

BAROMETRE DE L'ENGAGEMENT COLLECTIF DES FRANÇAIS

Rapport de résultats

Mai 2026



CESI
ÉCOLE D'INGÉNIEURS

Vos contacts pour cette étude :

Christelle Craplet - Directrice Public Affairs
Christelle.Craplet@ipsos.com

Charlotte Beaudoin - Chargée d'études
Charlotte.Beaudoin@ipsos.com



CESI
ÉCOLE D'INGÉNIEURS

Méthodologie



ÉCHANTILLON

Taille de l'échantillon : **1001 personnes représentatives de la population française.**

La représentativité de l'échantillon a été assurée grâce à la méthode des quotas appliquée aux variables suivantes : sexe, âge, profession de l'interviewé, de la personne de référence du ménage, région, catégorie d'agglomération et proximité politique.

Ce rapport a été réalisé pour :



MÉTHODOLOGIE

Enquête réalisée par internet **du 28 au 29 avril 2026**



NOTE DE LECTURE

Certains résultats auprès de sous-échantillons (*par exemple les femmes ou les moins de 35 ans*) sont mis en exergue lorsqu'ils sont significativement différents de la moyenne (avec un seuil de 95% de confiance*).

[*Le calcul des différences significatives (avec des seuils à 95%) s'appuie sur la méthode du khi2.]

Les résultats des **questions barométriques** sont comparés à ceux des vagues d'avril 2025 et mai 2024. Les évolutions égales ou supérieures à 4 points sont indiquées à l'aide de flèches :



Ce rapport a été élaboré dans le respect de la norme internationale ISO 20252 « Etudes de marché, études sociales et d'opinion ». Il a été relu par Christelle Craplet, Directrice Ipsos bva Public Affairs France.

LES POINTS CLES DE L'ENQUETE



L'état des lieux de la solidarité en France : chiffres clés (1/2)

40%

Un certain pessimisme s'exprime

4 Français sur 10 estiment que la **solidarité a reculé** au cours des 12 derniers mois.

52%

Un recul tangible de certains comportements solidaires.

52% des Français déclarent avoir **soutenu leurs proches sur le plan matériel ou logistique (-8)**.

Ce repli se retrouve également dans d'autres formes d'engagement : **les dons matériels aux associations reculent** (52%, -4 points).

Par ailleurs, la solidarité est un sujet qui a été **moins souvent évoqué** avec les proches au cours de l'an passé (45% vs 50%).

88%

Pourtant, l'attachement à la solidarité dans le quotidien des Français demeure extrêmement fort.

42% des Français la jugent même « absolument primordiale » (contre 38% en 2025).

L'état des lieux de la solidarité en France : chiffres clés (2/2)

32%

Un engagement associatif déclaré en recul

32% (-6 vs 2025) des Français se déclarent engagé dans le milieu associatif.

Mais de nettes disparités : les jeunes, les sympathisants de gauche et, les minorités restent significativement plus engagés que la moyenne.

33%

La défiance envers les associations progresse chez les non-engagés (+4 points).

Si le **manque de temps** reste le premier frein à l'engagement (43%, vs 45% en 2025)...

... le **déficit de confiance dans les associations s'impose comme le second motif** (en hausse).

Cette défiance est particulièrement marquée chez les sympathisants RN et les 65 ans et plus.

78%

Trois quarts des Français sont inquiets concernant le maintien de la cohésion sociale en France

Les deux tiers des Français s'inquiètent également du **soutien des pouvoirs publics aux associations** (69%) et à la **lutte contre les discriminations** (63%, 75% chez les personnes en situation de handicap).

Quel impact de la présidentielle 2027 selon le parti ?

Aucun

Aucun parti ne parvient réellement à émerger comme un acteur faisant clairement consensus sur les enjeux de solidarité.

En effet, aucun parti n'est majoritairement perçu comme pouvant positivement changer les choses ou comme référent légitime en termes de solidarité avec les plus démunis, d'égalité femme-homme ou de défense des minorités.

RN / LFI

Le RN et LFI sont davantage associés à un impact négatif dans le champ de la solidarité, sans que ces perceptions ne soient majoritaires pour autant.

L'inquiétude relative aux effets d'une potentielle victoire du RN inquiète surtout les sympathisants de gauche. Concernant LFI, l'inquiétude est palpable chez les sympathisants RN et Renaissance.

Renaissance et Les Républicains sont plus souvent perçus comme des formations dont l'issue de l'élection présidentielle de 2027 n'aurait pas d'impact notable sur ces enjeux.

Clivages

Les perceptions sont donc très clivées selon la proximité politique : chacun a tendance à défendre son camp et à voir le parti qu'il soutient comme vertueux, et les autres comme néfastes.

Aux yeux des Français, la solidarité, l'égalité femmes-hommes et la défense des minorités ne sont aujourd'hui l'apanage d'aucune formation politique.

Egalité Femmes - Hommes et VSS : principaux enseignements :

52%

Un Français sur deux estime que les efforts restent insuffisants pour faire progresser l'égalité femmes-hommes.

Le clivage de genre est marqué : 63% des femmes jugent que l'on n'en fait pas assez, contre 40% des hommes.

Seuls 8% considèrent que les efforts sont excessifs (mais 13% des hommes, tout de même), tandis que 39% les jugent suffisants.

62%

Une nette majorité des Français estime que les violences sexistes et sexuelles sont en hausse en France, un constat encore plus marqué chez les femmes (66% contre 58% des hommes).

12%

des Français ont été victimes ou témoins d'une VSS dans le cadre du travail au cours des 12 derniers mois, et la même proportion en déclare dans un lieu public. Ce chiffre atteint 37% chez les personnes LGBT+.

64%

Lutte contre les VSS : des attentes centrées sur la sanction des auteurs et la protection des victimes.

64% des Français considèrent que le levier le plus efficace pour lutter contre les VSS réside dans un **durcissement des sanctions à l'encontre des auteurs.**

Dans le même temps, **44% appellent à une meilleure protection et prise en charge des victimes**, tandis que 36% plaident pour un renforcement de la sensibilisation aux stéréotypes de genre dès le plus jeune âge – une attente encore plus marquée chez les personnes LGBT+ (54%).

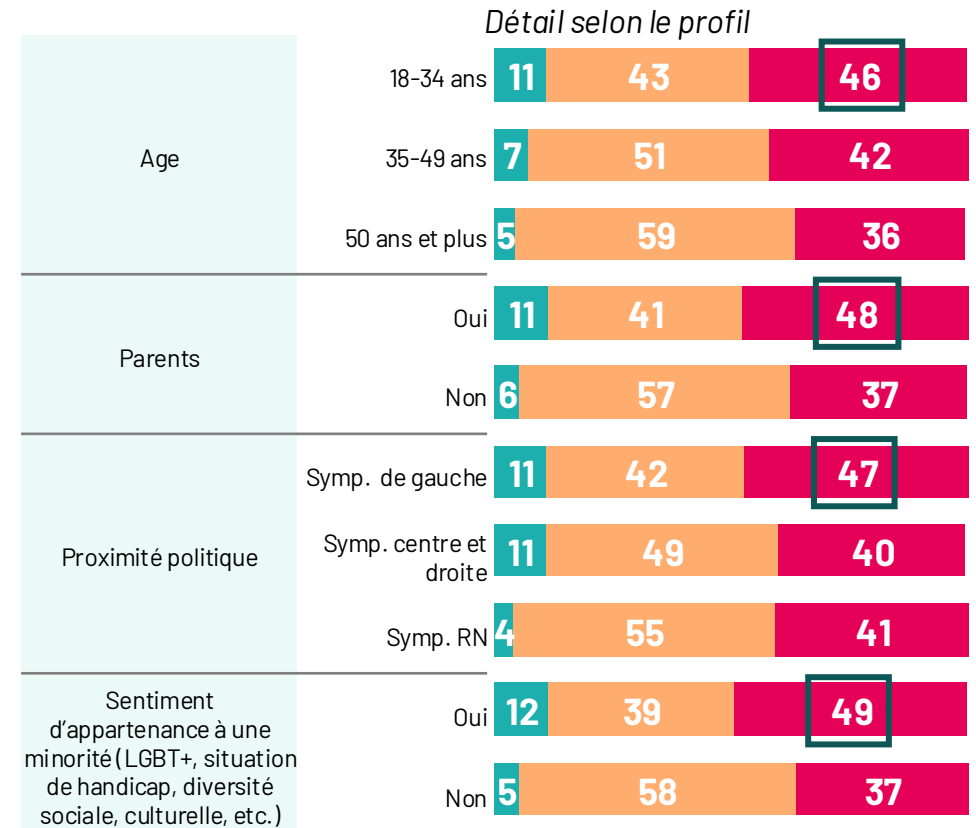
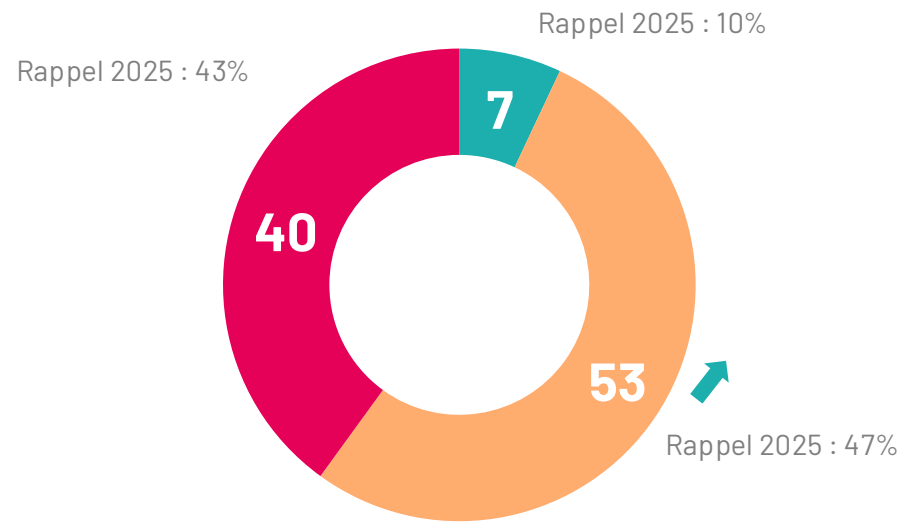
01

ETAT DES LIEUX DE LA SOLIDARITÉ EN FRANCE



Solidarité en France : un sentiment de statut quo ou de repli de la générosité des Français, notamment chez les jeunes et les minorités.

