

Table des matières

Résumé exécutif stratégique	2
Contexte et enjeux stratégiques	3
Pourquoi AI4Impact est-il structurant pour les sponsors et entreprises engagées aujourd'hui ?	3
Tendances clés à prendre en compte	3
Originalité et valeur ajoutée du Baromètre AI4Impact	4
Approche pionnière et différenciante	4
Légitimité	4
Apport de valeur pour le sponsor – ROI, différenciation et engagement	5
Visibilité & image	5
Influence & accès à l'écosystème	5
Co-construction et valorisation interne	5
Preuves d'impact et retombées concrètes	5
Retours d'expérience et preuves d'impact – Références et chiffres clés	6
Contribution commerciale et bénéfiques pour le sponsor principal	7
Opportunités stratégiques	7
Contreparties commerciales et packs de sponsoring	7
Tous les packs comprennent :	7
En option selon le niveau de sponsoring :	8
Gouvernance, méthodologie, éthique et conformité juridique	8
Déroulement opérationnel et calendrier prévisionnel	9
Packs de sponsoring et visibilité – Matrice comparative	10
Illustrations et preuves de retour sur investissement	11
Questions juridiques et conformité – FAQ	11
Contact	12
ANNEXE : PREUVES D'IMPACT DE NOS BAROMÈTRES AIDER & TRAVAILLER	13
ANNEXE 2 : AI4IMPACT ET RÉFÉRENTIELS DE DURABILITÉ ET D'IMPACT	21
1. CSRD – Corporate Sustainability Reporting Directive	21
2. Objectifs de Développement Durable – ODD 17	21
3. B-Corp	22
4. ISO 26000 – Responsabilité sociétale	22
5. VSME – Valeur sociétale des modèles économiques	22
6. Référentiel OMNIBUS	22

Résumé exécutif stratégique

Le Baromètre AI4Impact, porté par **Révéléateur de Richesses Immatérielles**, est la première initiative nationale dédiée à l'analyse des usages, attentes et impacts de l'intelligence artificielle dans l'intérêt général en France.

Son approche pionnière, sa rigueur méthodologique et sa dimension sociétale en font un outil de référence pour les décideurs publics, privés et associatifs souhaitant piloter et anticiper l'intégration de l'IA dans leurs organisations.

AI4Impact se donne pour ambition de bâtir la base de confiance nécessaire à une IA réellement utile, responsable et conforme aux attentes des territoires, des filières et de la société civile.

Dans ce contexte de transformation profonde, la publication du Baromètre AI4Impact s'accompagne d'une campagne de sponsoring visant à associer des entreprises et organisations stratégiques à une dynamique de référence, afin de leur offrir de la visibilité, un accès privilégié à des données inédites et une reconnaissance en tant qu'acteur de la transformation responsable de l'IA en France.

Trois niveaux de sponsoring (**5k€, 10k€, 30k€ HT**) sont proposés, avec des packs de visibilité et d'accès différenciés, permettant à chaque sponsor de s'engager selon ses priorités et ses objectifs de retour sur investissement.

Les résultats du baromètre seront diffusés selon différentes modalités (livre blanc, conférence en ligne, etc.) et en particulier lors du salon des maires, en novembre 2025.

Notez que votre soutien au baromètre AI4Impact pourra contribuer à nourrir vos référentiels de durabilité

(CSRD, ODD17, B-Corp, ISO 26000, VSME et OMNIBUS – Cf. Annexe 2, p.21).

Vous voulez aussi répondre au questionnaire d'enquête, [*c'est ICI*](#)

Contexte et enjeux stratégiques

Pourquoi AI4Impact est-il structurant pour les sponsors et entreprises engagées aujourd'hui ?

L'intelligence artificielle, avec l'arrivée en force de l'IA générative, s'impose comme l'une des infrastructures clés de la transformation économique, sociale et environnementale.

Pourtant, l'essentiel de l'attention publique reste focalisé sur les usages business, techniques ou productivistes, alors que les enjeux de confiance, d'éthique, de sobriété, d'impact collectif et de réduction des fractures numériques deviennent centraux pour la société, les territoires et les filières innovantes.

Les acteurs publics, associatifs et à impact manquent de données transversales, fiables et actionnables pour piloter l'intégration de l'IA, arbitrer les priorités, anticiper les risques, identifier les meilleures pratiques et valoriser leurs contributions auprès de leurs parties prenantes, de leurs usagers/clients et de leurs équipes.

