



OBSERVATOIRE DU DON EN CONFIANCE

RAPPORT D'ANALYSE

Octobre 2020

Contacts :



ARNAUD ZEGIERMAN
Directeur associé
az@institut-viavoice.com
Tel : +33(0)1 40 54 13 71

AMANDINE MESSINA
Directrice d'études
am@institut-viavoice.com
Tel : +33(0)1 40 54 13 78

LISA CORBINEAU
Chargée d'études
lco@institut-viavoice.com
Tel : +33(0)1 77 63 70 87

Note technique	3
I. La confiance dans la société de défiance	4
II. Le paradoxe de la confiance	10
III. Impact du Covid-19	13
IV. Est-ce que la transparence est vertueuse ?	16
V. Organisme de contrôle de l'action associative	19
VI. Les donateurs	22

L'étude a été réalisée **du 14 au 20 septembre 2020** en ligne auprès d'un **échantillon de 2 002 personnes représentatives de la population française de plus de 18 ans.**

Représentativité par la méthode des quotas appliquée aux critères suivants : sexe, âge, profession de l'interviewé, région et catégorie d'agglomération.

Les rappels 2018 sont issus du baromètre Baromètre Kantar - Sofres et les rappels 2019 sont issus du Baromètre Viavoice

I. La confiance dans la société de la défiance

En quelques mots :

- Les Français se montrent spontanément dans une posture de défiance.
- Mais dans ce contexte inédit de crise sanitaire, **la baisse de la confiance atteint désormais aussi les associations et fondations**, avec une baisse sensible de 16 pts par rapport à la mesure de 2018.
 - ✓ Cette baisse de la confiance n'est pas équivalente au sein des différentes catégories de la population.
 - ✓ Ainsi, alors que le niveau de confiance est stable auprès des donateurs réguliers (56%), il n'atteint que 35% auprès des donateurs occasionnels et 20% auprès des non donateurs.
- Il convient de **bien noter l'importance du manque de confiance à l'égard de l'utilisation des fonds délivrés aux associations / fondations**. Ce critère était déjà le premier frein aux dons en 2019, mais il se renforce (un frein pour 68% des répondants vs 62% en 2019).
- A noter dans les autres freins aux dons, la hausse du sentiment de déjà contribuer par des actions quotidiennes (+7pts), le manque de connaissance du sujet (+7pts également) et le fait de ne pas savoir quelle cause choisir (+5pts).

1. La confiance n'est pas spontanée

- 56 % des Français n'accordent pas facilement leur confiance de manière générale (essentiellement parmi les femmes, et les non donateurs).
- Il convient de noter que les perceptions sont peu tranchées et sont donc susceptibles d'évoluer.

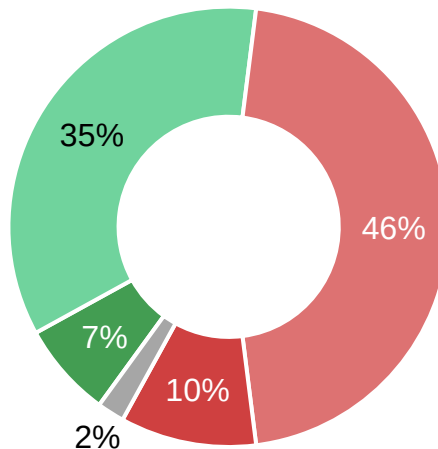
De manière générale, diriez-vous que...

Base : 2 002 personnes

- ...vous accordez *très facilement* votre confiance
- ... vous accordez *assez facilement* votre confiance
- ... vous n'accordez *pas facilement* votre confiance
- ... vous n'accordez *pas facilement du tout* votre confiance
- Ne se prononce pas

Sous-total
« Accorde facilement sa confiance »
42 %

Homme : 47 %
CSP + : 47 %
Donateurs réguliers : 50 %



Sous-total
« N'accorde pas facilement sa confiance »
56 %

Femme : 60 %
Non donateurs : 63 %

2. Une baisse généralisée de la confiance (1/2)

- Une baisse de la confiance pour l'ensemble de ces items.
- Une baisse de 16 points sur la confiance accordée aux associations et fondations !
- Le niveau de confiance demeure globalement plus élevé auprès des donateurs réguliers sur l'ensemble des items (sauf les GAFAM).

Diriez-vous que dans l'ensemble vous avez tout à fait confiance, plutôt, plutôt pas ou pas du tout confiance dans ... ?

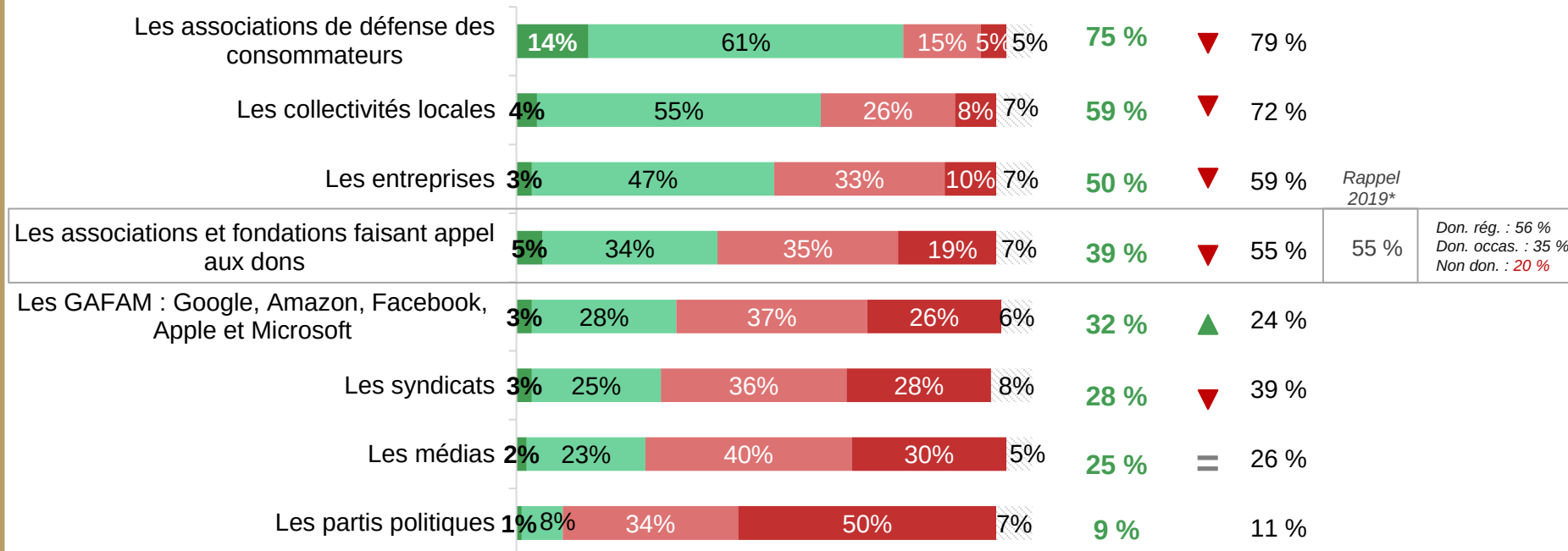
Base : 2 002 personnes

- Tout à fait confiance
- Plutôt confiance
- Plutôt pas confiance
- Pas du tout confiance