Avez-vous le sentiment que ces 12 derniers mois les Français ont été...
Base : A tous

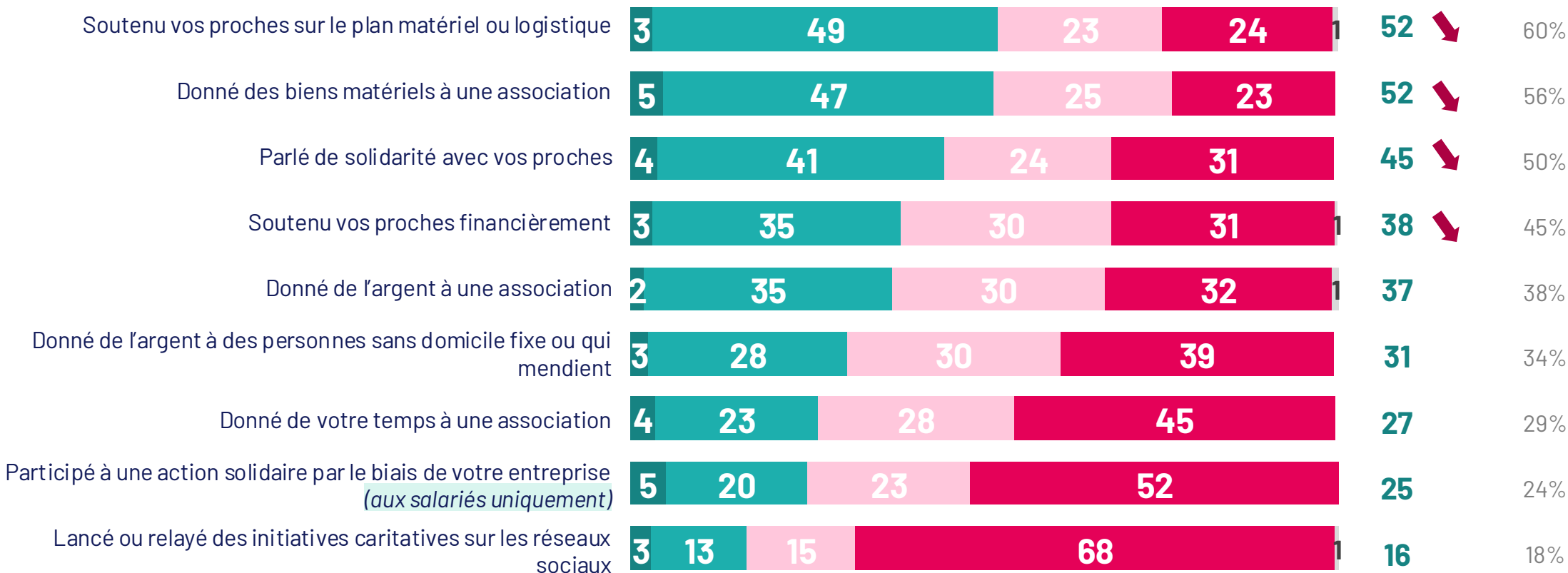


Dans les faits, les actes solidaires réalisés au cours de l'année passée sont en baisse, même si la plupart des Français ont accompli au moins une action solidaire (notamment le soutien de leurs proches ou un don matériel à une association).

Au cours des 12 derniers mois, avez-vous... ?

Base : A tous

% Oui, cette année 2025



16% des Français n'ont accompli aucune de ces actions au cours des 12 derniers mois

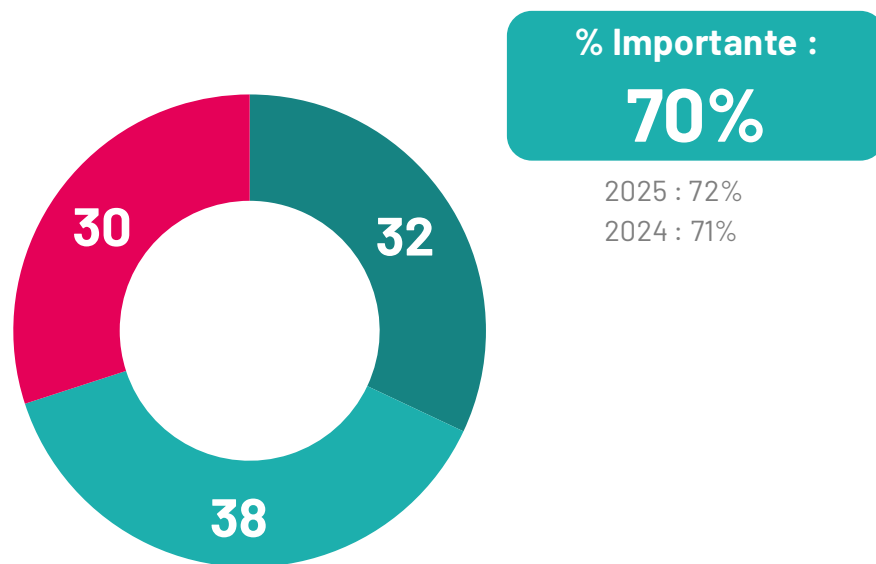
Oui, et c'était la première fois
Oui, et ce n'était pas la première fois
Non, mais vous l'avez déjà fait
Non, et vous ne l'avez jamais fait
Ne se prononce pas (non suggéré)

Pour autant, la solidarité constitue toujours une valeur centrale du quotidien des Français : ils sont encore plus nombreux à en faire un axe « absolument primordial ».

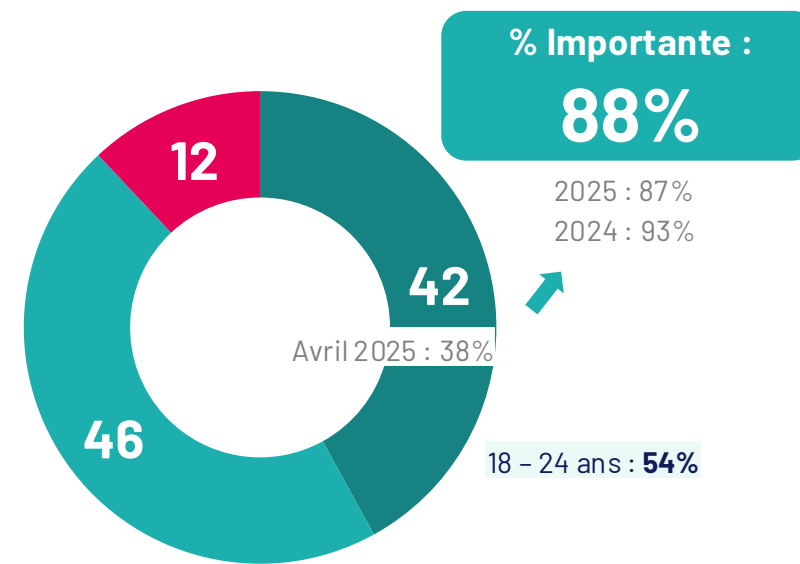
De manière générale, diriez-vous que dans la société française / dans votre quotidien, aujourd'hui, la solidarité est une valeur...

Base : A tous

Dans la société française, la solidarité est une valeur...



Dans votre quotidien, la solidarité est une valeur...