Il existe bien sûr des études émanant du Sénat ou de la Cour des Comptes pour éveiller à l'anticipation des risques et mentionner quelques cas d'usage dans les collectivités territoriales, et nous les avons pris en référence, **mais aucune étude n'a encore été proposée sur l'état réel des usages de l'IA auprès de tout le panel des acteurs de l'intérêt général** (associations, fondations, acteurs de l'ESS, fédérations associatives, syndicats, collectivités territoriales, agences de l'état, etc.).

Les entreprises qui s'engagent aujourd'hui sur l'IA responsable, l'inclusion numérique, l'innovation frugale et l'intérêt général disposent d'une fenêtre d'opportunité unique pour s'affirmer comme partenaires stratégiques de la transformation, renforcer leur marque employeur et leur image, et générer des opportunités business concrètes auprès de l'écosystème public, territorial, associatif et économique.

La publication du Baromètre AI4Impact intervient dans un contexte où la société civile, les collectivités, les réseaux d'entreprise à impact et les financeurs sont en attente de solutions lisibles et de partenaires crédibles pour accélérer la transformation numérique utile et responsable.

Tendances clés à prendre en compte

- Croissance rapide des usages d'IA dans le secteur public, l'ESS, les entreprises à mission, mais faible mutualisation des expériences et faible visibilité des pionniers. Et pourtant, un retard majeur de l'appropriation de l'IA générative par les acteurs associatifs.
- Risques d'inégalités d'accès, de biais, de perte de confiance, d'inadéquation entre offre technologique et besoins de terrain, d'attentes non prises en compte par les grandes filières du numérique.
- Opportunités majeures pour les sponsors de s'affirmer comme partenaires stratégiques de la transformation, de générer des leads, de renforcer leur image, de fidéliser des clients/partenaires, de capter de nouveaux marchés et de valoriser leurs engagements RSE, innovation et transformation interne.

Originalité et valeur ajoutée du Baromètre AI4Impact

Approche pionnière et différenciante

- Premier baromètre national conçu pour objectiver, cartographier et accompagner l'usage de l'IA au service des enjeux sociétaux, territoriaux et collectifs, avec une méthodologie éprouvée et un ancrage dans les besoins réels des acteurs de terrain.
- Démarche structurée autour de l'ensemble du cycle de projet d'intérêt général : conception, planification, pilotage, mesure, valorisation, évaluation, gouvernance, retour d'expérience, diffusion opérationnelle.
- Questionnaire élaboré après un benchmark exhaustif des enquêtes existantes (France) afin de garantir l'originalité, la complémentarité et la pertinence des axes traités : éthique, environnement, gouvernance, sobriété, confiance, frugalité, chaîne d'impact, inclusion, transformation RH et managériale.
- **Recueil de données hybride, inédit** : choix entre enquête classique ou « voiceform » (dialogue avec une IA), maximisant l'accessibilité, la diversité et la richesse qualitative des retours. Cette innovation méthodologique est valorisée dans la communication et dans les supports de restitution.

Légitimité

- Portage par **Révéléateur de Richesses Immatérielles**, structure indépendante reconnue, forte d'un historique de trois baromètres nationaux à fort impact sur les salariés aidants (marque Interfacia), **ayant généré une large diffusion** (60 000 pages lues, 1 000 partages, reprises presse nationale et régionale de référence tels que Le Monde, Les Échos, Ouest France, France Info, B Smart, BFM TV, ainsi que dans la presse spécialisée (AEF Info, SilverEco, Âge village, OCIRP, Handinova, My Happy Job, etc.).

Dès sa première semaine d'enquête, juillet 2025, AI4Impact a été invité à un événement national en ligne organisé par le CEREMA et la Société d'encouragement pour l'industrie française (300 participants) et déjà plus de 350 vues en moins de 10 jours, suivi d'un article dans Régions Magazine (estimation 3 à 5k lecteurs).

- **Appui de partenaires de référence** : Fondation GRDF, ANPP Territoires de Projets, Observatoire RSE (ORSE), Les entreprises s'engagent – La Réunion, Paris Est Marne & Bois, Outseeders.
- **Approche multi-acteurs** garantissant la confrontation et l'articulation des points de vue, l'ouverture au dialogue, la capacité d'influence sur les politiques publiques, les réseaux de l'ESS, l'entreprise engagée, le secteur territorial et le secteur tech de pointe.

Apport de valeur pour le sponsor – ROI, différenciation et engagement

Visibilité & image

- Présence prioritaire de votre logo sur l'ensemble des supports du baromètre (rapport final, site web, newsletter, dossiers de presse, invitations, événements, social media).
- Mention personnalisée dans les communiqués de presse, les posts LinkedIn et la newsletter Richesses Immatérielles (plus de 650 abonnés qualifiés).
- Citation du sponsor dans les prises de parole publiques et lors des événements de restitution (en présentiel, en distanciel, ou sur des salons partenaires).