⊙ Ne se prononce pas

Sous-total
« Fait confiance »

Rappel Kantar
2018



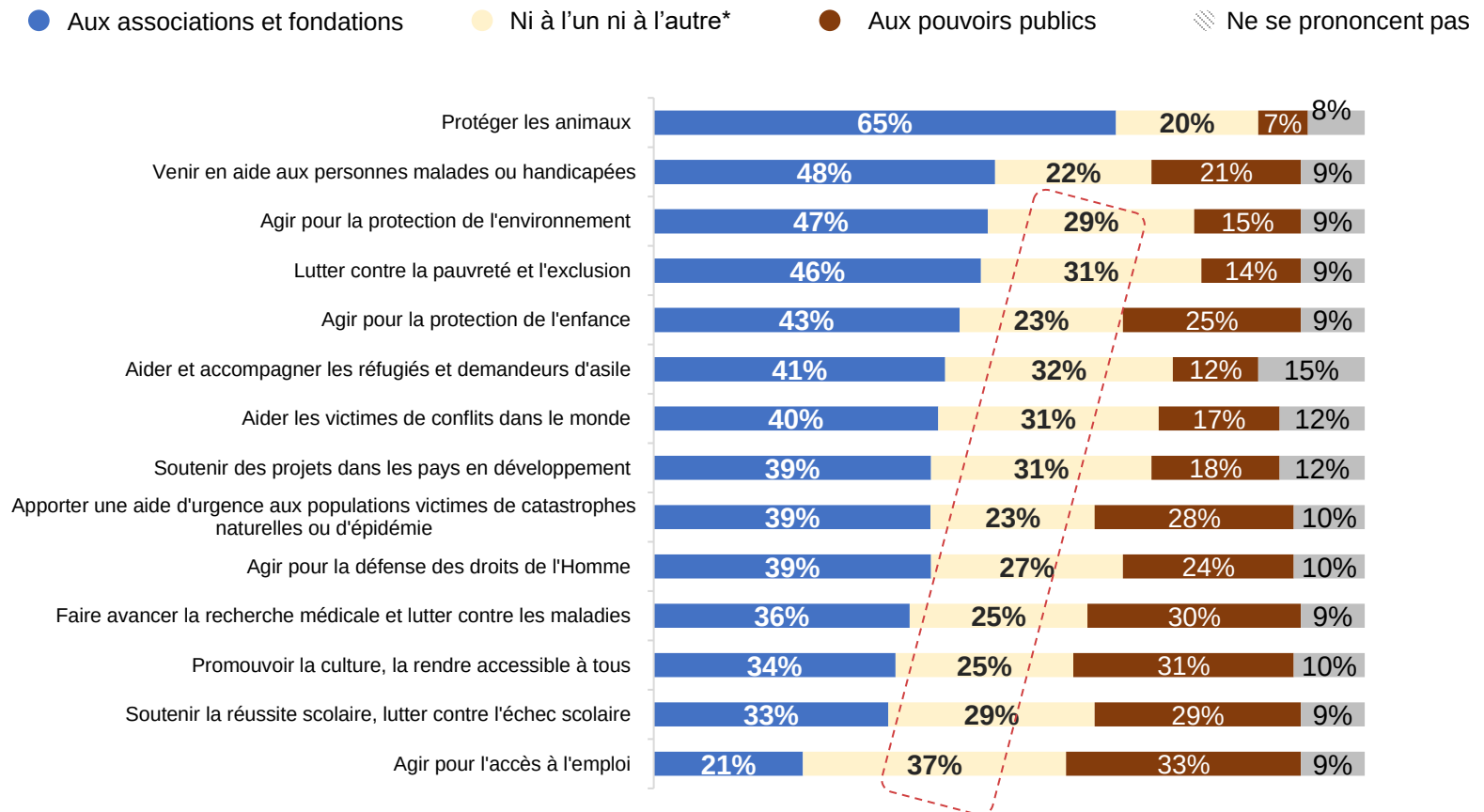
* Formulation différente : « Spontanément, diriez-vous que vous avez tout à fait confiance, plutôt, pas vraiment ou pas du tout confiance dans les associations et fondations ? »

2. Une baisse généralisée de la confiance (2/2)

- Sur la majorité des champs d'actions, les associations bénéficient de davantage de confiance que les pouvoirs publics, et particulièrement pour agir sur la protection des animaux (65 % ont confiance).
- Mais plus de 20 % des répondants ne font confiance ni aux associations fondations / ni aux pouvoirs publics pour agir sur l'ensemble des causes.

Faites-vous davantage confiance aux pouvoirs publics ou aux associations et fondations faisant appel aux dons pour ... ?

Base : 2 002 personnes



* Item non suggéré en 2018 mais apparu dans les modalités de réponses, l'item a été proposé cette année

