

# KANTAR SOFRES

## Baromètre de la Confiance - Vague 10

### Don en confiance

Rapport de résultats

4 octobre 2017

70XG87



A low-angle, upward-looking photograph of a diverse group of people holding hands in a circle. The hands are the central focus, forming a ring. The people's faces are visible around the perimeter, looking towards the center. The background is bright and slightly overexposed. The text '1. Présentation de l'étude' is overlaid on the left side of the image.

## 1. Présentation de l'étude

## A propos du Baromètre de la Confiance

Depuis 10 ans, le Don en confiance, organisme de contrôle de l'appel public à la générosité, réalise un baromètre, en collaboration avec KANTAR SOFRES, **cherchant à mieux comprendre et à mesurer la confiance des Français à l'égard des associations et fondations faisant appel aux dons, afin d'en maîtriser toujours mieux les leviers stratégiques.**

La confiance est en effet au cœur de l'action du Don en confiance et de sa légitimité :

- Au près des associations et fondations faisant appel aux dons, il s'agit pour le Don en confiance de les sensibiliser aux thèmes de la confiance, et d'en démontrer l'importance.
- Au près du Grand Public, il cherche à l'assurer du respect de règles déontologiques destinées à promouvoir la confiance.

Les enquêtes **KANTAR SOFRES** sont réalisées par **KANTAR PUBLIC**

# Introduction

<b>1. Présentation de l'étude</b>	<b>3</b>
<b>2. Principaux résultats</b>	<b>7</b>
En préambule, les habitudes de don	8
L'état de la confiance	10
Les leviers de la confiance	14
Le label "Don en confiance"	20
Etat ou associations / fondations faisant appel aux dons : à qui fait-on le plus confiance ?	22
Focus sur les jeunes	26
<b>3. Ce qu'il faut retenir de cette 10ème vague</b>	<b>32</b>

## Contacts Don en confiance

Nathalie BLUM  
Mathilde CUCHET-CHOSSELER  
Lucie WOJTASIAK

## Contacts Kantar Public

Carine MARCÉ  
carine.marce@kantarpublic.com  
+33 (0)1 40 92 44 92

Cécile LACROIX-LANOË  
cecile.lacroix-lanoe@kantarpublic.com  
+33 (0)1 40 92 44 89

Françoise LEBAS  
francoise.lebas@kantarpublic.com  
+33 (0)1 40 92 24 32

Ce document a été rédigé en accord avec nos procédures Qualité.  
Il a été contrôlé par Cécile Lacroix-Lanoë, directrice d'études.



# Rappel de la méthodologie



## Echantillon

- **Echantillon de 1013 personnes**, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, sélectionnées par la méthode des quotas (sexe, âge, CSP du chef de ménage, région et taille d'agglomération).



## Mode de recueil

- Enquête réalisée **en face-à-face**, à domicile, par les enquêteurs du réseau KANTAR (support CAPI), dans le SOFOP, omnibus de KANTAR spécialisé dans les enquêtes d'opinion.



## Dates de terrain

- Le terrain s'est déroulé **du 25 au 29 août 2017**

# Note de lecture

Dans ce rapport, lorsque la somme des pourcentages est différente de 100%, cela s'explique :

- Soit par le fait que les interviewés pouvaient citer plusieurs réponses (dans ce cas la somme des pourcentages est supérieure à 100) ;
- Soit du fait des "non-réponses" qui n'ont pas toujours été indiquées dans ce rapport afin d'en alléger la lecture (dans ce cas la somme des pourcentages est inférieure à 100).

Abréviations :

- **ST** signifie "**Sous-total**" → Somme de plusieurs réponses (exemple : "Oui, tout à fait" + "Oui, plutôt") ;

Signalétique :