Influence & accès à l'écosystème

- Accès à des données inédites (RGPD compliant) sur les usages, freins, leviers, besoins et bonnes pratiques de l'IA d'intérêt général, avant publication publique.
- Possibilité de disposer de briefings stratégiques personnalisés, d'ateliers internes ou de sessions de partage avec les experts du baromètre.
- Mise en réseau avec les parties prenantes du baromètre AI4Impact (après demande explicite à l'interlocuteur sollicité).

Co-construction et valorisation interne

- Participation prioritaire à la conception des prochaines éditions (ateliers de co-design, groupes de travail thématiques, animation de webinaires ou de tables rondes).
- Droit de prise de parole lors de l'événement de restitution, en présence des partenaires, de la presse et des décideurs (pour le partenaire « majeur »), les autres partenaires seront cités.
- Possibilité de proposer un témoignage, une interview ou un article d'opinion publié sur les supports AI4Impact (site, newsletter, rapport, réseaux sociaux).

Preuves d'impact et retombées concrètes

- Remise d'un rapport d'impact personnalisé, incluant : audience, reprises presse, indicateurs de visibilité, verbatims de participants, mentions médias, taux de téléchargement du rapport, statistiques réseaux sociaux.

En 15 jours, le site web de AI4Impact (nouvellement mis en ligne) a enregistré 580 sessions, réalisées par 375 visiteurs uniques lisant 3,49 pages. La page des partenaires a été vue 480 fois et le taux de rebonds est de 1,43.

- Accès à des indicateurs personnalisés sur l'engagement, la diversité, la transformation numérique responsable, la marque employeur.
- Mise à disposition d'un kit de communication "sponsor AI4Impact" : visuels, mentions officielles, modèle de communiqué, citations presse, supports de restitution.

Retours d'expérience et preuves d'impact – Références et chiffres clés

Les précédents baromètres portés par RRI ont :

- Influencé les politiques publiques et les pratiques RH de grandes entreprises, collectivités, réseaux associatifs (cf. annexe « preuves d'impact » : citation dans les ressources du rapport de France Stratégie, et citation des données du baromètre dans le rapport « stratégie nationale aidants » ou encore prise de parole devant les acteurs du secteur de la protection sociale, événement organisé par l'OCIRP, etc.)
- Fait l'objet de reprises presse dans des médias nationaux (Le Monde, Les Echos, L'Express...), régionaux, spécialisés, et sur des plateformes sectorielles (SilverEco, AEF Info, Cairn Info, etc.)
- Été partagés plus de 1 000 fois dans les 6 mois, plus de 50 pages lues (hors partages), et cités comme source dans des rapports institutionnels, des benchmarks sectoriels, etc.
- Généraient des retombées directes pour les sponsors : mentions dans la presse, interviews croisées (cf. Tilia - groupe BNP Paribas - partenaire principal de nos précédentes éditions), valorisation en interne et en externe.
- Reçu des retours qualitatifs de sponsors et partenaires soulignant la fiabilité, la lisibilité et l'utilité opérationnelle des livrables, ainsi qu'un effet "accélérateur de légitimité" sur la thématique.

Contribution commerciale et bénéfices pour le sponsor principal

Opportunités stratégiques

- **S'affirmer comme acteur responsable et engagé**, innovant et engagé sur l'IA d'intérêt général, dans un contexte où la demande de confiance, de sobriété et d'utilité sociale est croissante.
- **Profiter d'une visibilité prioritaire et qualitative sur tous les supports du baromètre** (rapport, événement, presse, réseaux), avec branding distinctif, mentions personnalisées et opportunités de prise de parole.
- **Accéder en avant-première aux résultats**, analyses, insights inédits, avec possibilité de briefings stratégiques, d'ateliers internes et d'accompagnement sur-mesure.
- **Participer à une dynamique collective** de transformation, en lien avec des partenaires et réseaux de haut niveau (publics, privés, associations, territoires).
- **Valoriser l'engagement** auprès de ses collaborateurs, de ses clients, de ses partenaires, et renforcer la marque employeur sur des enjeux d'actualité (IA responsable, RSE, innovation, inclusion...). RRI est expert dans la mobilisation et l'implication des parties prenantes internes et externes, une réunion de travail pourra être organisée pour vous aider dans cette démarche interne.