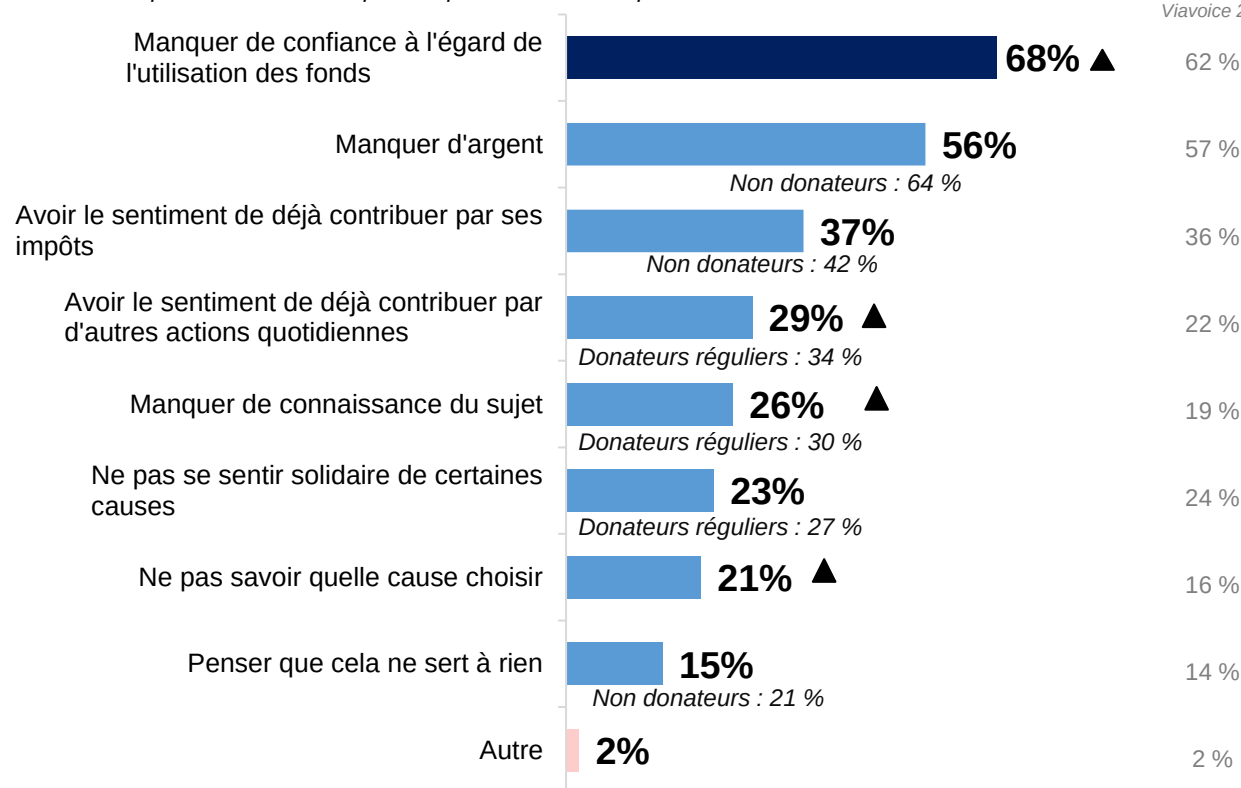
3. Principal frein au don : le manque de confiance à l'égard de l'utilisation des fonds

- Le manque de confiance à l'égard de l'utilisation des fonds reste le frein principal au don. Et il est en hausse (68 % / +6 pts).
- Les répondants qui pensent qu'il n'y a pas d'organisme de contrôle se déclarent encore plus méfiants à l'égard de l'utilisation des fonds.



Parmi les éléments suivants, quels sont selon vous ceux qui expliquent le mieux le fait de ne pas donner à une association / fondation ?

Base : 2 002 personnes – trois réponses possibles, total supérieur à 100%



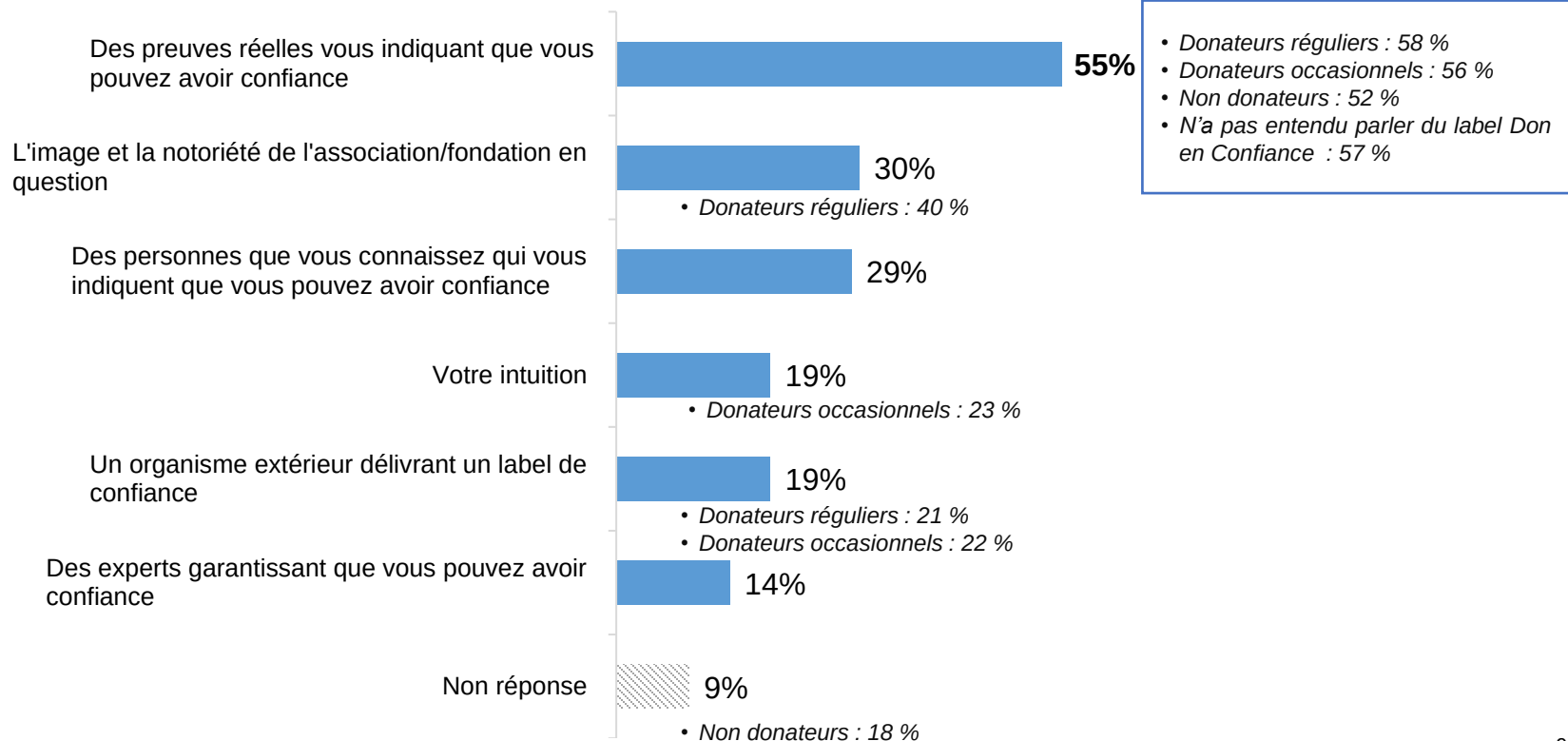
- Donateurs réguliers : 67 %
- Donateurs occasionnels : 66 %
- Non donateurs : 69 %
- Ne pense pas qu'il existe un organisme de contrôle : 72 %

4. Le principal vecteur de confiance : un souhait de preuves concrètes

- Plus d'un Français sur deux déclare qu'avoir des preuves réelles est gage de confiance bien avant la notoriété et l'image de l'association.

