

Une confiance en berne malgré la forte mobilisation du secteur associatif

Dans un contexte marqué par l'incertitude et le repli sur soi, l'Observatoire du Don en Confiance révèle une baisse généralisée de la confiance, qui atteint désormais les associations et fondations. Bien que marquant, ce constat illustre le décalage entre la forte mobilisation du secteur associatif pendant la crise sanitaire et la perception de celle-ci par les Français.

→ [Les résultats complets de l'étude](#)

→ [L'infographie](#)

Une confiance globalement ébranlée

La période inédite actuelle voit **une baisse importante de la confiance des Français vis-à-vis des associations/fondations faisant appel aux dons : ils ne sont que 39 % à leur faire confiance, soit 16 points de moins par rapport à 2018 et 2019***, avec une amplitude allant de 20% pour les non donateurs à 56 % pour les donateurs réguliers. Cette même tendance est observée chez les autres acteurs sociaux et économiques (collectivités locales, entreprises, syndicats, médias, partis politiques...).

Une action associative moins visible pendant la crise sanitaire

La situation exceptionnelle vécue depuis l'apparition du virus a surtout incité les Français à être majoritairement plus soucieux de leurs proches (78 %) et n'a pas renforcé la confiance à l'égard des associations/fondations. Ainsi, ils ne sont qu'un tiers à estimer que la crise de Covid-19 a renforcé leur confiance à l'égard des associations/fondations pour mobiliser l'opinion, orienter le gouvernement ou encore agir efficacement dans ce contexte de crise sanitaire.

« Ces résultats peuvent sembler paradoxaux », commente Nathalie Blum, directrice générale du Don en Confiance, « car la baisse constatée et significative de la confiance envers les associations et fondations est sans rapport avec le niveau d'activité du secteur associatif cette année. Il n'a cessé, et ne cesse, de se mobiliser et de s'adapter au quotidien et dans l'urgence pour répondre aux nombreuses problématiques engendrées par la crise. Depuis le début de l'année, les associations et fondations, en France et à l'international, ont participé à la recherche médicale, sensibilisé aux risques sanitaires, gardé le lien avec les plus fragiles, répondu aux enjeux d'une précarité croissante, maintenu l'accès à l'éducation, permis l'adoption d'animaux ou encore protégé l'environnement. »

* Formulation différente : pas de comparaison avec les autres institutions

Regagner la confiance : une question de preuve avant tout

La raison principale pour laquelle les Français ne donneraient pas à une association/fondation est le manque de confiance à l'égard de l'utilisation des fonds (68 %, soit + 6 points par rapport à 2019), ceci avant même le fait de ne pas disposer des ressources suffisantes (56 %).

De surcroît, plus d'un Français sur deux déclare qu'avoir des preuves réelles est un gage de confiance, bien avant la notoriété ou l'image de l'association/fondation (30 %).

Facteur-clé pour regagner la confiance, la preuve que les fonds collectés ont été utilisés efficacement et pertinemment passe par une plus grande transparence concernant les besoins, les réalisations et la progression des projets et s'illustre par des retours concrets des actions menées.

C'est d'ailleurs dans cette même logique que trois quarts des Français pensent qu'un organisme en charge du contrôle de l'action des associations/fondations permettrait de limiter les abus ou les scandales et d'améliorer leurs pratiques.

Méthodologie de l'étude

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.

À propos de VIAVOICE

Viavoice est un institut indépendant qui réalise des prestations d'études, de conseil et d'accompagnement. Il a été créé en 2008 par Maïder Chango-Beffa, Arnaud Zegierman et François-Miquet-Marty. Il est constitué de trois principaux pôles : la détection de tendances sociétales, l'analyse prospective et les prestations d'études (qualitatives et quantitatives). Viavoice intervient auprès d'entreprises privées, d'organismes publics et d'associations sur des analyses sociologiques et prospectives à visées opérationnelles, ainsi que sur des études dans l'univers de la communication et des ressources humaines.

LE RÔLE DU DON EN CONFIANCE

Le Don en Confiance, organisme à but non lucratif ouvert à toutes les causes d'intérêt général, a été créé en 1989 par de grandes associations et fondations sociales et humanitaires avec la volonté de préserver et développer une relation de confiance avec leurs donateurs. Ayant fondé il y a près de trente ans une Charte de déontologie, il exerce la mission de contrôle de l'appel public à la générosité basé sur des principes de transparence, de recherche d'efficacité, de probité et désintéressement, et de respect des donateurs, personnes physiques ou morales. Le respect des règles de déontologie contenues dans la Charte du Don en Confiance détermine l'octroi du label "Don en Confiance" aux organisations qui en font la demande et fonde le contrôle continu et indépendant des engagements auxquels elles souscrivent. À ce jour, le Don en Confiance rassemble près de 100 organisations labellisées suivies par une centaine de contrôleurs bénévoles experts.



SERVICE DE PRESSE

CONTACT : Jean-Baptiste GALLAND, Agence Garp Communications

Avec le soutien de



MINISTÈRE
DE L'ÉDUCATION
NATIONALE

06 89 26 65 81

jbgalland@garpcommunications.com / www.donenconfiance.org

Twitter : @donenconfiance