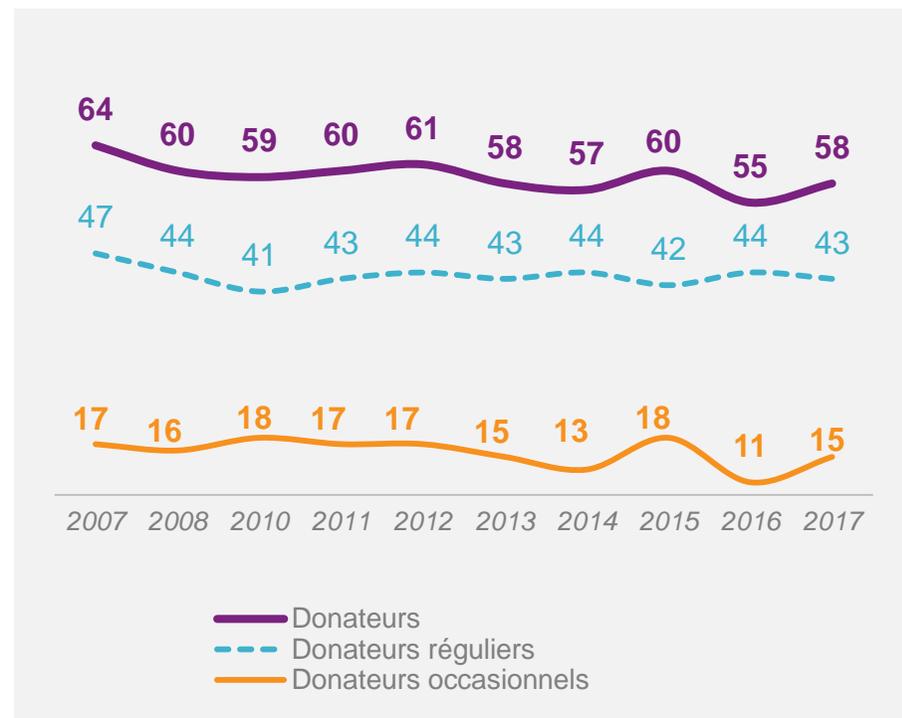
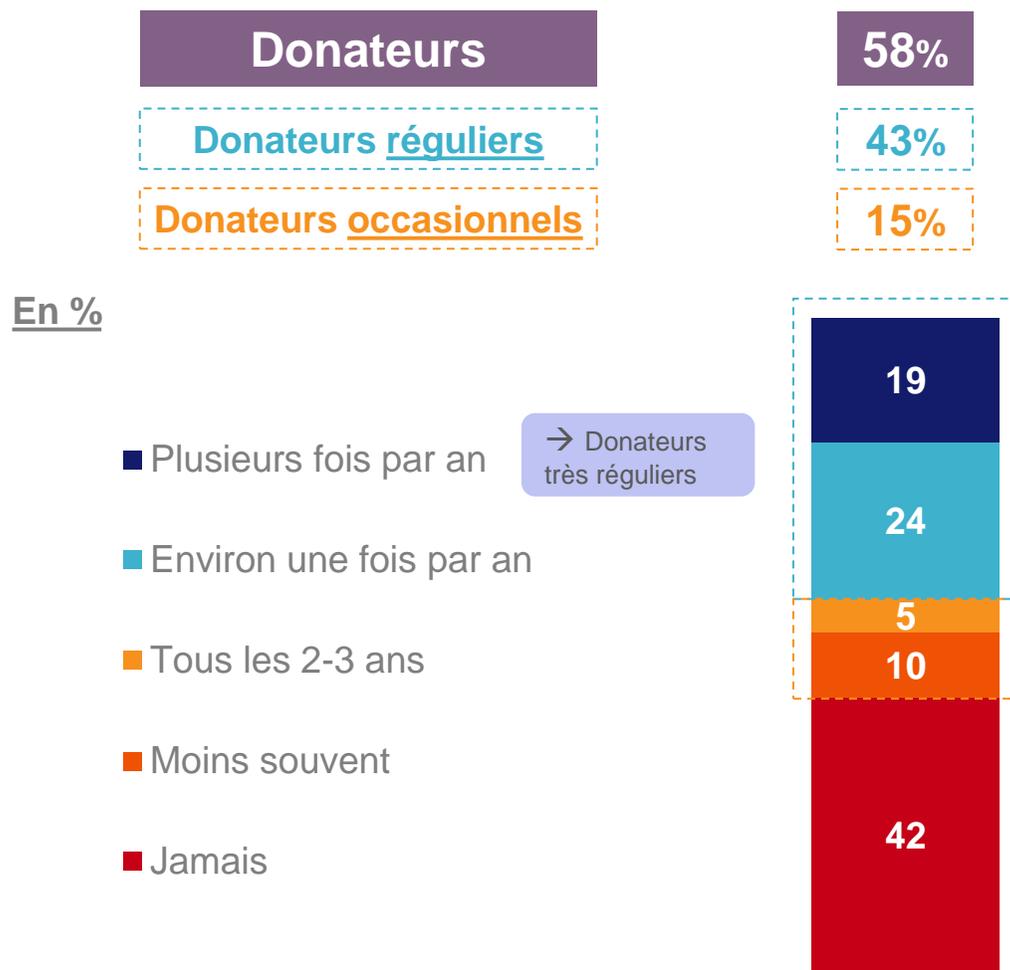
- Dans les focus, les différences significatives par rapport à l'ensemble de l'échantillon sont signalées ainsi : **xx%**
- Des focus auprès des Donateurs très réguliers (donnant plusieurs fois par an) ont été ajoutés dans ce rapport. Ils sont signalés ainsi :  + Donateurs très rég. : **x%**
- Les évolutions positives ≥ 5 points sont signalées ainsi  / négatives ≥ 5 points 