Sur quels éléments vous basez-vous pour avoir confiance à l'égard d'une association/fondation faisant appel aux dons ?

Base : 2 002 personnes – deux réponses possibles, total supérieur à 100%



II. Le paradoxe de la confiance

En quelques mots :

- Alors que leur niveau de confiance est plus élevé auprès des associations / fondations pour suivre dans le temps la cause défendue ou mieux utiliser les fonds collectés
- ... les cagnottes de particuliers en ligne génèrent davantage de confiance pour la sensibilisation des plus jeunes et la récolte rapide des fonds.

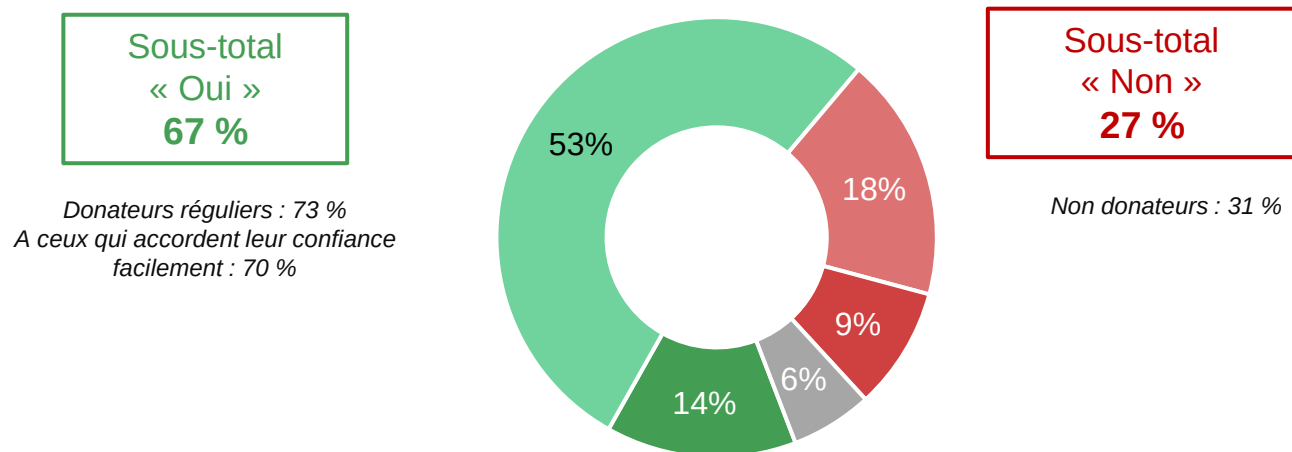
1. Les cagnottes en ligne : un niveau de connaissance réel

- Près de 7 Français sur 10 connaissent les cagnottes en ligne.
- Une notoriété plus importante chez les donateurs et ceux qui accordent leur confiance facilement.

Connaissez-vous le principe des cagnottes de particuliers en ligne (comme Leetchi, le Pot Commun...) destinées à récolter des fonds pour une cause ?

Base : 2 002 personnes

● Oui, très bien ● Oui, assez bien ● Non, je ne crois pas ● Non, j'en suis certain ▨ Ne se prononce pas

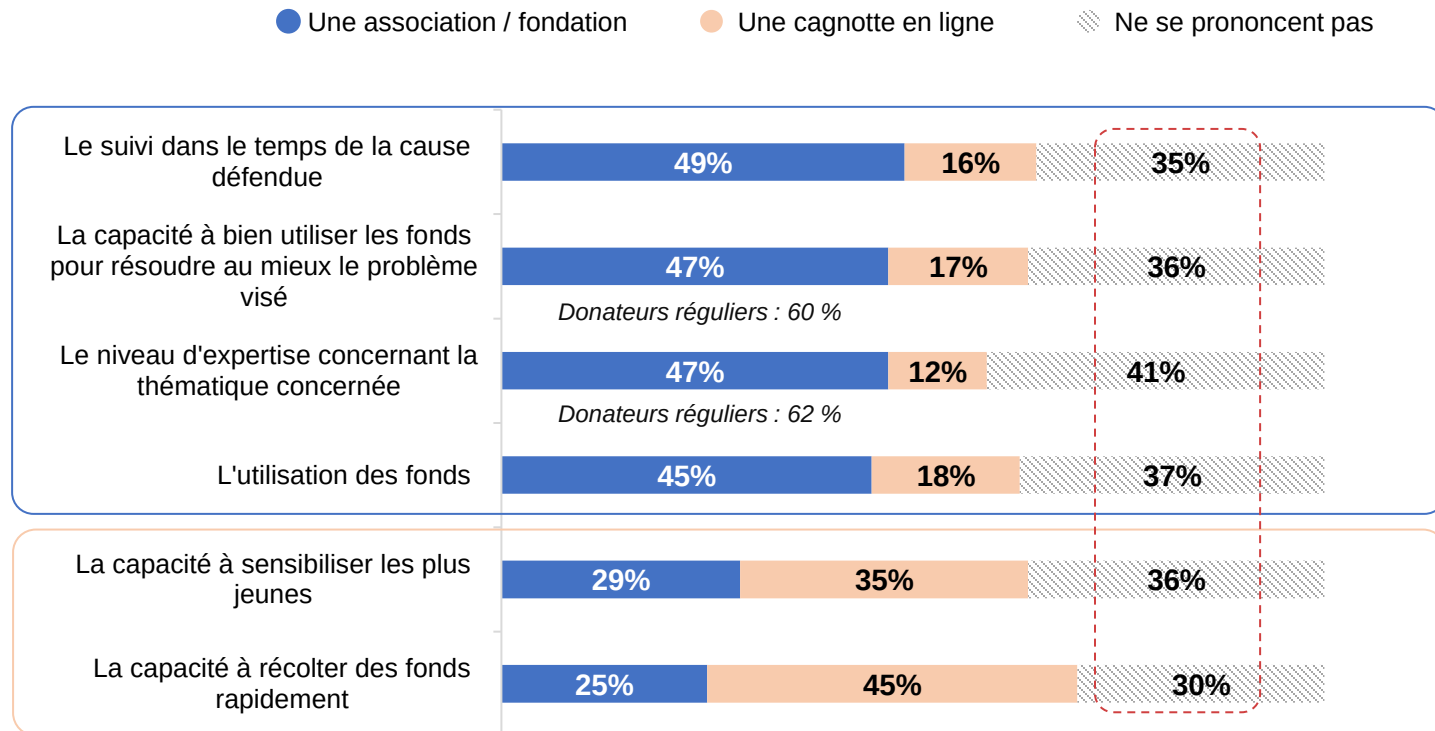


2. Une confiance davantage accordée aux associations

- Les Français font confiance aux associations pour agir sur la cause (suivi dans le temps, niveau d'expertise), et sur l'utilisation des fonds.
- Ils font davantage confiance aux cagnottes en ligne sur leur capacité à mobiliser et à lever des fonds rapidement.
- Des taux de « *ne se prononcent pas* » élevés

Auriez-vous plus confiance en une association/fondation que vous connaissez ou en une cagnotte de particuliers en ligne concernant ...