Contreparties commerciales et packs de sponsoring

Tous les packs comprennent :

- **Mention du logo** sur le rapport final, le site web, les newsletters, les réseaux sociaux, les invitations, les documents remis lors des événements.
- **Mention personnalisée dans le communiqué de presse officiel et sur la page "partenaires"** du site AI4Impact.
- **Accès privilégié à la restitution**, prise de parole lors de l'événement (selon pack), interview ou citation dans le rapport.
- **Kit de communication sponsor** : bandeaux, visuels, éléments de langage, citations presse, vidéos, témoignages, etc.
- **Remise d'un rapport de retombées** média et réseaux sociaux, avec statistiques détaillées.

En option selon le niveau de sponsoring :

- **Prise de parole prioritaire** lors des prises de parole de AI4Impact, dans le respect des autres partenaires. AI4Impact est une initiative collaborative.
- Organisation d'un **webinaire co-brandé**.
- **Rencontre exclusive avec l'équipe RRI / experts AI4Impact** et les partenaires institutionnels. Pour ces derniers, après consentement explicite au regard de votre demande.
- **Valorisation du sponsor dans le teaser vidéo, la synthèse presse**.
- **Droit d'utiliser le label "Sponsor officiel AI4Impact 2025"** dans la communication externe/interne.

Gouvernance, méthodologie, éthique et conformité juridique

- **Le sponsoring AI4Impact est un partenariat commercial à contreparties directes**, soumis à convention et à facturation, et ne relève en aucun cas du mécénat ou du don. Aucun avantage fiscal n'est attaché à la contribution.
- **Chaque partenariat donnera lieu à une convention de sponsoring conforme à la réglementation française** : prestations détaillées, niveau de visibilité, calendrier, modalités de résiliation, TVA incluse, absence de déduction d'impôt.
- **L'indépendance et la robustesse de la démarche sont garanties par Révélateur de Richesses Immatérielles, qui conserve la maîtrise d'ouvrage, la direction éditoriale et la responsabilité juridique du baromètre**.
- Les sponsors sont mentionnés comme partenaires commerciaux, sans intervention sur la méthodologie, la collecte ou l'analyse des données, mais **peuvent proposer des sujets d'étude, des axes de réflexion, des témoignages, des cas d'usage à valoriser**.
- **Protection rigoureuse des données** : anonymisation systématique, sécurité des systèmes, conformité RGPD, accès réservé aux partenaires selon les niveaux définis dans la convention.
- **Charte éthique** : aucun sponsor ne sera accepté s'il est en contradiction avec les valeurs de sobriété, d'inclusion, de responsabilité ou d'intérêt général d'AI4Impact. Une clause spécifique de retrait de visibilité est prévue en cas de manquement grave à l'éthique ou de risque réputationnel.

Déroulement opérationnel et calendrier prévisionnel

Phase	Période	Actions clés	Livrables associés
Cadrage et mobilisation	Mai /juin	Questionnaire, mobilisation sponsors et partenaires	Questionnaire, plan de diffusion
Collecte et recueil	1 ^{er} juillet / 15 septembre	Enquête, animation evalandgo, voiceform, relances	Suivi des répondants, reporting sponsors
Analyse et rédaction	15septembre / 30 octobre	Traitement des données, synthèses, rédaction	Résultats préliminaires, reporting
Publication et restitution	Novembre (salon des maires)	Diffusion rapport, restitution, communication presse	Rapport final, événement, dossier presse
Valorisation post-publication	Novembre 2025 / juin 2026.	Ateliers, briefs, actions presse, reporting sponsor	Ateliers, supports personnalisés

Packs de sponsoring et visibilité – Matrice comparative

Niveau	Montant	Nb. Sponsors	Visibilité / communication	Accès aux résultats	Événement restitution	Privilèges additionnels
Partenaire Premium	30k€	1	Logo prioritaire (rapport, site, presse), citation personnalisée, prise de parole, branding co-créé	Accès anticipé et dossier complet, brief / atelier dédié	Prise de parole individuelle.	Rencontre avec RRI, interview presse, kit com expert, mobilisation de votre agence de presse
Partenaire Majeur	10k€	5 max	Logo sur supports principaux, mention dans le communiqué, accès à la restitution, citation	Accès anticipé synthétique	Invitation atelier partenaires	Mention média, atelier restitution, kit com.
Soutien Engagé	5k€	10 max	Logo supports, post LinkedIn collectif, mention newsletter	Accès résultats publiés (-72h)	Invitation restitution	Synthèse personnalisée résultats

Chaque pack fait l'objet d'une convention commerciale détaillée, soumise à TVA, précisant toutes les contreparties et modalités. Notez que chaque communication devra obligatoirement mentionner les partenaires institutionnels (avec ou sans logo) car ils sont pleinement co-responsables de la réussite de AI4Impact 2025.