A low-angle, upward-looking photograph of a diverse group of people holding hands in a circle. The hands are the central focus, forming a ring. The people's faces are visible around the perimeter, looking towards the center. The background is bright and slightly overexposed. The text '2. Principaux résultats' is overlaid on the left side of the image.

## 2. Principaux résultats

## **2.1 En préambule, les habitudes de don**

# La proportion de donateurs réguliers reste relativement stable, celle des donateurs occasionnels progresse un peu



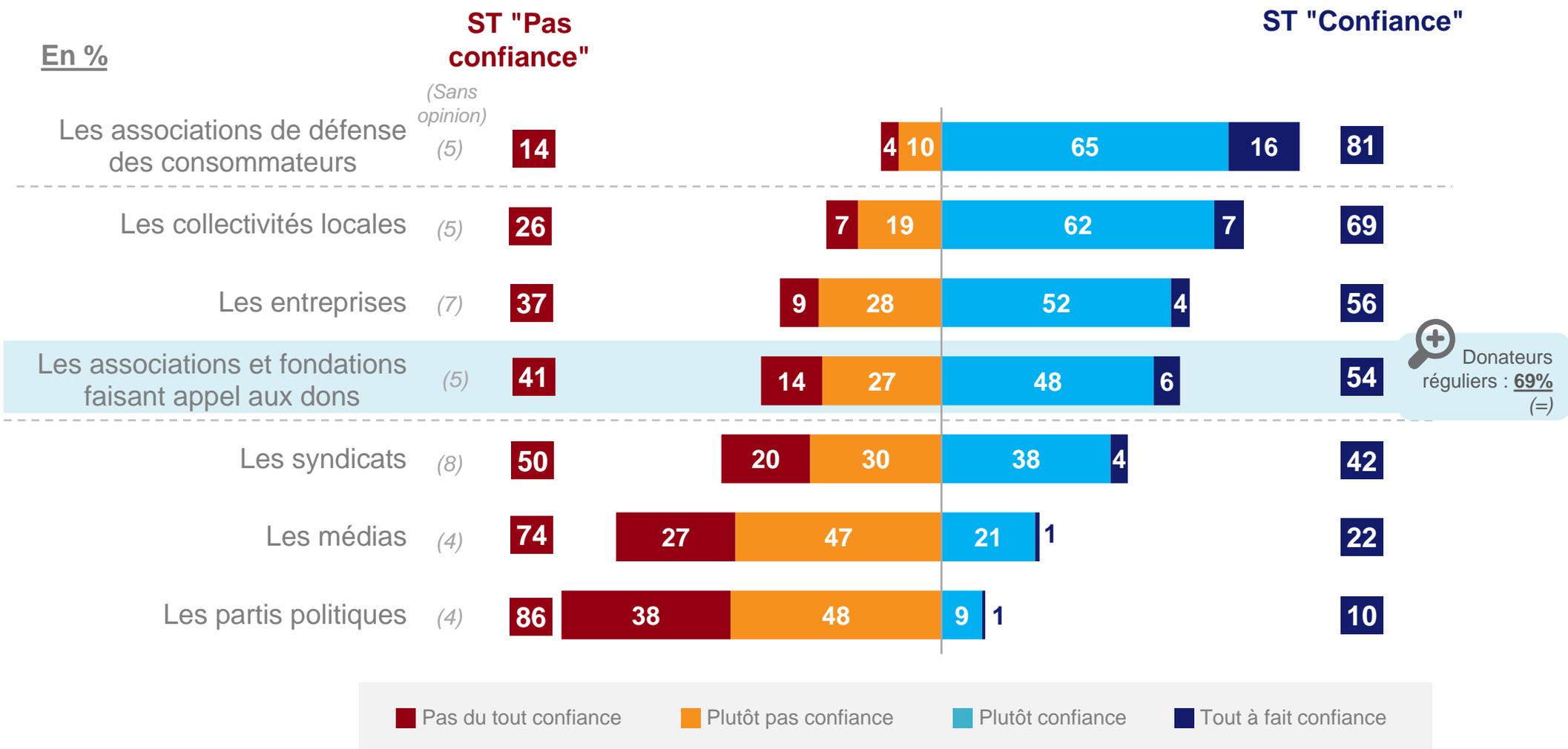
Q4105 : Vous arrive-t-il d'aider des associations ou fondations faisant appel aux dons par des dons en argent ?