Base : 2 002 personnes



*Une surreprésentation en tendance des donateurs réguliers sur l'item « association fondations »
Une surreprésentation des non-donateurs dans les « ne se prononcent pas »*

III. Impact du Covid - 19

En quelques mots :

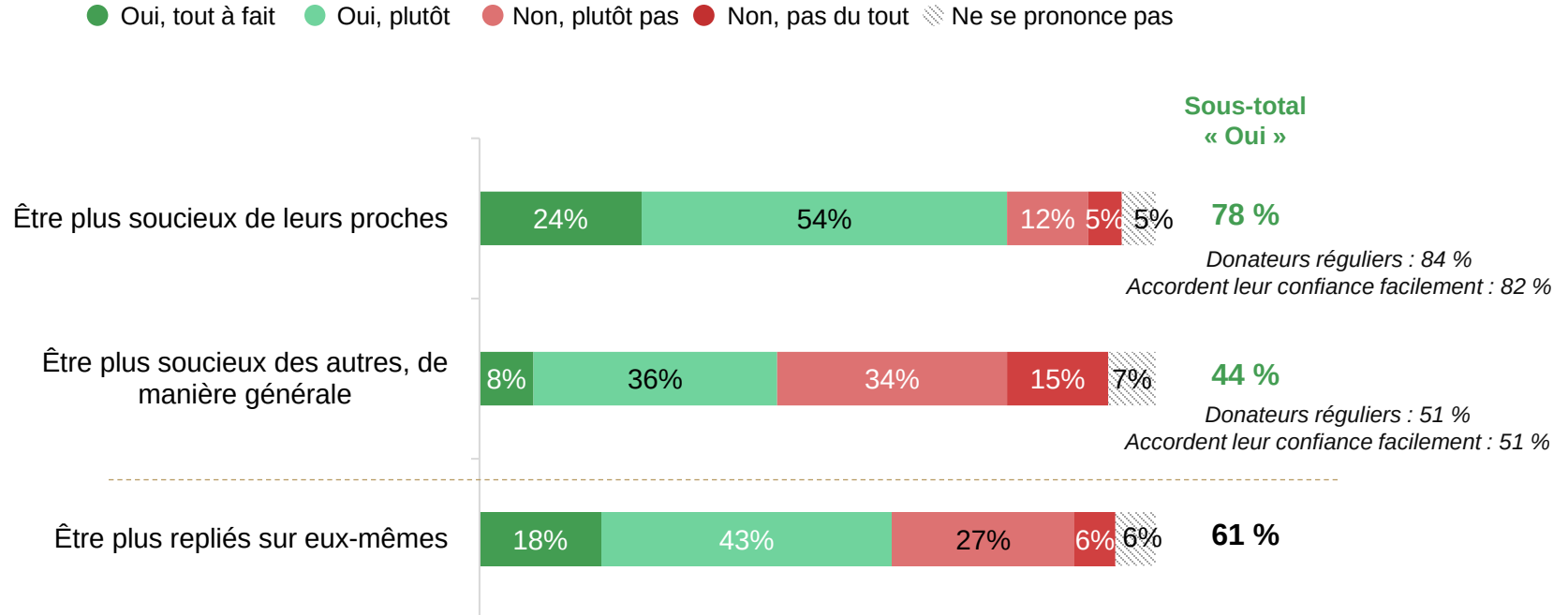
- Les Français ont le sentiment que la crise liée au Covid -19 a conduit au repli sur soi.
- Les actions menées par les associations / fondations depuis le début de cette crise n'ont pas eu d'impact majeur sur la confiance

1. Impact Covid-19 : une confiance resserrée autour des proches

- Les Français estiment que le Covid-19 a surtout incité à être plus soucieux de ses proches.

Avez-vous le sentiment que le Covid-19 a incité les Français à ...

Base : 2 002 personnes



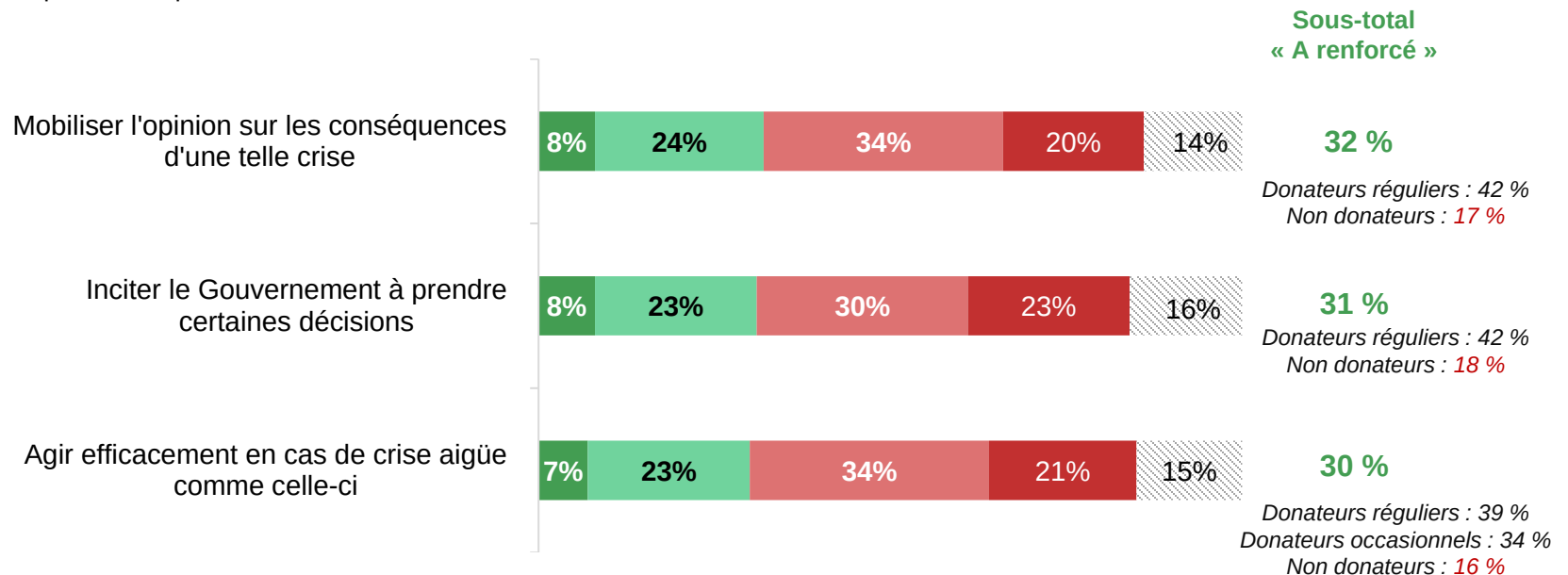
2. L'action des associations a été trop peu perçue pour renforcer le niveau de confiance