Absolument primordiale

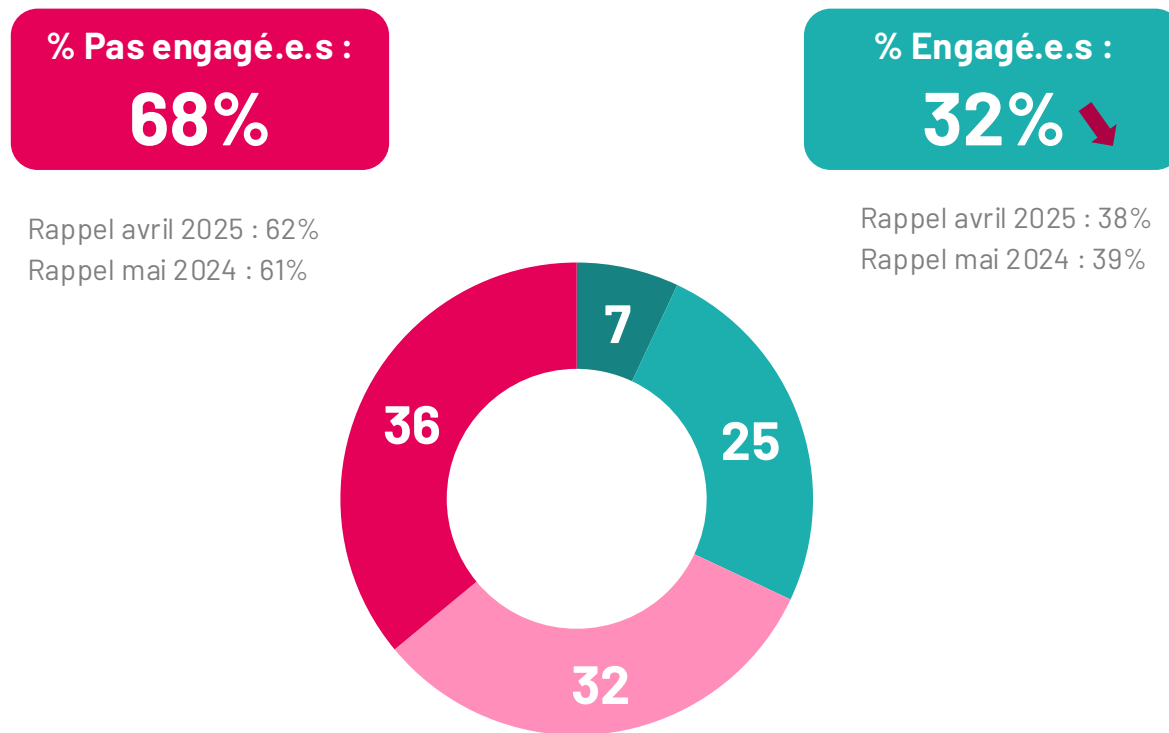
Importante mais pas primordiale

Secondaire

Malgré l'importance accordée à la solidarité, seul un tiers des Français se déclarent engagés dans le milieu associatif – un niveau en recul par rapport à 2025.

Parlons plus précisément des associations à but non lucratif. Diriez-vous qu'aujourd'hui vous êtes engagé dans le milieu associatif (en militant ou en donnant de votre temps ou de l'argent dans ces associations)?

Base : A tous



Très engagé

Plutôt engagé

Plutôt pas engagé

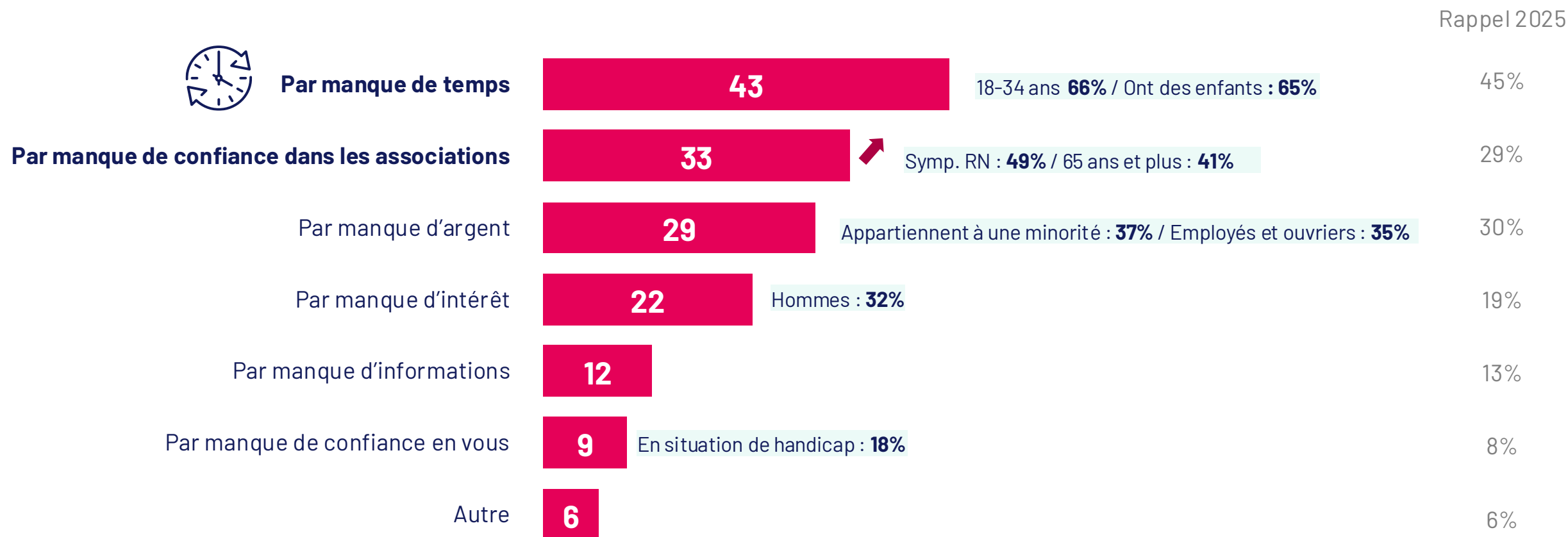
Pas du tout engagé

Ne se prononce pas (non suggéré)

Chez les non-engagés, le manque de temps demeure le principal frein à l'engagement associatif, mais on note une défiance croissante envers les associations.

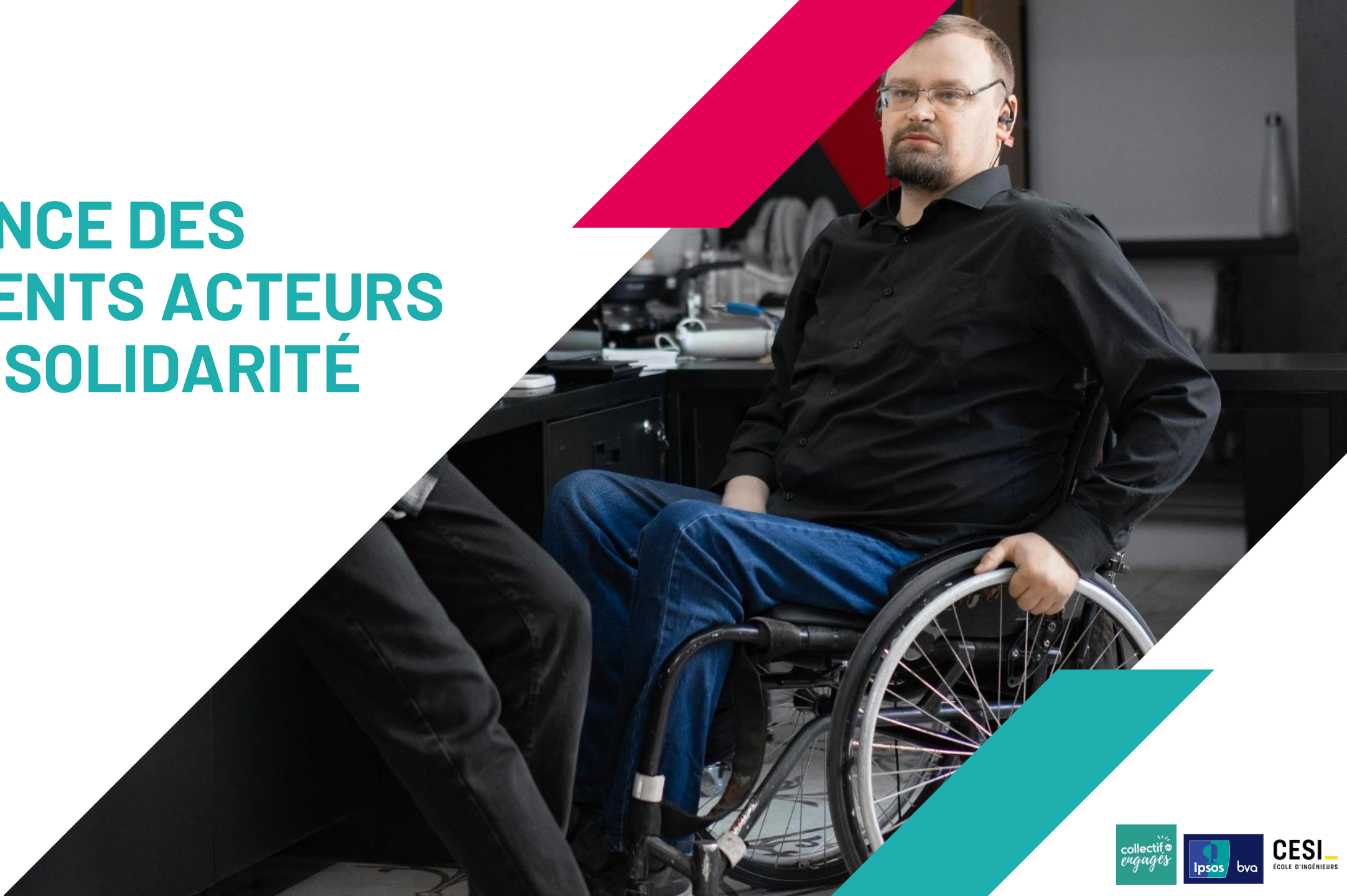
Quelles sont les deux principales raisons pour lesquelles vous n'êtes pas engagé dans le milieu associatif ?