Libellé jusqu'en 2013 : Vous arrive-t-il d'aider des associations ou fondations faisant appel à la générosité publique par des dons en argent ?

Base : Ensemble - n = 1013

## **2.2 L'état de la confiance**

# Plus d'un Français sur deux fait confiance aux associations et fondations faisant appel aux dons

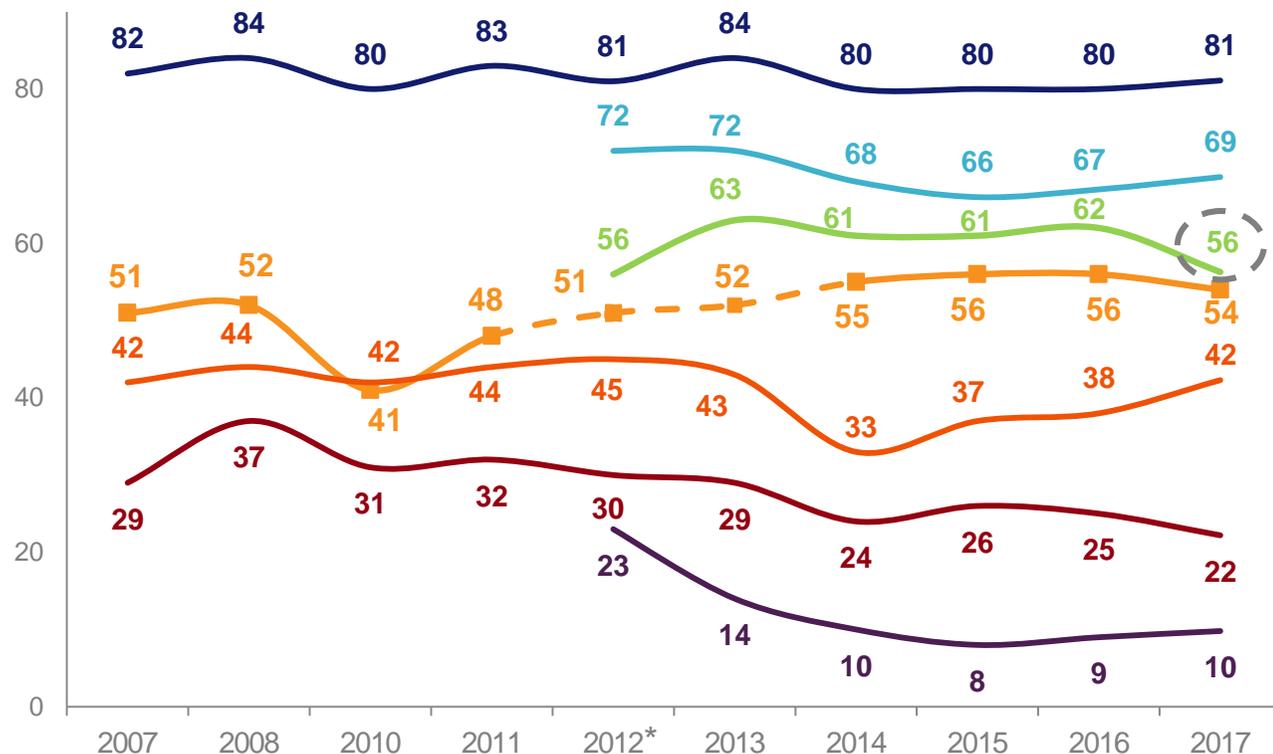


Q4101 Diriez-vous que dans l'ensemble vous avez tout à fait confiance, plutôt, plutôt pas ou pas du tout confiance dans ... ?

Base : Ensemble - n = 1013

# Dans le contexte de la préparation des ordonnances sur le code du travail, la confiance à l'égard des syndicats augmente et celle à l'égard des entreprises diminue

ST "Confiance"  
(en %)



Les associations de défense des consommateurs

Les collectivités locales

Les entreprises

**Les associations et fondations faisant appel aux dons\*\***

Les syndicats

Les médias

Les partis politiques

Q4101 Diriez-vous que dans l'ensemble vous avez tout à fait confiance, plutôt, plutôt pas ou pas du tout confiance dans ... ?