Illustrations et preuves de retour sur investissement

- **Exemples concrets de retombées pour les sponsors précédents :**
 - ☑ Cf. Annexe, avec notre partenaire principal Tilia et nos autres partenaires.
 - ☑ Grâce au sponsoring, notre partenaire a pu mobiliser ses collaborateurs et ceux de son investisseur sur un sujet d'intérêt général, renforcer la fierté d'appartenance, et valoriser son image auprès de réseaux de décideurs publics et privés."
 - ☑ La présence sur la page partenaires et le kit de communication nous ont permis de relayer l'engagement de notre partenaire auprès de ses clients et de la presse.
- **Exemples de supports remis :**
 - Rapport d'impact complet (PDF, print).
 - Communiqués de presse où les sponsors sont mentionnés.
 - Visuels personnalisés pour LinkedIn, emailing, site web.
 - Rapport de visibilité média et social media.

Questions juridiques et conformité – FAQ

- **Le sponsoring AI4Impact donne-t-il droit à un avantage fiscal ?**

Non. Il s'agit d'un contrat commercial à contreparties (visibilité, accès, communication...). Le sponsoring est soumis à TVA et ne donne droit à aucune réduction fiscale au titre du mécénat ou du don.
- **Une convention de sponsoring est-elle systématique ?**

Oui. Chaque sponsor signe une convention détaillant les prestations, la visibilité, la durée, les modalités de paiement, la TVA, la gestion des litiges, la clause de retrait éthique.
- **Comment sont garanties la sécurité et la confidentialité ?**

RRI applique une politique stricte : anonymisation des données, conformité RGPD, clauses de confidentialité.
- **Comment sont sélectionnés les sponsors ?**

RRI veille à la cohérence avec la charte éthique, la réputation et la compatibilité business du sponsor avec les valeurs d'AI4Impact.
- **Le sponsor peut-il intervenir sur la méthodologie ou les résultats ?**

Non. L'indépendance éditoriale et scientifique est garantie. Le sponsor ne peut ni modifier, ni relire, ni valider les résultats, mais il peut suggérer des axes ou des thèmes à explorer lors des éditions suivantes.
- **Quelles sont les modalités de paiement ?**

Facture à la signature de la convention, paiement à 30 jours, TVA incluse.
- **Y a-t-il un pack sur-mesure possible ?**

Oui. Un rendez-vous de cadrage permet d'adapter la visibilité et les contreparties à la stratégie du sponsor (secteur, objectifs internes, stratégie de communication...).

Contact

AI4Impact est une opportunité unique de vous positionner comme acteur de référence de l'IA responsable et d'intérêt général. Nous vous invitons à prendre contact avec notre équipe pour :

- Obtenir une présentation personnalisée (visio, RDV, kit sponsor).
- Recevoir un exemplaire du livrable précédent et du kit de visibilité.
- Planifier une rencontre de cadrage (physique ou distanciel) pour adapter le pack à vos besoins.

Gabrielle Guève

Directrice RRI et co-conceptrice du baromètre AI4Impact avec Marion Berthaut.

gabrielle@ai4-impact.org

www.ai4-impact.org

Mentions légales et conformité

- Le sponsoring AI4Impact est un partenariat commercial régi par le droit français.
- Il ne constitue ni un mécénat, ni un don, ni une subvention.
- Toute contribution est soumise à facturation, TVA, convention commerciale détaillée.
- Les sponsors s'engagent à respecter la charte éthique et la confidentialité des échanges.

AI4Impact – Ensemble, faisons de l'intelligence artificielle une opportunité d'impact, de confiance et de transformation pour la société et les territoires pour nourrir l'intérêt général.

ANNEXE : PREUVES D'IMPACT DE NOS BAROMÈTRES AIDER & TRAVAILLER

Les *soft skills* relèvent davantage de compétences relationnelles, de rigueur, de résilience, d'engagement, de leadership, d'écoute... L'aidant sait s'adapter aux contraintes (temps, stress, isolement...) tout en prenant des décisions et en poursuivant son rôle. Selon Thierry Calvat, ce sont des contraintes de temps auxquelles il faut que l'aidant s'adapte. Il sait se rendre disponible malgré les « externalités négatives » que sont l'épuisement, la tension, les problèmes de santé, l'isolement. Face à ces contraintes, il sait arbitrer différents paramètres afin de prendre les bonnes décisions. De plus, pour prendre ces décisions, l'aidant réussit à gérer plusieurs « ressources » : les aspects médicaux, familiaux, financiers, et ce qui est lié à son environnement. Beaucoup parviennent à rester motivés pour réussir à garantir à leur proche aidé une certaine qualité de vie, et le maintien des tâches domestiques.

¹¹⁵ **Interfacia**, le Lab RH, Olystic, Responsage, Tilia (2020), *Salariés aidants, inclusion professionnelle et management de l'aidance*, Livre blanc, septembre.