Base : A ceux qui ne sont pas engagés dans le milieu associatif (677)



02

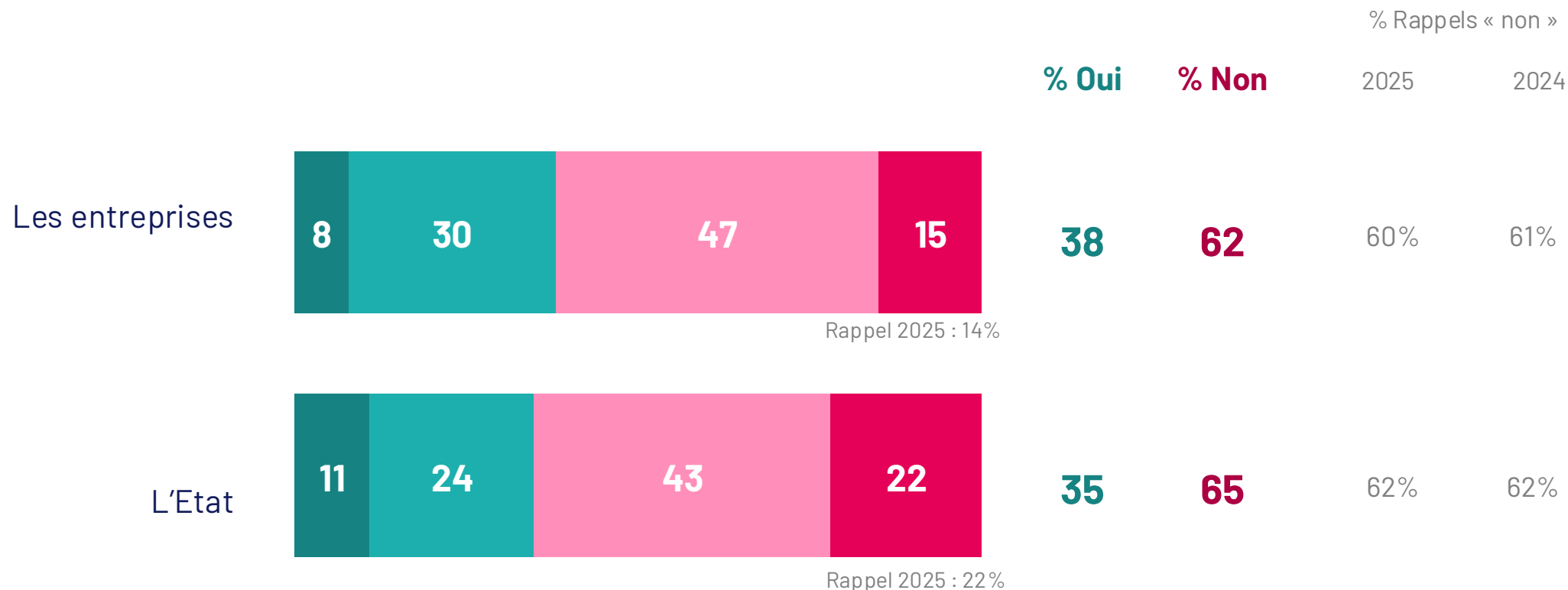
INFLUENCE DES DIFFÉRENTS ACTEURS SUR LA SOLIDARITÉ



Un sentiment d'inaction qui perdure : près deux Français sur trois estiment que l'État comme les entreprises ne s'engagent pas suffisamment en faveur des associations.

D'après vous, les acteurs suivants s'engagent-ils suffisamment en faveur des associations ?

Base : A tous

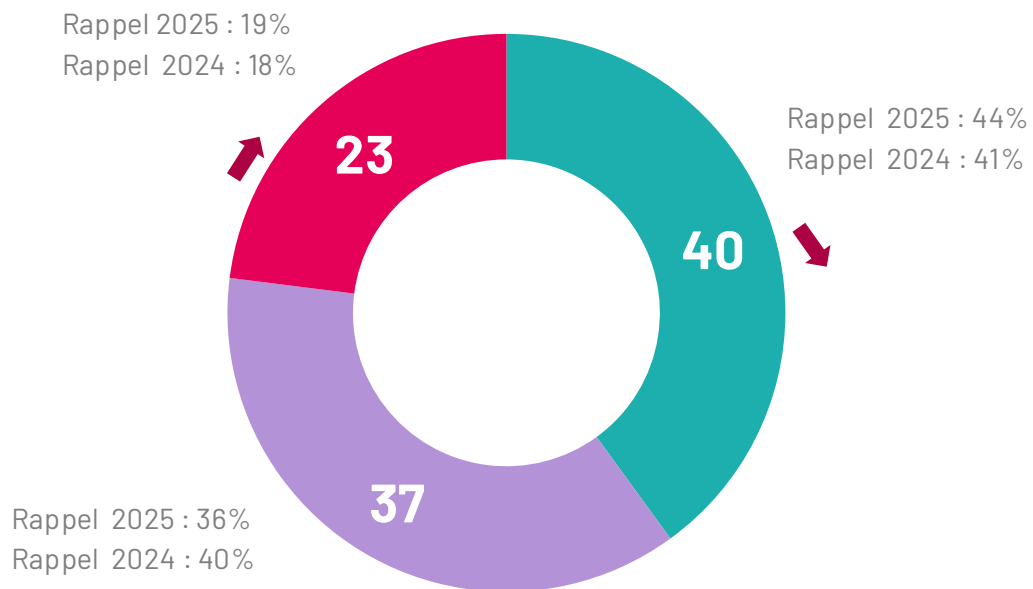


Des opinions toujours partagées concernant le traitement des associations par les médias et les réseaux sociaux. L'impact négatif perçu des médias progresse.

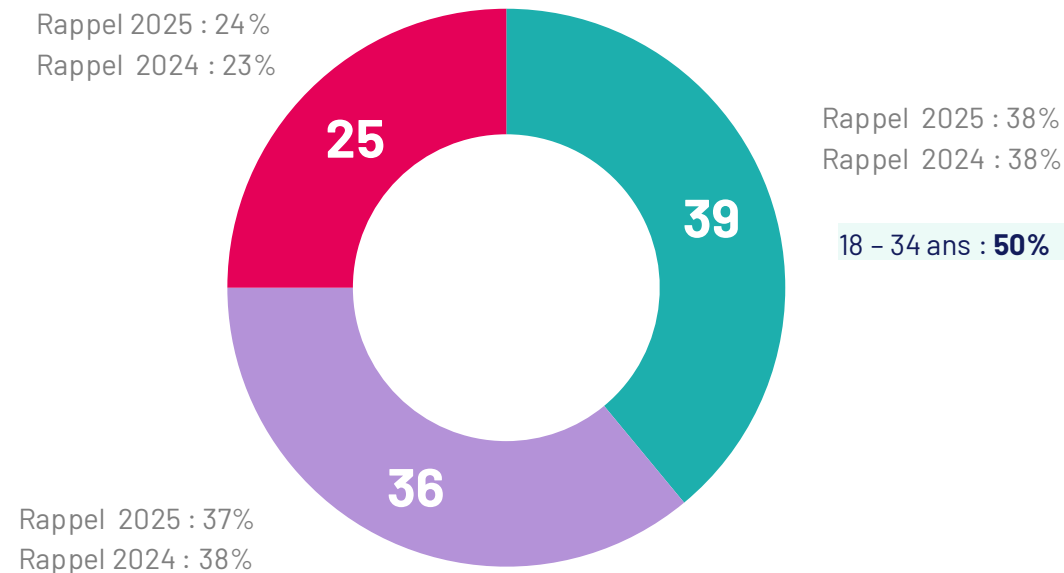
Quand vous pensez à la manière dont les médias et les réseaux sociaux parlent des associations, diriez-vous que globalement, ils jouent un rôle...

Base : A tous

Les médias traditionnels



Les réseaux sociaux



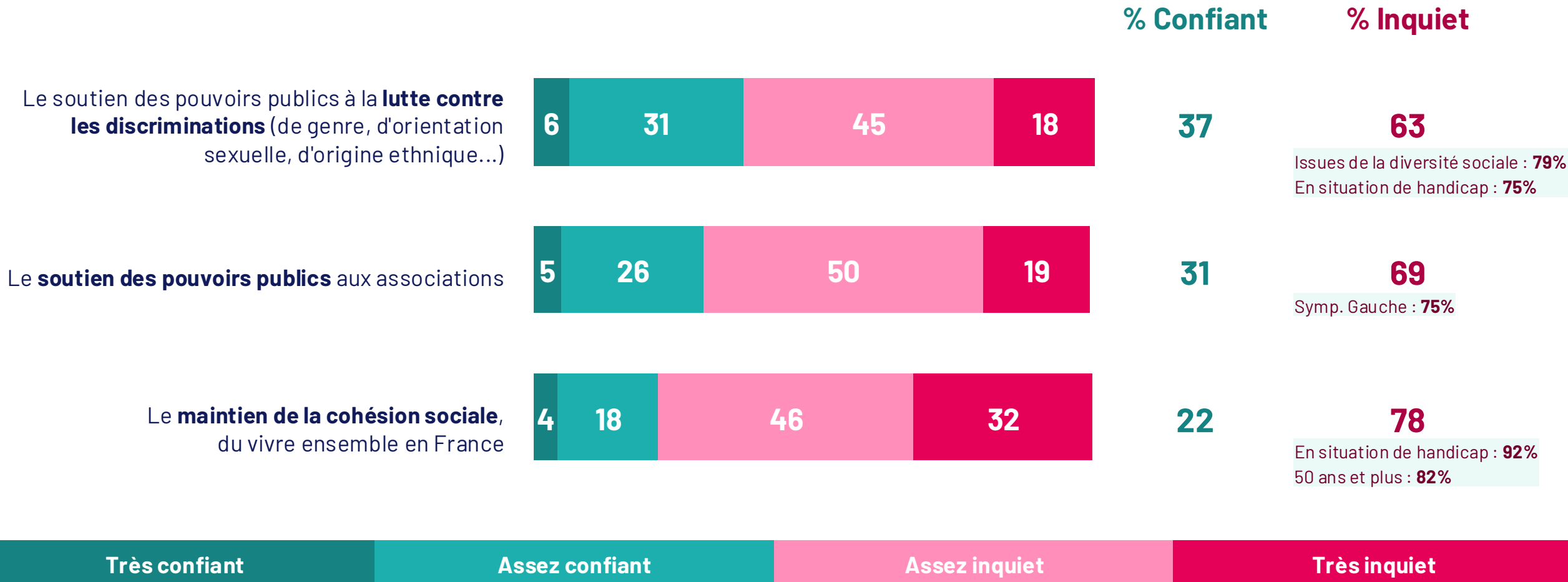
Plutôt positif

Ils ne jouent pas vraiment un rôle

Plutôt négatif

Des Français inquiets pour l'avenir concernant le soutien des pouvoirs publics aux associations et à la lutte contre les discriminations, notamment certaines minorités.