\*\* Jusqu'en 2011, le libellé était : les associations et fondations faisant appel à la générosité publique / en 2013 : les associations et fondations faisant appel à votre don

Base : Ensemble (n = 1013) / \* Moitié de l'échantillon (n = 506)

# La confiance à l'égard des associations et fondations faisant appel aux dons : une évolution divergente selon les âges, avec une confiance plus élevée et en progression chez les jeunes cette année

ST "Confiance"  
(en %)



des **Français** font confiance aux associations et fondations faisant appel aux dons



par rapport à 2016



des **Français âgés de moins de 35 ans** leur font confiance



par rapport à 2016



des **Français âgés de 35 ans et plus** leur font confiance



par rapport à 2016

Q4101 Diriez-vous que dans l'ensemble vous avez tout à fait confiance, plutôt, plutôt pas ou pas du tout confiance dans les associations et fondations faisant appel aux dons ?

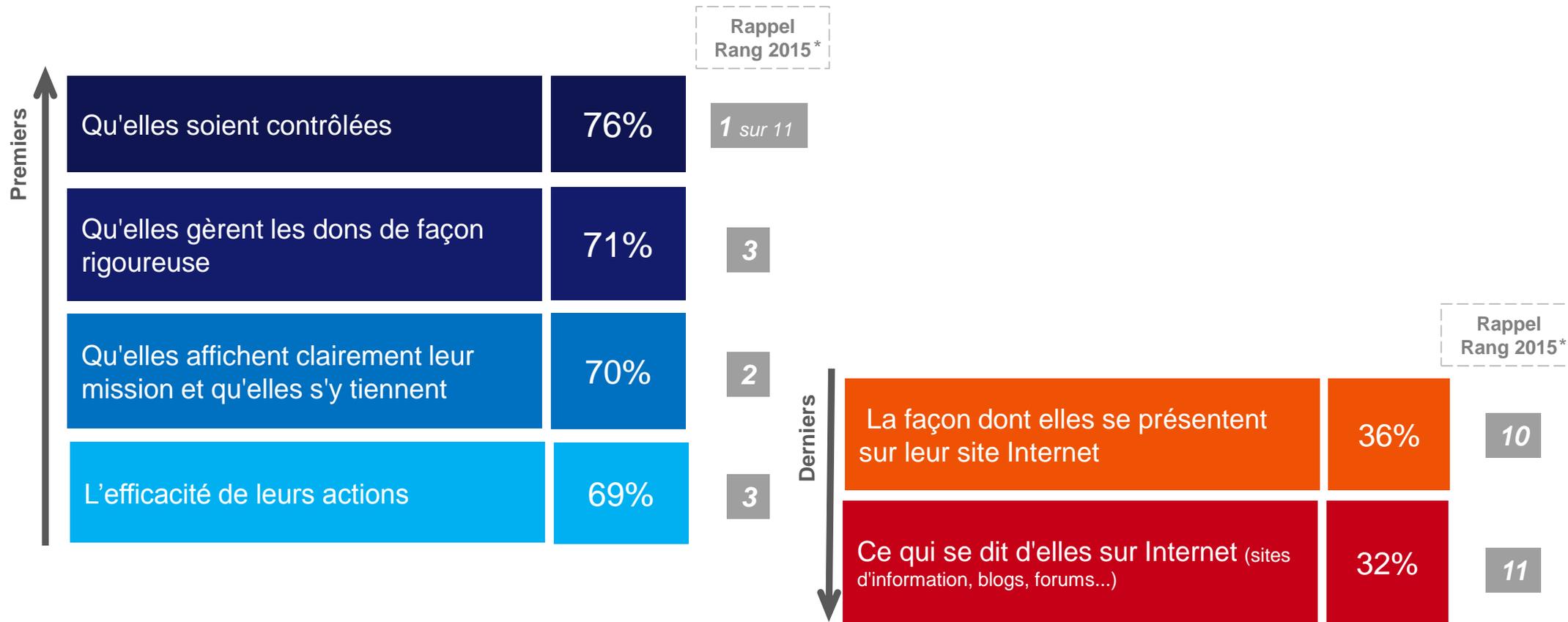
Base : Ensemble (n = 1013) \* Moitié de l'échantillon