4. Mesure des dispositifs et valorisation des pratiques

L'objectif, fixé par la stratégie nationale *Agir pour les aidants 2020-2022* d'inscrire le soutien aux proches aidants parmi les critères de la RSE, suppose notamment que le niveau du soutien de l'entreprise à ses salariés aidants puisse être effectivement observé, évalué et comparé par l'ensemble de ses parties prenantes.

Démarche structurante pour les entreprises, l'évaluation de leur performance sociale repose en effet sur des pratiques transparentes, ouvertes à leurs parties prenantes,

peut prétendre à la VAE. Cette certification, qui peut être un diplôme, un titre ou un certificat de qualification professionnelle, doit être inscrite au Répertoire national des certifications professionnelles (RNCP).

¹¹⁸ **Interfacia**, le Lab RH, Olystic, Responsage, Tilia (2020), *Salariés aidants, inclusion professionnelle et management de l'aidance*, op. cit.

¹¹⁹ Voir World Economic Forum (2020), *Les dix principales compétences professionnelles de demain*.

¹²⁰ Audition de Claudie Kulak (CESE), le 26 octobre 2021.

Documentation professionnelle

AGIRC-ARRCO (2021), *Guide salariés aidants*.

AG2R La Mondiale, Association française des aidants, Université de Bretagne Occidentale (2020), *Aidance et emploi. Une approche psychosociale des parcours et trajectoires de proches aidant.e.s.*

AG2R La Mondiale, Association française des aidants, Cercle Vulnérabilité et Société (2021), *Étude opérationnelle sur l'accès à l'emploi des proches aidants*.

Ayming et AG2R La Mondiale (2021), *13^e baromètre de l'absentéisme et de l'engagement*.

BPCE L'Observatoire (2021), *Le temps des aidants*.

CNSA (2012), *rapport de la caisse nationale de solidarité pour l'autonomie 2011*.

Coface Handicap (2007), *Charte européenne de l'aidant familial*.

Collectif Je t'aide (2020), *Porter la voix des aidant.e.s dans le Grand débat national : nos demandes*.

Collectif Je t'aide (2021), *10 propositions pour lutter contre l'isolement social des aidant.e.s* (4^e plaidoyer).

Entreprises pour la cité (2020), *Prendre en compte la thématique des salariés aidants. Enquête*.

Fondation April, institut BVA, *Baromètre annuel des aidants*.

Handéo et Klesia (2019), *Référentiel de labellisation, label Cap'Handéo « Entreprises engagée auprès des salariés aidants »*.

Interfacia, le Lab RH, Olystic, Responsage, Tilia (2020), *Salariés aidants, inclusion professionnelle et management de l'aidance, Livre blanc*.

ORSE
Addendum 2021
Guide sur les salariés aidants

ADDENDUM 2021

AIDANTS FAMILIAUX ET PROCHES AIDANTS

GUIDE À DESTINATION DES ENTREPRISES

[...]

Dans le 2ème Baromètre "Aider et travailler" de 2020, à l'initiative de **Interfacis** et en partenariat avec Tite, Responsage, Olytic et le Lab'RH, 150€ est le **montant de la contribution minimum mensuelle** pour 70,3% des salariés aidants. Pour 17,1% d'entre eux, cette contribution s'élève à plus de 500€.

En ce qui concerne leur situation professionnelle, une majorité des aidants font partie de la population active (62%), dont 5-1% sont des actifs salariés. 80% de ces actifs aidants ont au moins de 65 ans et 40% ont moins de 49 ans.

SITUATION

Actifs
62%

Dont salariés : 34%

Retraités
38%

Dont actifs : 1%

	Proportion - Actifs-Aidants					
	2016	2018	2019	2020	2018	2020
Actifs	62%	63%	62%	63%	58%	63%
Dont salariés	34%	33%	44%	42%	30%	42%

Source : Agri / BVA 2020

Avril 2021
6

M | Actualités ▾ Économie ▾ Vidéos ▾ Débats ▾ Culture ▾ Le Goût du Monde ▾ Services ▾

ÉCONOMIE • AIDANTS

Les aidants, un enjeu grandissant pour les entreprises

D'après le baromètre « Aider et Travailler », publié lundi, ces personnes attendent de leur employeur des mesures concrètes pour atténuer l'impact négatif de leur situation. Un salarié sur cinq est concerné.

Par Béatrice Madeline
Publié le 28 septembre 2020 à 12h00, modifié le 28 septembre 2020 à 20h08 · Lecture 2 min.