Quand vous pensez à l'avenir, êtes-vous confiant ou inquiet concernant...?
Base : A tous



03

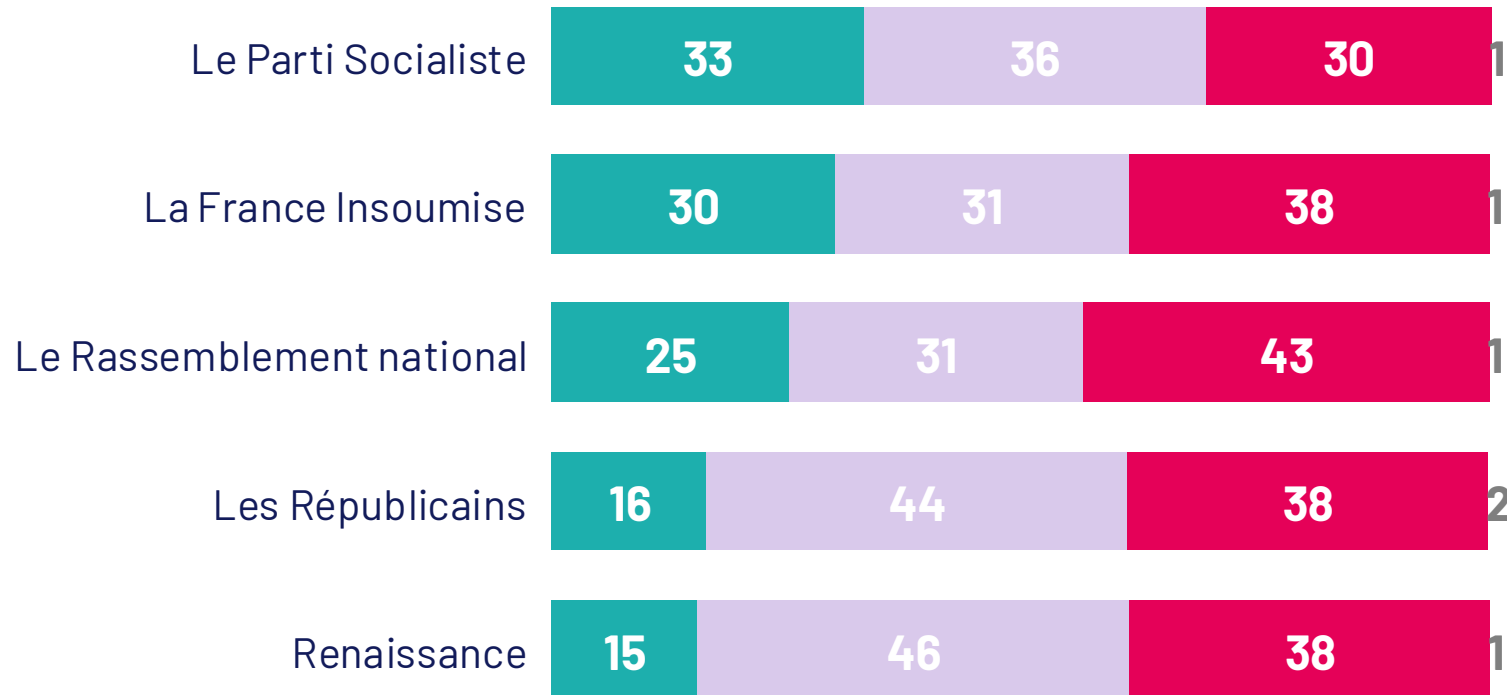
PRÉSIDENTIELLE 2027 : QUEL IMPACT POTENTIEL PERÇU DES RÉSULTATS ?



Quel que soit le parti, peu d'espoirs de voir les choses changer positivement en matière de solidarité envers les plus démunis. Un impact négatif un peu plus perçu pour le RN, notamment auprès des sympathisants de gauche.

Si chacun des partis suivants remportait l'élection présidentielle de 2027, cela aurait-il selon vous un impact positif, négatif ou pas d'impact sur le soutien des pouvoirs publics en matière de...? Base : A tous

Solidarité envers les plus démunis (précarité, pauvreté...)



Détail « impact négatif » selon la proximité politique

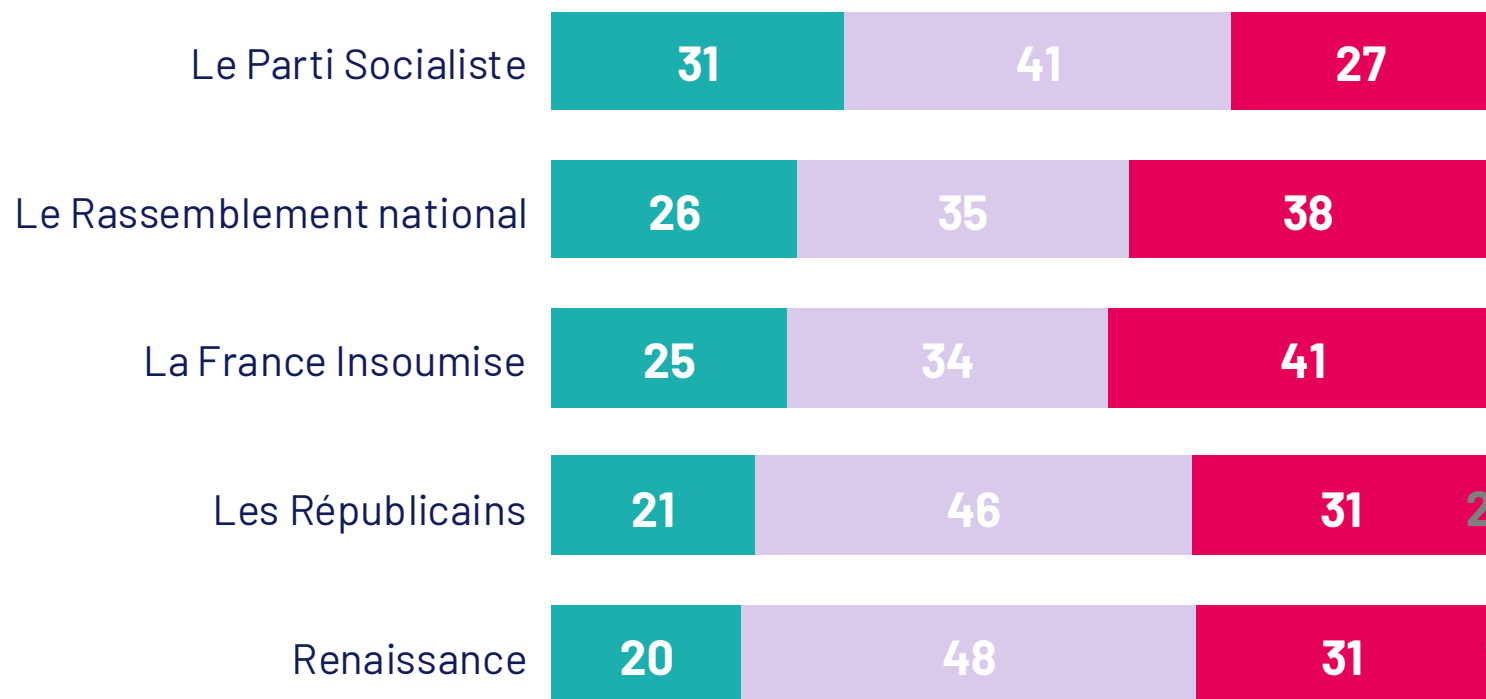
	LFI	PS	Renaiss.	LR	RN
Le Parti Socialiste	16	11	31	28	50
La France Insoumise	10	26	54	34	56
Le Rassemblement national	74	62	50	43	10
Les Républicains	66	52	15	17	38
Renaissance	67	38	13	30	44



Sur la question de l'égalité entre les femmes et les hommes, LFI et le RN sont davantage perçus comme pouvant avoir un impact négatif, avec de nettes nuances d'appréciation selon sa proximité politique.