- La situation exceptionnelle vécue depuis l'apparition du virus n'a pas renforcé la confiance à l'égard des associations / fondations.
- Cette situation exceptionnelle a phagocyté l'attention des Français, qui ont peu perçu les différentes actions menées, comme l'attestent les taux de non réponse à ces indicateurs.
- Cette affirmation est toutefois à pondérer auprès des donateurs réguliers.

Et diriez-vous que cette crise du Covid-19 a renforcé votre confiance à l'égard des associations/fondations faisant appel aux dons pour...

Base : 2 002 personnes

- A fortement renforcé votre confiance à l'égard des associations
- A un peu renforcé votre confiance à l'égard des associations
- N'a pas vraiment renforcé votre confiance à l'égard des associations
- N'a pas du tout renforcé votre confiance à l'égard des associations
- ▨ Ne se prononcent pas



IV. Est-ce que la transparence est vertueuse ?

En quelques mots :

- La transparence est souvent présentée comme un moyen de renforcer la confiance et de développer les comportements vertueux.
- Mais est-on chacun prêt à être transparent, comme on l'attend des entreprises ou des associations ?
- Et est-ce que cette transparence nous rendrait plus honnête ?
- L'analyse des résultats montre que d'une part, peu de Français sont prêts à cette transparence. Et d'autre part, ses conséquences ne seraient visiblement pas si intéressantes.

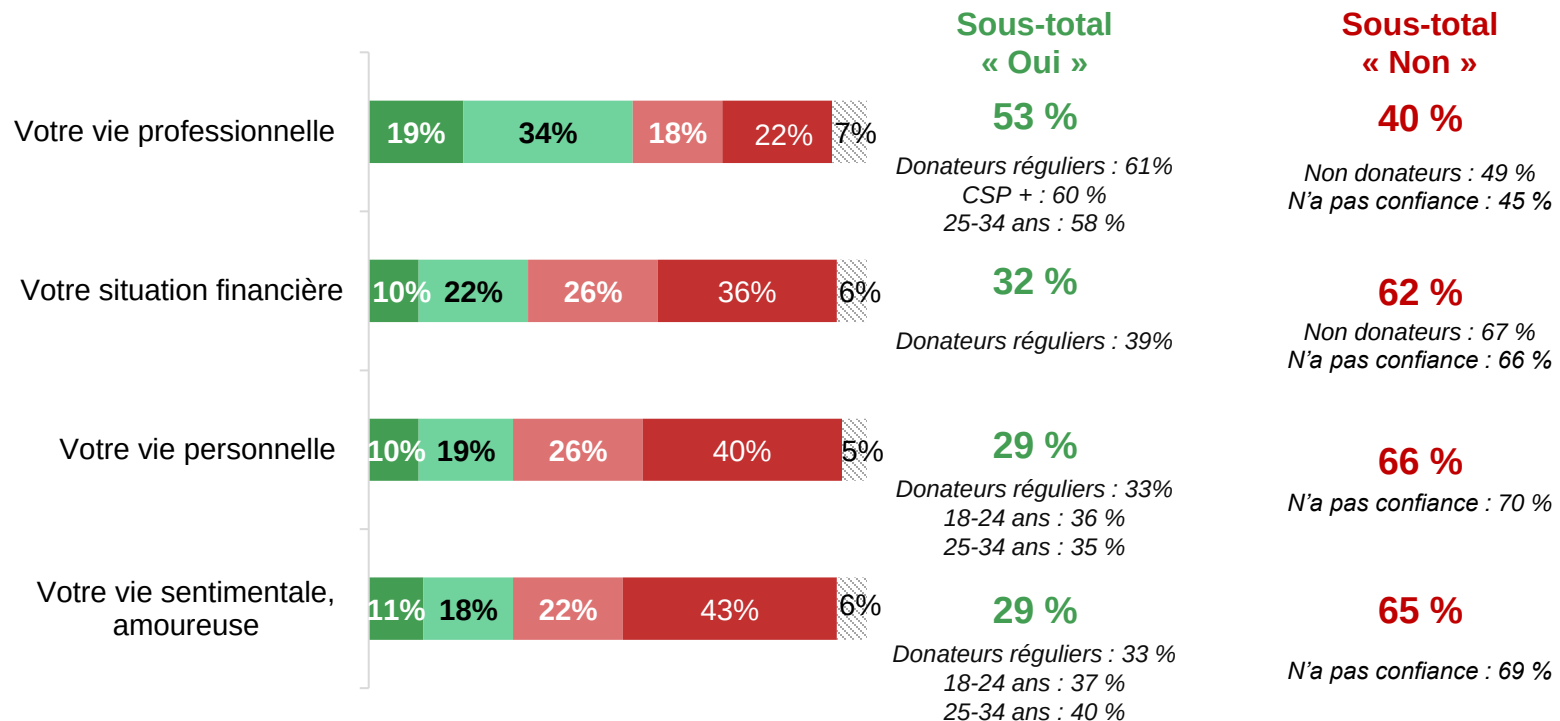
1. La volonté de transparence : une contradiction ?

- Un Français sur deux se déclare prêt à partager des informations concernant sa vie professionnelle.
- Moins d'un tiers des répondants se déclare prêt à être transparent sur d'autres points personnels.

Seriez-vous prêts à être transparent, c'est-à-dire à faire en sorte que l'intégralité des informations puissent être connues concernant ...