[Lire plus tard](#) [Partager](#)

Article réservé aux abonnés



A Ploudalmézeau (Finistère), le 23 juillet 2020. FRED TANNEAU / AFP

Plus de cinq millions de salariés accompagnent au quotidien un proche dépendant ou handicapé – parent, conjoint, enfant – sur les quelque onze millions d'aidants que compte aujourd'hui l'Hexagone. Soit un salarié sur cinq. Un enjeu grandissant pour les entreprises. Le baromètre « Aider et Travailler », publié lundi 28 septembre, à l'initiative de plusieurs structures spécialisées (Interfacia, Tilia, Responsage, Olystic et Le Lab RH) montre que les aidants, mais aussi leurs collègues ou managers, attendent de la part des employeurs des mesures concrètes pour atténuer les effets négatifs de cette situation.

PUBLICITÉ

LA SUITE APRÈS CETTE PUBLICITÉ



Info Photovoltaïque
C'est voté, l'État paie vos panneaux solaires si vous habitez dans ces...




L'Express

<https://www.lexpress.fr> › ... › Management

Un salarié sur quatre concerné en 2030 : les aidants, cette ...

23 juin 2025 — ... Travail, 22 avril 2024). Un actif sur quatre aidant en 2030. Environ 20 % des salariés en France sont des "aidants" (baromètre Interfacia, 2020) ...

EN CHIFFRES

Un tiers des aidants contraints de démissionner de leur travail pour prendre soin de leurs proches

Ces salariés qui s'occupent, parfois au quotidien, d'un proche en perte d'autonomie sont souvent obligés de travailler à temps partiel, voire de quitter leur emploi pour assumer cette charge, révèle une étude.

[Ajouter à mes articles](#) [Commenter](#) [Partager](#) [Emploi & Salaires](#) [Leadership & management](#)



Un employé français sur cinq est aussi aidant. (Shutterstock)

Par Sarah Dumeau

Publié le 30 sept. 2023 à 11:28 | Mis à jour le 06 sept. 2023 à 15:07

En France, près de 5 millions de salariés sont également aidants, c'est-à-dire qu'ils s'occupent de proches en situation de dépendance. Cela représente 20 % des employés français, un chiffre loin d'être anodin. Pourtant, cette charge n'est pas toujours considérée à sa juste valeur par les employeurs et un tiers des aidants sans emploi estiment qu'ils ont été contraints de démissionner pour assumer ce rôle, selon un baromètre « Aider & Travailler 2023 » publié mardi.



[...]

Ces difficultés font craindre aux auteurs de l'étude « une précarisation du statut d'aidant ». D'autant que les aidants consacrent, pour un tiers d'entre eux, entre 500 et 1.000 euros à la personne aidée. « Le maintien dans l'emploi des salariés aidants est aujourd'hui un enjeu crucial », estime Christine Lamidel, directrice générale de Tilia, une start-up d'accompagnement des aidants, qui plaide pour « la mise en place de dispositifs concrets pour faciliter le quotidien des salariés aidants ».



Ocirp

<https://www.ocirp.fr> > Espace info > Suivre nos actualités

Notre dossier salariés aidants

10 propositions pour accompagner les salariés aidants. L'ensemble des partenaires du baromètre « Aider & Travailler 2020 » – Interfacia, le Lab RH, Olystic ...



SilverEco

<https://www.silvereco.fr> > edition-2023-du-barometre-a...

Édition 2023 du baromètre Aider et Travailler

28 avr. 2023 — Une enquête nationale avec Interfacia, le Groupe VYV, Tilia, ANPP et Le Lab RH est lancée pour permettre aux aidants de s'exprimer.



AEF info

<https://www.aefinfo.fr> > depeche > 700023-face-aux-pr...

Face aux problématiques rencontrées par les salariés ...

6 oct. 2023 — De plus, si un quart des aidants travaillent à temps partiel (26 %), il s'agit d'une situation subie pour 69 % d'entre eux (baromètre Aider et ...



agevillage

<https://www.agevillage.com> > actualites > aider-et-travai...

Aider et travailler : les aidants invités à répondre à la ...

17 avr. 2023 — En 2017, le baromètre avait ainsi montré que 60 % des aidants sans emploi avaient dû arrêter de travailler à cause de leur rôle d'aidant. Ses ...

Termes manquants : France | Afficher les résultats avec : France



Dailymotion · B SMART

<https://www.dailymotion.com> · 13 nov. 2023

SMART JOB - Bien dans son job du lundi 13 novembre 2023 ...



... baromètre aidé-travailler réalisé avec Interfacia,. 04:48 le LaberH ...
France. © 2005 - 2025 Dailymotion - conçu avec ♥ à Paris, FR.