Si chacun des partis suivants remportait l'élection présidentielle de 2027, cela aurait-il selon vous un impact positif, négatif ou pas d'impact sur le soutien des pouvoirs publics en matière de...? Base : A tous

Egalité entre les femmes et les hommes



Détail « impact négatif » selon la proximité politique

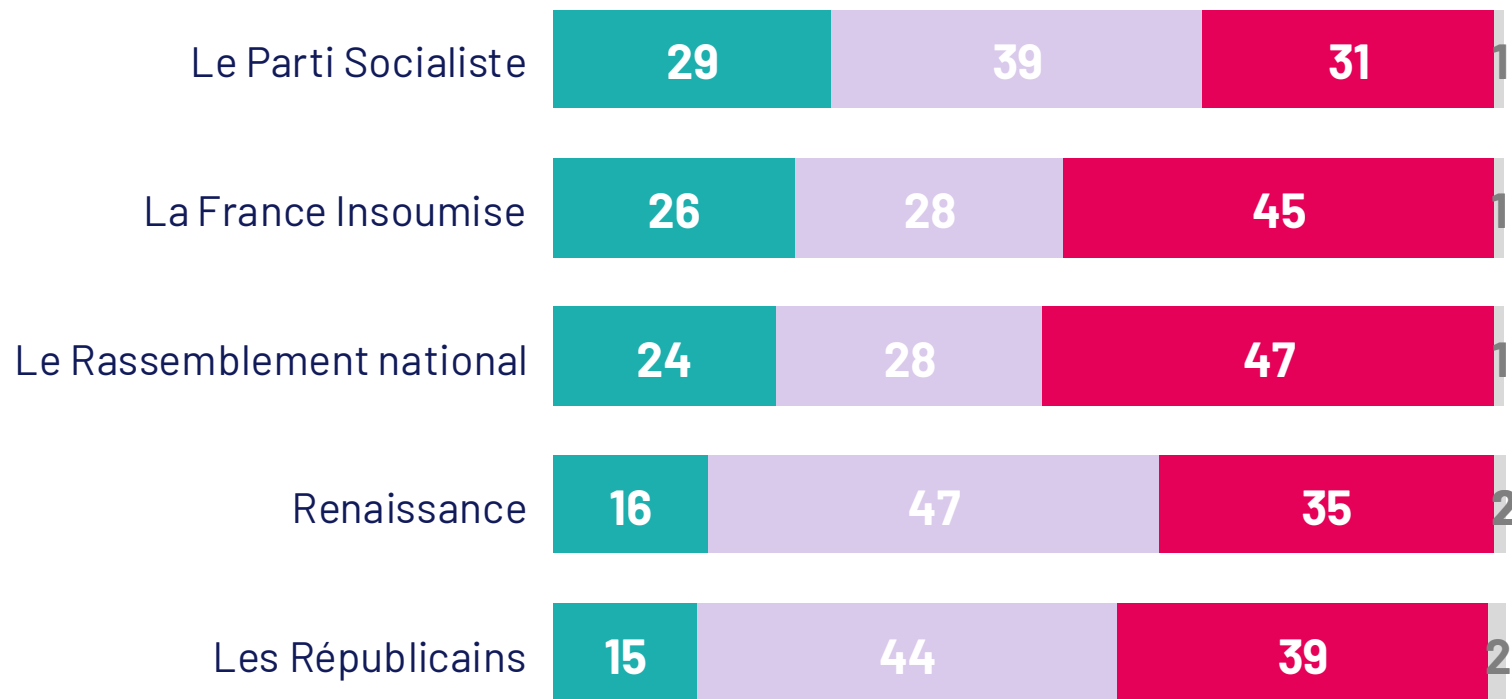
	LFI	PS	Renaiss.	LR	RN
Le Parti Socialiste	10	8	28	21	45
Le Rassemblement national	65	59	52	34	7
La France Insoumise	8	35	56	42	58
Les Républicains	59	41	15	3	31
Renaissance	54	24	14	21	37



Même constat sur la défense des minorités : le RN et LFI font quasiment jeu égal comme partis au potentiel le plus négatif.

Si chacun des partis suivants remportait l'élection présidentielle de 2027, cela aurait-il selon vous un impact positif, négatif ou pas d'impact sur le soutien des pouvoirs publics en matière de...? Base : A tous

Défense des minorités (ethniques, sexuelles ...)



Détail « impact négatif » selon la proximité politique

	LFI	PS	Renaiss.	LR	RN
Le Parti Socialiste	13	10	25	31	47
La France Insoumise	9	34	61	47	59
Le Rassemblement national	75	71	66	51	13
Renaissance	59	31	18	20	44
Les Républicains	66	52	23	15	36



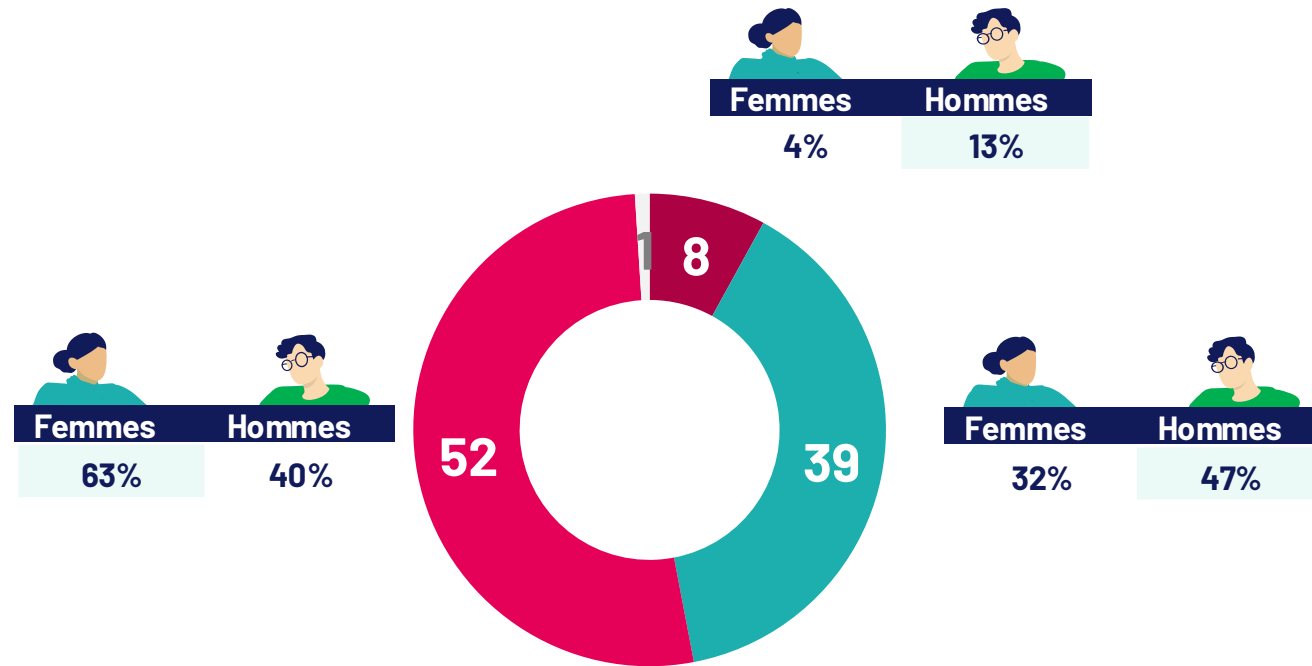
04

PERCEPTIONS DE L'ÉGALITÉ FEMMES - HOMMES ET DES VIOLENCES SEXISTES ET SEXUELLES



Égalité femmes-hommes : une courte majorité de Français estime qu'on n'en fait « pas assez ». Les femmes sont beaucoup plus critiques sur les efforts engagés.

Globalement, diriez-vous qu'aujourd'hui en France, on en fait trop, suffisamment ou pas assez pour faire progresser l'égalité entre les femmes et les hommes ?
Base : A tous



On en fait trop

On en fait suffisamment

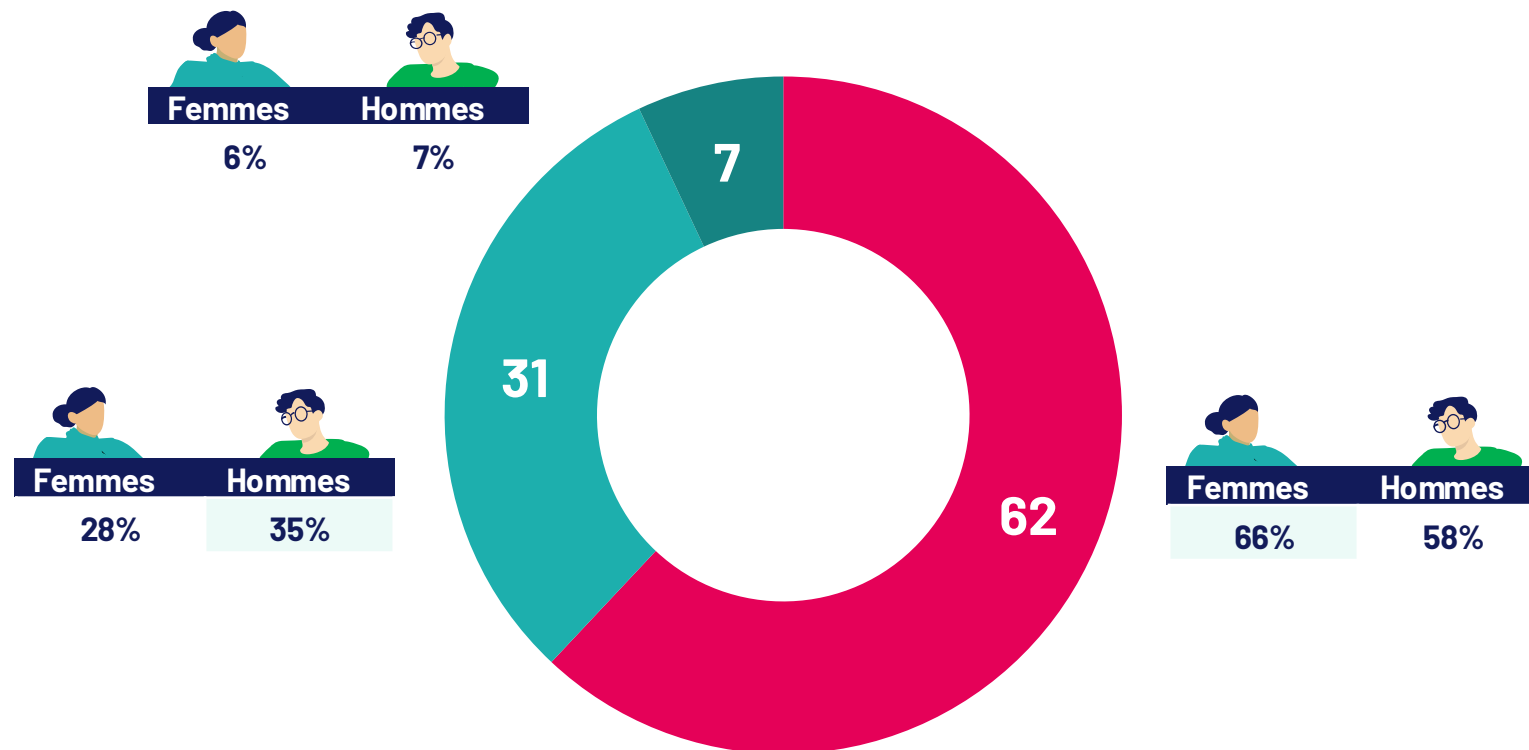
On en fait pas assez

Ne se prononce pas (non suggéré)

La perception d'une hausse des violences sexistes et sexuelles domine : une sensibilité accrue chez les femmes mais un constat partagé par une majorité d'hommes.