Base : 2 002 personnes

● Oui, tout à fait ● Oui, plutôt ● Non, plutôt pas ● Non, pas du tout ● Ne se prononce pas

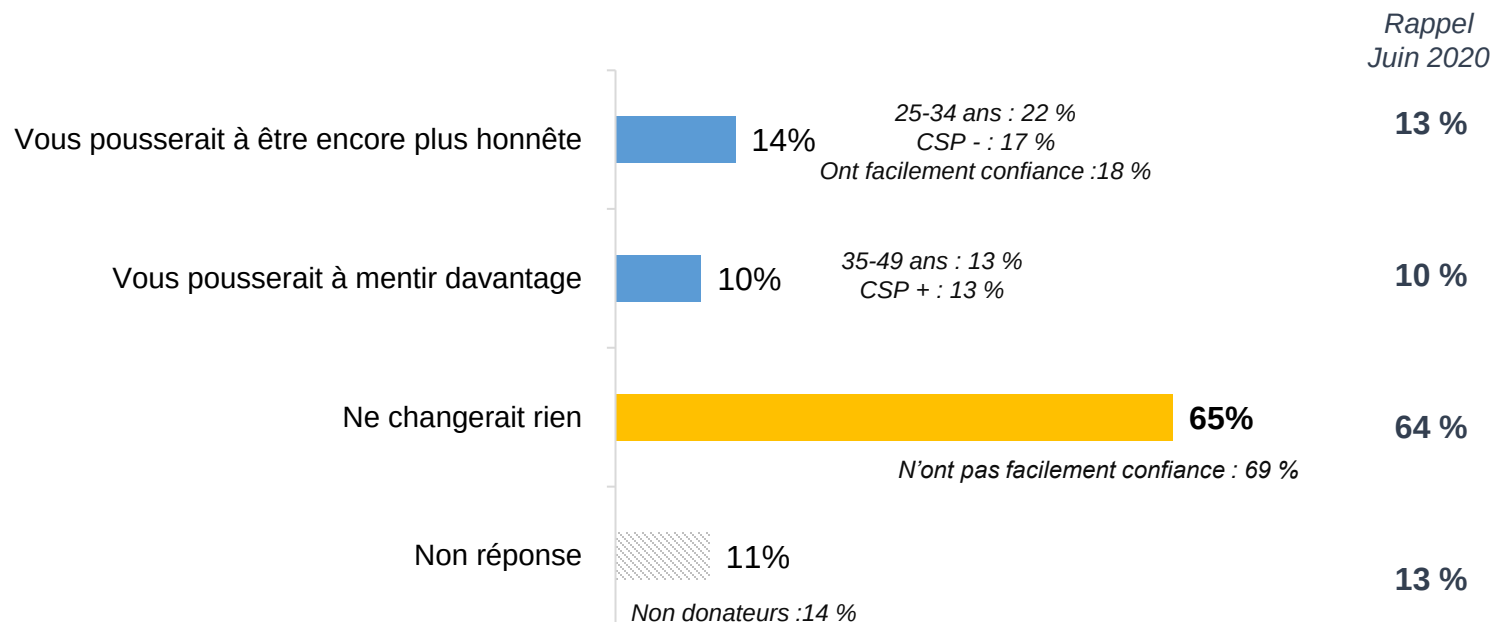


2. La transparence des informations : un levier de confiance ?

- Près de deux tiers des Français pensent que la transparence des informations ne changerait rien à leur façon d'agir.
 - Ils sont seulement 14 % à déclarer qu'elle les pousserait à être plus honnêtes.
- La transparence des informations concernant sa situation personnelle n'apparaît pas comme un facteur suffisant pour modifier sa façon d'agir.

Et diriez-vous qu'une telle transparence ...

Base : 2 002 personnes



V. Organisme de contrôle de l'action associative

En quelques mots :

- Le sentiment qu'un organisme de contrôle existe est en très légère hausse.
- L'instauration de la confiance est clairement un pré-requis au don :
 - ✓ L'existence d'un organisme extérieur augmente la confiance sur l'utilité des associations et la confiance dans leur gestion.
 - ✓ Il apparaît comme un moyen de limiter les abus et les scandales.

1. L'organisme de contrôle, vecteur de confiance

- 45 % des Français pensent qu'il existe un organisme de confiance
- Une connaissance plus importante chez les donateurs réguliers

Diriez-vous qu'il existe aujourd'hui en France un organisme chargé de contrôler l'action des association et fondations ?

Base : 2 002 personnes

● Oui, j'en suis certain(e) ● Oui, je crois ● Non, je ne crois pas ● Non, j'en suis certain(e)

Rappel 2019 : 43 %

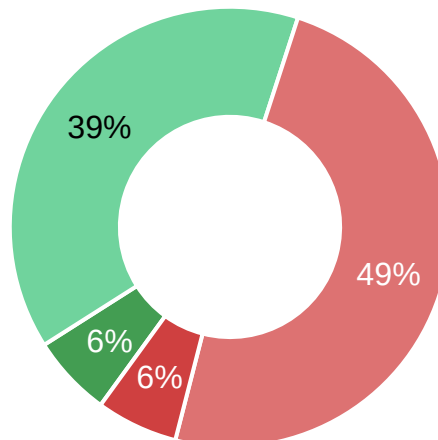
Sous-total
« Oui »
45 % (+2 pts)

Donateurs réguliers : 56 %
Accordent facilement sa confiance : 53 %

Plus on a confiance, et plus on est donateurs réguliers, plus on considère qu'il existe un organisme de contrôle.