Cairn.info

<https://shs.cairn.info> › revue-internationale-de-psychoso...

Inclusion des salariés aidants : lorsque singularité rime avec ...

Interfacia. (2020). **Baromètre Aider et Travailler**. Interfacia/Tilia, Responsage, Olystic et Le Lab RH.
<https://interfacia.fr/barometre-aider-travailler-2020/> ...



Mon Entreprise Inclusive

<https://www.monentrepriseinclusive.com> › comment-lent...

Accompagner les salariés aidants en entreprise

3 oct. 2023 — Le baromètre « Aider & Travailler 2023 », publié en septembre 2023 par Interfacia, lève le voile sur l'impact de l'aidance sur le travail .



Observatoire DCHD

<https://www.observatoire-dchd.fr> › les-actualites › etudes

dispositions et pistes pour aider les entreprises à mieux les ...

Selon le baromètre Aider et Travailler – Interfacia 2022, 1 actif sur 4 sera aidant en 2030. Un proche aidant est une personne qui vient en aide de manière ...



Cadrement

<https://www.cadrement.fr> > Conseils > Droit du travail

Salariés aidants : ce que dit la loi

6 oct. 2022 — Selon le baromètre Aider et Travailler – Interfacia 2022, **un actif sur quatre sera aidant en 2030**. Le congé de proche aidant pour salarié aidant.

[...] Et bien d'autres.

ANNEXE 2 : AI4IMPACT ET RÉFÉRENTIELS DE DURABILITÉ ET D'IMPACT

Cette fiche présente une pondération réaliste et structurée des contributions que permet le sponsoring du baromètre AI4Impact vis-à-vis de six cadres de référence : CSRD, ODD17, B-Corp, ISO 26000, VSME et OMNIBUS.

Niveau 3 — Contribution forte (structurante, démontrable, mobilisable directement)

→ Le sponsoring AI4Impact constitue une **preuve directe**, claire, actionnable ou documentable dans le référentiel concerné.

Niveau 2 — Contribution moyenne (pertinente, utile mais indirecte ou partielle)

→ Le sponsoring est **aligné** avec l'esprit du référentiel ou soutient une dynamique, mais sans cocher toutes les exigences du critère.

Niveau 1 — Contribution faible (concordance générale mais sans effet démontrable direct)

→ Le sponsoring AI4Impact peut être **mobilisé de manière illustrative ou symbolique**, sans valeur probante ou systématisable.

1. CSRD – Corporate Sustainability Reporting Directive

Norme ESRS	Contribution	Niveau de contribution
ESRS 2 – Stratégie, gouvernance	Stratégie IA responsable, dialogue parties prenantes	3
ESRS S1 à S4 – Impacts sociaux	Fracture numérique, inclusion, RH	2
ESRS G1 – Gouvernance	Approche éthique, sans pilotage direct	1
ESRS E1 – Environnement	Sobriété numérique (non quantifiée)	1

2. Objectifs de Développement Durable – ODD 17

Cible	Contribution	Niveau de contribution
17.16 – Partenariats	Multi-acteurs, co-construction	3
17.18 – Données fiables	Production originale, actionnable	3
ODD 9/10/16 (indirects)	Inclusion, gouvernance, innovation	1 à 2

3. B-Corp

Domaine	Contribution	Niveau de contribution
Governance	Démarche structurée et éthique	3
Community	Soutien à des acteurs fragiles	3
Customers	Savoir utile mais usage à prouver	2
Environment	Sobriété numérique (symbolique pour le moment)	1
IBM	Modèle IA responsable possible	2

4. ISO 26000 – Responsabilité sociétale

Domaine	Contribution	Niveau de contribution
Gouvernance	Transparence, indépendance	3
Droits humains	Biais IA, inclusion numérique	1
Conditions de travail	Transformation RH (indirect)	1
Environnement	Argument sobre mais non mesuré	1
Pratiques loyales	Éthique partenariale	1 à 2
Consommateurs	Alignement indirect	1
Développement local	Ancrage territorial	1

5. VSME – Valeur sociétale des modèles économiques

Critère	Contribution	Niveau de contribution
Utilité sociétale	IA orientée intérêt général	3
Légitimité de l'action	Indépendance, rigueur	3
Mesurabilité	Visibilité, données de diffusion	2
Reproductibilité	Démarche ouverte et améliorabile	2

6. Référentiel OMNIBUS

Finalité	Contribution	Niveau de contribution
1 – Bien commun	Thème structurant (IA/société)	3
2 – Transformation interne	Potentiel activable	2
3 – Capacitation parties prenantes	Diffusion méthodo, mobilisation	3
4 & 5 – Évaluation et amélioration	Illustration possible	1 à 2