Globalement, avez-vous le sentiment que les violences sexistes et sexuelles en France ont tendance à...

Base : A tous



Augmenter

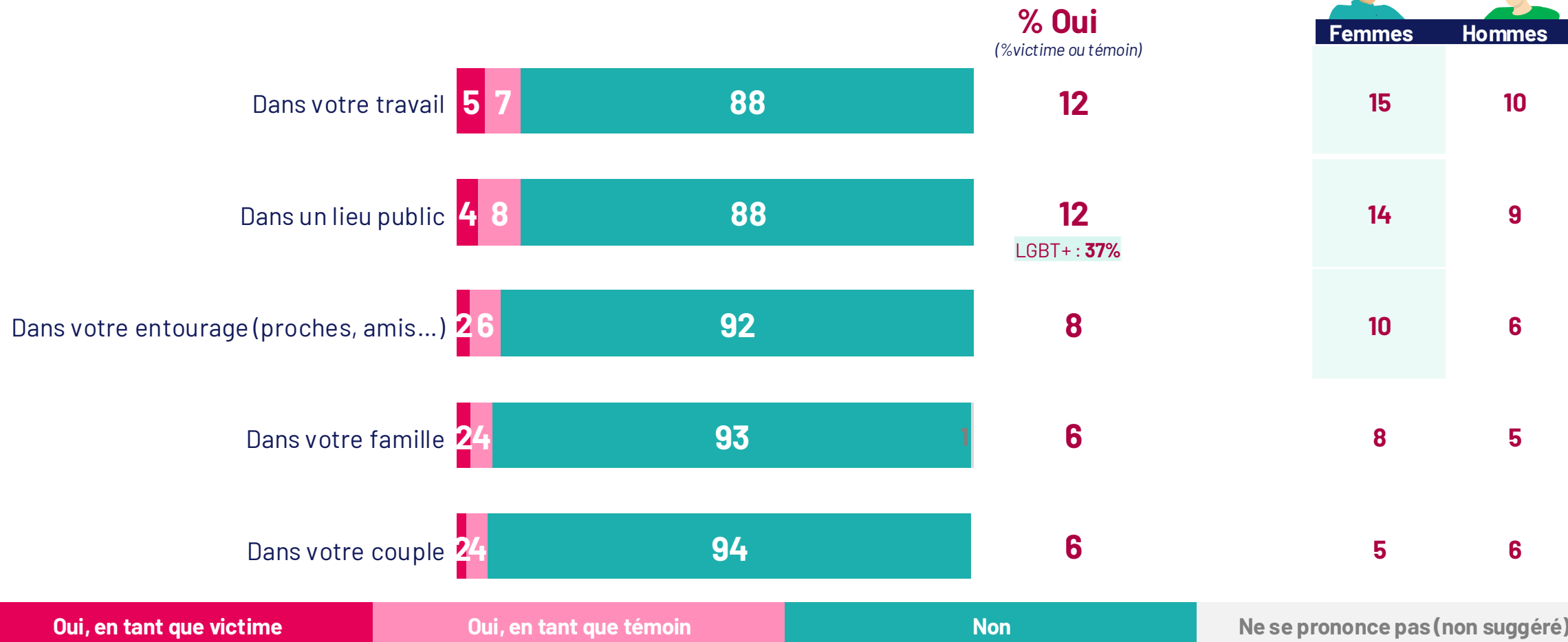
Rester stables

Diminuer

Un Français sur dix a été victime ou témoin d'une violence sexiste ou sexuelle au cours de l'année écoulée au travail ou dans l'espace public.

Au cours des 12 derniers mois, avez-vous été confronté(e), en tant que victime ou témoin, à une situation de violence sexiste ou sexuelle ?

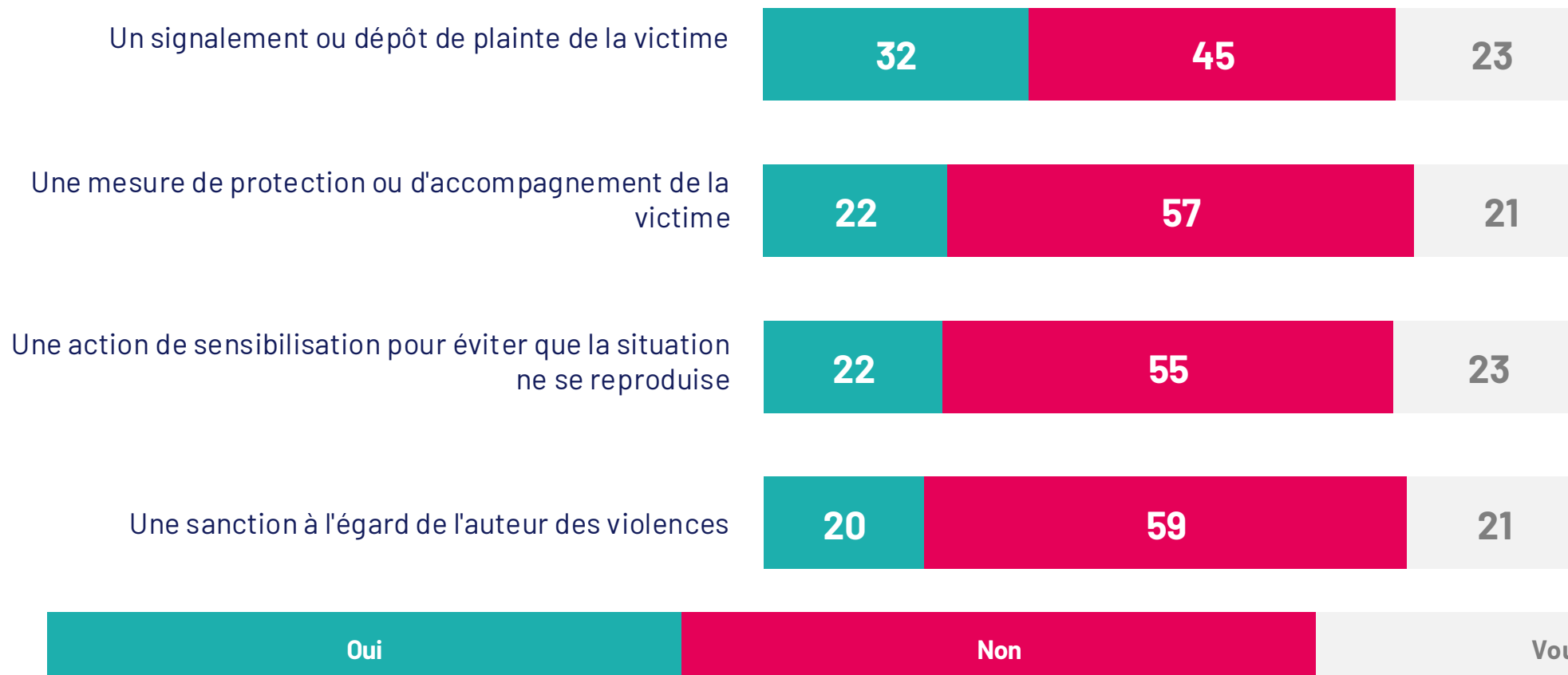
Base : A tous



Face aux VSS, le passage à l'action reste limité : dans la majorité des cas, la victime n'est pas accompagnée et l'auteur n'est pas sanctionné.

Lorsque ces violences sexistes ou sexuelles ont eu lieu, les actions suivantes ont-elles été mises en œuvre ?

