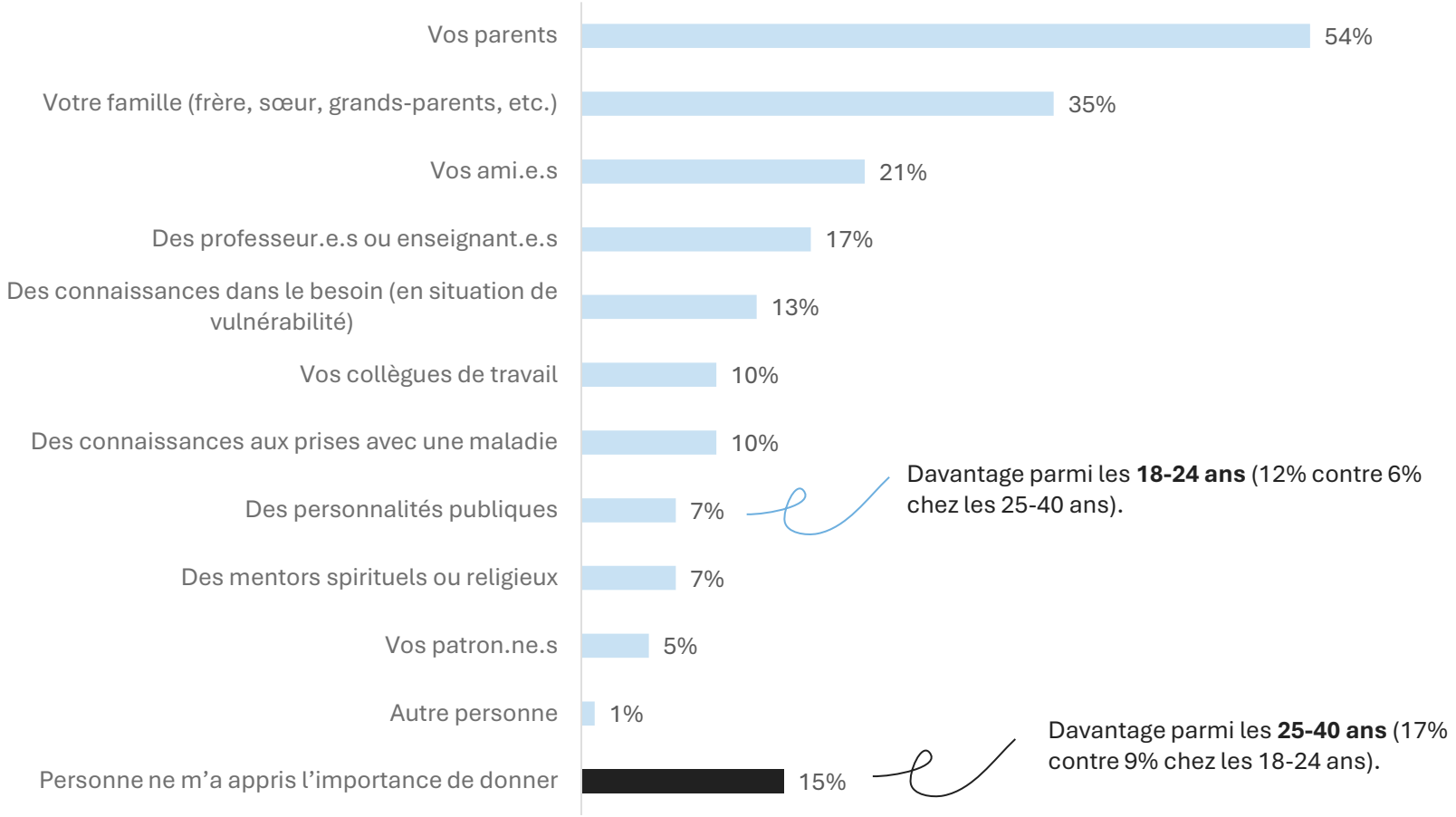
Constat

85% des répondants affirment qu'une personne de leur entourage leur a appris l'importance de donner.

La famille, particulièrement les parents (54%), ont joué un rôle déterminant en ce sens.

→ À cet effet, rappelons que seuls 13% affirmaient avoir entendu parler de philanthropie pour la première fois par le biais de leurs parents ou d'une autre personne proche *(cf.* p.19). Ainsi, l'importance de donner s'est transmise par la famille, mais sans forcément la rattacher au concept de *philanthropie*.

Enfin, notons que 17% rapportent qu'un professeur ou un enseignant a exercé cette influence sur eux, soulignant à nouveau le rôle que peut jouer l'école dans l'apprentissage de la philanthropie.



Le total supérieur à 100% est attribuable à la mention multiple.

4.3 Principales motivations à soutenir une cause ou un organisme (1/2)

Q7. Quelles sont vos principales motivations à soutenir une ou des causes sociales, humanitaires, culturelles ou environnementales par vos dons?

Base : les répondants qui ont fait au moins un don au cours des 12 derniers mois (n=879), plusieurs mentions possibles

Constat

Les répondants qui ont soutenu une cause sociale, humanitaire, culturelle ou environnementale dans les 12 derniers mois **disent avoir été principalement motivés par la volonté d'aider leur prochain, de redonner et de rendre service** (51%). Plusieurs ont également mentionné avoir souhaité soutenir une cause ou un organisme qui leur tient à cœur (42%) ou s'engager dans leur communauté (32%).