Rappel 2019 : 57 %

Sous-total
« Non »
55 %



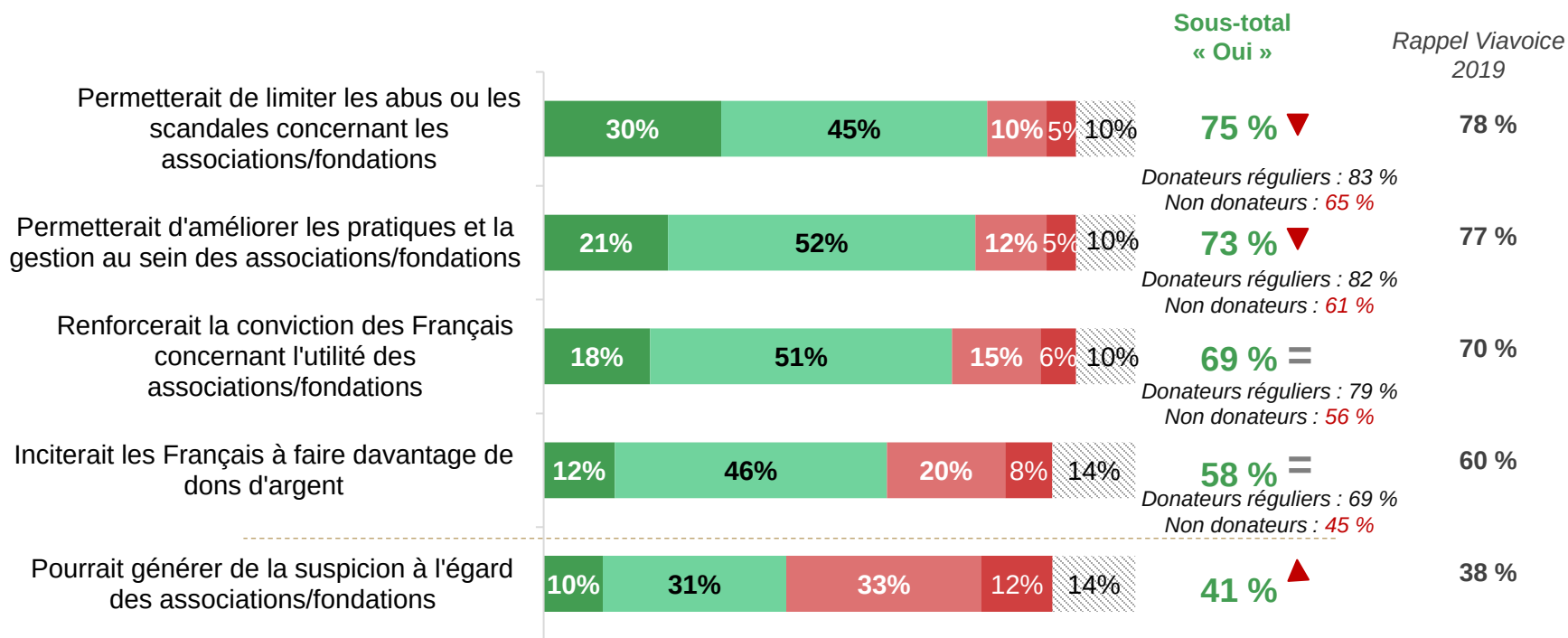
2. L'instauration de la confiance reste un pré-requis au don

- Trois quarts des Français pensent qu'un organisme de confiance permet de limiter les scandales liés aux associations.
- Les donateurs réguliers sont davantage confiants sur l'utilité d'un tel organisme.

Et diriez-vous que le fait qu'un tel organisme existe ...

Base : 2 002 personnes

● Oui, tout à fait ● Oui, plutôt ● Non, plutôt pas ● Non, pas du tout ▨ Ne se prononce pas



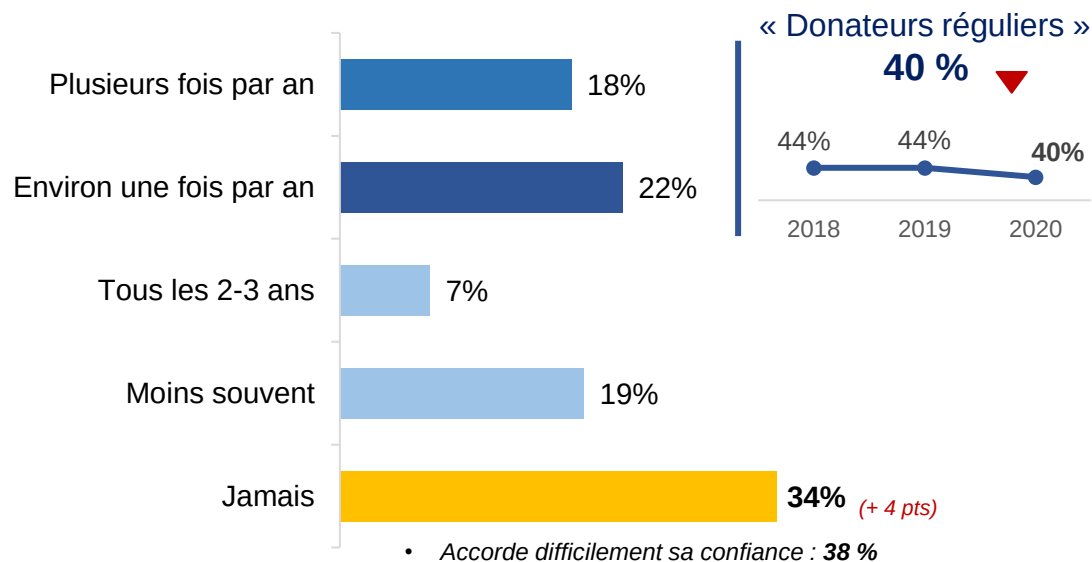
VI. Les donateurs

1. Une baisse des donateurs réguliers déclarés

- 40 % des Français se déclarent donateurs réguliers, un chiffre en baisse de 4 points.
- Les non-donateurs sont 34 %. Ils ont tendance à moins accorder leur confiance

Vous arrive-t-il d'aider des associations ou fondations faisant appel aux dons par des dons en argent ?

Base : 2 002 personnes



Profil du donateur régulier :

- 65 ans et plus : 56 %
- CSP+ : 45 %
- Accorde facilement sa confiance : 48 %

2. Les donateurs réguliers : plus confiants dans la société

- Une différence de vision du monde entre donateurs et non donateurs :
 - Les donateurs réguliers sont bien intégrés, confiants auprès des associations et soucieux des autres
 - Les non-donateurs sont inquiets et méfiant auprès des acteurs traditionnels.

(résultat exprimés en tendance)

« Donateurs réguliers » (40 %) (- 4 pts)

- Accordent facilement leur confiance
- Accordent plus facilement leur confiance auprès des entités
- Font confiance aux associations et fondations
- Font davantage confiance aux associations pour lutter contre les grandes causes sociales et sociétales
- L'image et la notoriété de l'association ainsi qu'un organisme extérieur de contrôle délivrant un label comptent pour la confiance
- Impact du COVID : plus soucieux de ses proches et des autres en général

- 65 ans et plus
- CSP+
- Région parisienne

« Donateurs occasionnels » (26 %) =

- Accordent plutôt leur confiance
- Ont moyennement confiance dans les associations et les dons
- Font davantage confiance aux associations pour lutter contre les grandes causes sociales et sociétales
- Se base principalement sur ses intuitions pour avoir confiance dans une association et sur un organisme extérieur de confiance qui délivre un label

- 18-24 ans
- Ville moyenne : 50 000 à 99 999 habitants

« Non donateurs » (34 %) (+ 4 pts)

- N'accorde pas facilement sa confiance
- N'a pas du tout confiance dans les associations et fondations
- Ne fait pas confiance aux associations ni aux pouvoirs publics pour lutter contre les causes

- 25-34 ans
- CSP-
- Province et communes rurales

VIAVOICE



INSTITUT VIAVOICE

9 rue Huysmans
75006 Paris
Standard : 01 40 54 13 71

Viavoice est une SAS indépendante