Base : À celles et ceux qui ont été victimes ou témoins d'au moins une VSS (165)



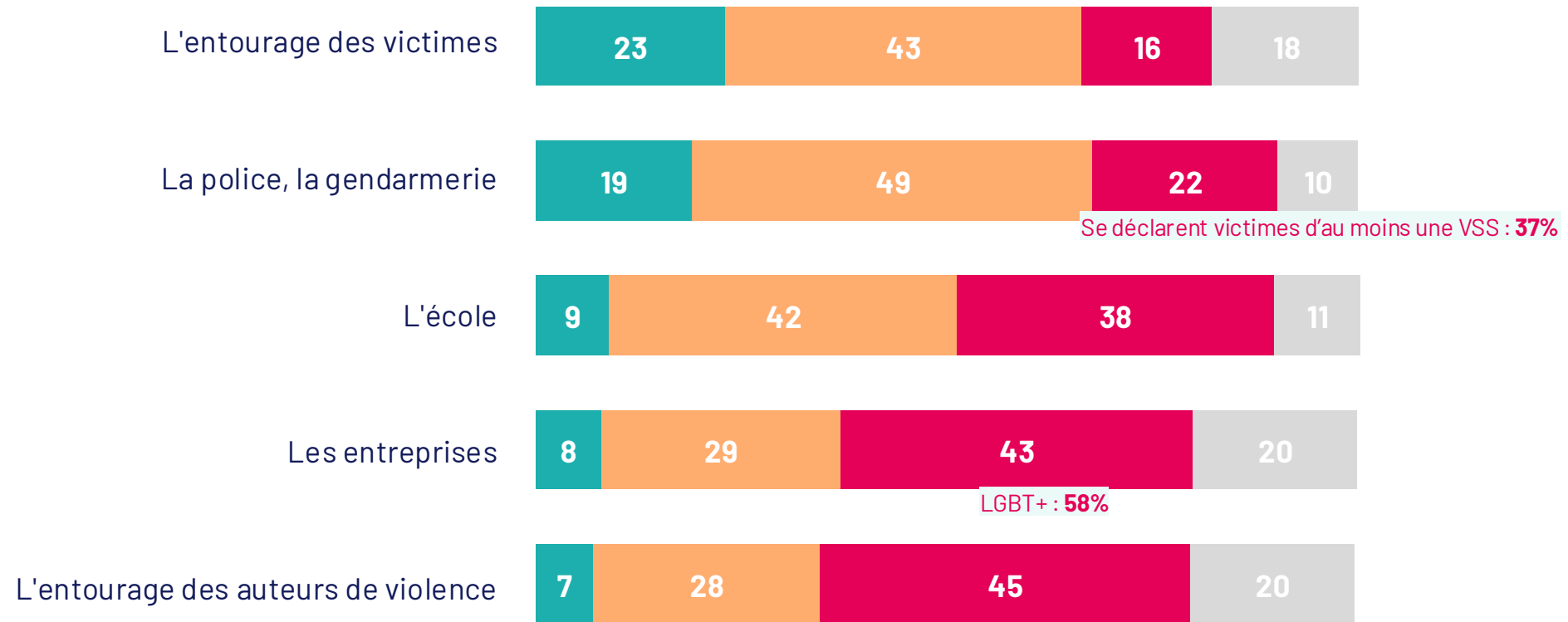
% ayant mis en œuvre au moins une action :

50%

Sont engagés dans le milieu associatif : **59%**

Le traitement des signalements de VSS est jugé largement défailant : des réactions perçues comme trop timides ou tardives (police) ou insuffisantes (entreprises). Même l'entourage n'est pas jugé à la hauteur.

Lorsqu'une violence sexiste ou sexuelle est signalée, diriez-vous que le plus souvent, les acteurs suivants...
Base : A tous



61% des Français n'estiment qu'aucun des acteurs ne réagit de façon appropriée

Genre	Proportion
Femmes	64%
Hommes	57%

Réagissent de façon appropriée

Réagissent mais trop peu ou trop tard

Ne réagissent pas vraiment

Vous ne savez pas

Lutte contre les VSS : deux tiers des Français plébiscitent des sanctions plus sévères, devant une meilleure protection et prise en charge des victimes.

Selon vous, quelles actions parmi les suivantes seraient les plus efficaces pour diminuer les violences sexistes et sexuelles en France ?

Base : A tous



ANNEXES

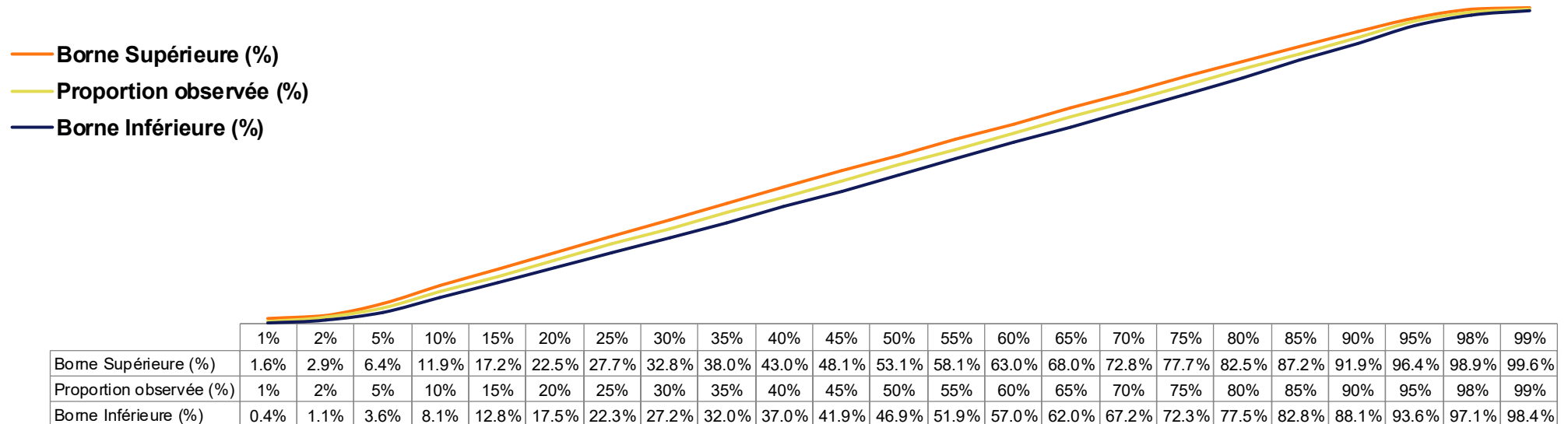
FIABILITÉ DES RÉSULTATS

Feuille de calcul

En l'occurrence s'agissant de cette étude :

- Intervalle de confiance : **95%**
- Taille d'échantillon : **1 000**

Les proportions observées sont comprises entre :



Fiche technique

Étude CAWI

ÉCHANTILLON

- **Population cible** : Population française âgée de 18 ans et plus
- **Tirage de l'échantillon** : échantillon constitué par tirage aléatoire dans la base des panélistes éligibles pour l'étude.
- Le cas échéant, tirage raisonné permettant de sur-représenter les cibles présentant systématiquement des taux de participation inférieurs à la moyenne
- **Critères et sources de représentativité** : sexe, âge, profession de la personne de référence du ménage et de la personne interrogée, région et catégorie d'agglomération (données INSEE).

COLLECTE DE DONNÉES

- **Dates de terrain** : 28 au 29 avril 2026
- **Taille de l'échantillon final** : 1 001 individus
- **Mode de recueil** : On line
- **Type d'incentive** : Programme de fidélisation avec système de récompense par cumul de points pour les panélistes
- **Méthodes de contrôle de la qualité des réponses**: surveillance des comportements de réponse des panélistes (Repérage des réponses trop rapides ou négligées (cochées en ligne droite ou zig zag par exemple))
- Contrôle de l'IP et cohérence des données démographiques.
- Les données seront conservées 2 ans

TRAITEMENTS DES DONNÉES

- Echantillon pondéré
- Méthode de pondération utilisée : méthode de calage sur marges
- Critères de pondération : sexe, âge, profession de la personne de référence du ménage et de la personne interrogée, région, catégorie d'agglomération, restitution de vote présidentielle 2022 (1^{er} et 2^e tours) et européennes 2024.

Compléments d'informations méthodologiques disponibles sur demande

À PROPOS D'IPSOS

Ipsos est l'un des leaders mondiaux des études de marché et des sondages d'opinion, présent dans 90 marchés et comptant près de 20 000 collaborateurs.

Nos chercheurs, analystes et scientifiques sont passionnément curieux et ont développé des capacités multi-spécialistes qui permettent de fournir des informations et des analyses poussées sur les actions, les opinions et les motivations des citoyens, des consommateurs, des patients, des clients et des employés.

Nos 75 solutions s'appuient sur des données primaires provenant de nos enquêtes, de notre suivi des réseaux sociaux et de techniques qualitatives ou observationnelles.

Notre signature « Game Changers » résume bien notre ambition d'aider nos 5 000 clients à évoluer avec confiance dans un monde en rapide évolution.

Créé en France en 1975, Ipsos est coté à l'Euronext Paris depuis le 1er juillet 1999. L'entreprise fait partie des indices SBF 120 et Mid-60 et est éligible au service de règlement différé (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP
www.ipsos.com

GAME CHANGERS

Dans un monde qui évolue rapidement, s'appuyer sur des données fiables pour prendre les bonnes décisions n'a jamais été aussi important.

Chez Ipsos, nous sommes convaincus que nos clients cherchent plus qu'un simple fournisseur de données. Ils ont besoin d'un véritable partenaire qui leur procure des informations précises et pertinentes, et les transforme en connaissances pour leur permettre de passer à l'action.

Voilà pourquoi nos experts, curieux et passionnés, délivrent les mesures les plus exactes pour en extraire l'information qui permettra d'avoir une vraie compréhension de la Société, des Marchés et des Individus.

Nous mêlons notre savoir-faire au meilleur des sciences et de la technologie, et appliquons nos quatre principes de sécurité, simplicité, rapidité et de substance à tout ce que nous produisons.

Pour permettre à nos clients d'agir avec plus de rapidité, d'ingéniosité et d'audace.

La clef du succès se résume par une vérité simple :
You act better when you are sure.

MERCI