→ Des différences intéressantes émergent selon le genre. De fait, **les femmes** se disent plus souvent guidées par des valeurs d'altruisme et d'émotion : aider, redonner, se sentir utiles, soutenir une cause qui leur tient à cœur. **Les hommes**, pour leur part, sont plus nombreux à mentionner des considérations liées au statut ou à la rationalité, comme montrer l'exemple, rechercher de la reconnaissance, bénéficier d'un avantage fiscal ou agir par obligation, même si ces facteurs demeurent minoritaires dans l'ensemble des motivations exprimées.

	Total	Genre		Âge	
		Masculin	Féminin	18-24 ans	25-40 ans
n=	**879**	396	479	213	666
Pour aider les autres, redonner, rendre service (par altruisme)	**51%**	**40%**	**61%**	48%	52%
Pour soutenir une cause/un organisme qui me tient à cœur	**42%**	**35%**	**48%**	37%	44%
Pour m'impliquer dans ma communauté	**32%**	29%	35%	35%	31%
Pour me sentir utile	**27%**	**23%**	**31%**	27%	27%
Pour redonner à une cause/un organisme dont vous, ou une personne de votre entourage avez déjà bénéficié (expérience personnelle liée à la cause (maladie, proche dans le besoin, situation de vie, etc.))	**26%**	**21%**	**30%**	**19%**	**29%**
Pour faire ma part dans un contexte particulier (situation d'urgence, crise, etc.)	**25%**	23%	27%	23%	26%

Suite à la page suivante

Le total supérieur à 100% est attribuable à la mention multiple.

4.3 Principales motivations à soutenir une cause ou un organisme (2/2)

Q7. Quelles sont vos principales motivations à soutenir une ou des causes sociales, humanitaires, culturelles ou environnementales par vos dons?

Base : les répondants qui ont fait au moins un don au cours des 12 derniers mois (n=879), plusieurs mentions possibles

	Total	Genre		Âge	
		Masculin	Féminin	18-24 ans	25-40 ans
n=	**879**	396	479	213	666
Pour contribuer au rayonnement d'une cause/un organisme	**18%**	17%	19%	22%	17%
Pour l'émotion que me procure la cause, les bénéficiaires	**15%**	**12%**	**17%**	**10%**	**17%**
Pour montrer l'exemple	**14%**	**17%**	**12%**	14%	14%
Par obligation ou par devoir	**9%**	**14%**	**4%**	12%	7%
Pour les avantages fiscaux ou autres incitations financières	**7%**	**9%**	**5%**	6%	7%
Pour progresser dans ma carrière, obtenir de la visibilité (être remarqué(e))	**5%**	**8%**	**2%**	**11%**	**3%**
Pour recevoir de la reconnaissance	**5%**	**8%**	**2%**	8%	4%
Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre	**4%**	6%	3%	6%	4%

Le total supérieur à 100% est attribuable à la mention multiple.

4.4 Contributions générationnelles perçues

Q11. Quelles sont, selon vous, les forces ou les contributions que votre génération peut apporter à la philanthropie?

Base : l'ensemble des répondants (n=1 000), jusqu'à trois mentions possibles

Constat

Lorsqu'on questionne les 18-40 ans sur ce qu'ils pensent être les forces ou les contributions que leur génération peut apporter à la philanthropie, aucun consensus clair ne se dégage. **Deux hypothèses peuvent être avancées :**

1. Cette génération éprouve une difficulté à arrimer clairement son identité à des apports spécifiques au domaine philanthropique. Notons d'ailleurs que près d'une personne sur cinq n'a su se prononcer sur cette question (18%).
2. Les jeunes estiment que leur génération peut contribuer de différentes manières, mais sans qu'une force distinctive ne domine. Leur apport se caractériserait donc davantage par un ensemble de contributions transversales que par une spécialisation marquée.

	Total	Genre		Âge		Ont soutenu une cause dans les 12 derniers mois		Connaissance auto-déclarée de la philanthropie*	
		Masculin	Féminin	18-24 ans	25-40 ans	Oui	Non	Connaît bien	Connaît peu ou pas
n=	**1 000**	458	536	251	749	879	121	472	528
Une volonté de changement social durable et équitable	34%	31%	38%	34%	34%	36%	23%	33%	36%
Une meilleure utilisation des outils numériques pour sensibiliser ou mobiliser	29%	29%	30%	34%	28%	31%	15%	33%	26%
Une volonté accrue d'agir face aux enjeux environnementaux et climatiques	26%	24%	28%	28%	26%	27%	18%	30%	23%
Une plus grande reconnaissance de la diversité et de l'inclusion	25%	21%	28%	24%	25%	27%	14%	26%	24%
Une créativité dans les façons de soutenir les causes (ex. art, contenu, événements innovants)	22%	19%	24%	23%	21%	24%	8%	24%	19%
Une capacité à créer ou utiliser de nouvelles formes d'engagement	18%	19%	18%	22%	17%	20%	7%	20%	17%
Un regard critique sur les structures traditionnelles	18%	21%	15%	15%	20%	20%	8%	23%	14%
Une approche collaborative et horizontale	13%	15%	11%	15%	12%	14%	11%	16%	11%
Je ne sais pas	18%	17%	18%	14%	19%	13%	48%	12%	22%

Le total supérieur à 100% est attribuable à la mention multiple. // *Rappelons que cette question était posée **avant** qu'une définition soit présentée aux répondants.

L’intelligence des données

leger360.com

Crédits images : Shutterstock.com / Adobe Stock.