## **2.3 Les leviers de la confiance**

# Top / Bottom : La hiérarchie des leviers de confiance reste stable

L'application d'un contrôle reste toujours le premier levier de confiance

% ST « Joue Très + Assez fortement dans la confiance »



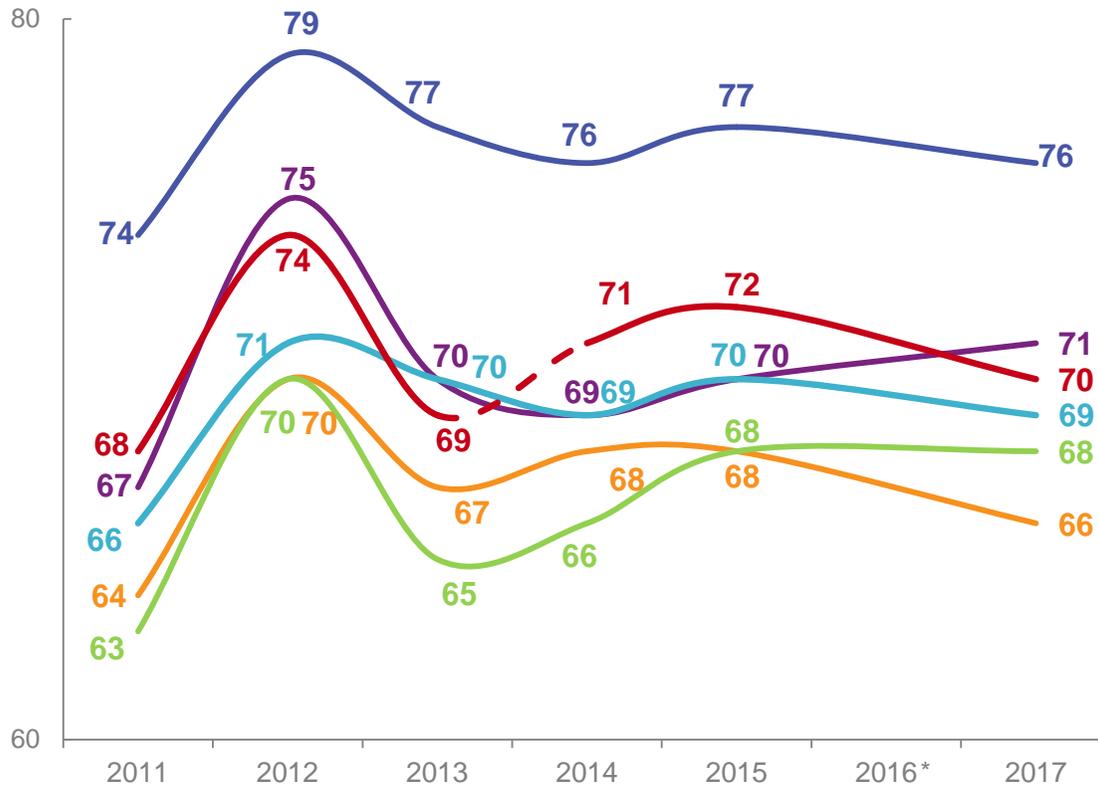
Q4102 Je vais vous citer un certain nombre de critères. Pour chacun d'entre eux, vous m'indiquerez si d'après vous il joue très fortement, assez, moyennement, assez peu ou pas du tout dans la confiance que vous accordez aux associations ou fondations faisant appel aux dons.

\* La question n'a pas été posée en 2016.

Base : Ensemble - n = 1013

# Le contrôle, la gestion rigoureuse des dons et s'en tenir à la mission affichée : les 3 leviers qui restent les plus déterminants dans la confiance à l'égard des associations et fondations faisant appel aux dons

% ST « Joue Très + Assez fortement dans la confiance »



Donateurs très rég. :

Des donateurs très réguliers qui accordent davantage d'importance aux différents leviers

Qu'elles soient contrôlées	89%
Qu'elles gèrent les dons de façon rigoureuse	87%
Qu'elles affichent clairement leur mission et qu'elles s'y tiennent**	90%
L'efficacité de leurs actions	85%
Leur transparence financière	84%
Qu'elles affectent les dons aux actions précises que l'on souhaite soutenir	82%

Q4102 Je vais vous citer un certain nombre de critères. Pour chacun d'entre eux, vous m'indiquerez si d'après vous il joue très fortement, assez, moyennement, assez peu ou pas du tout dans la confiance que vous accordez aux associations ou fondations faisant appel aux dons.

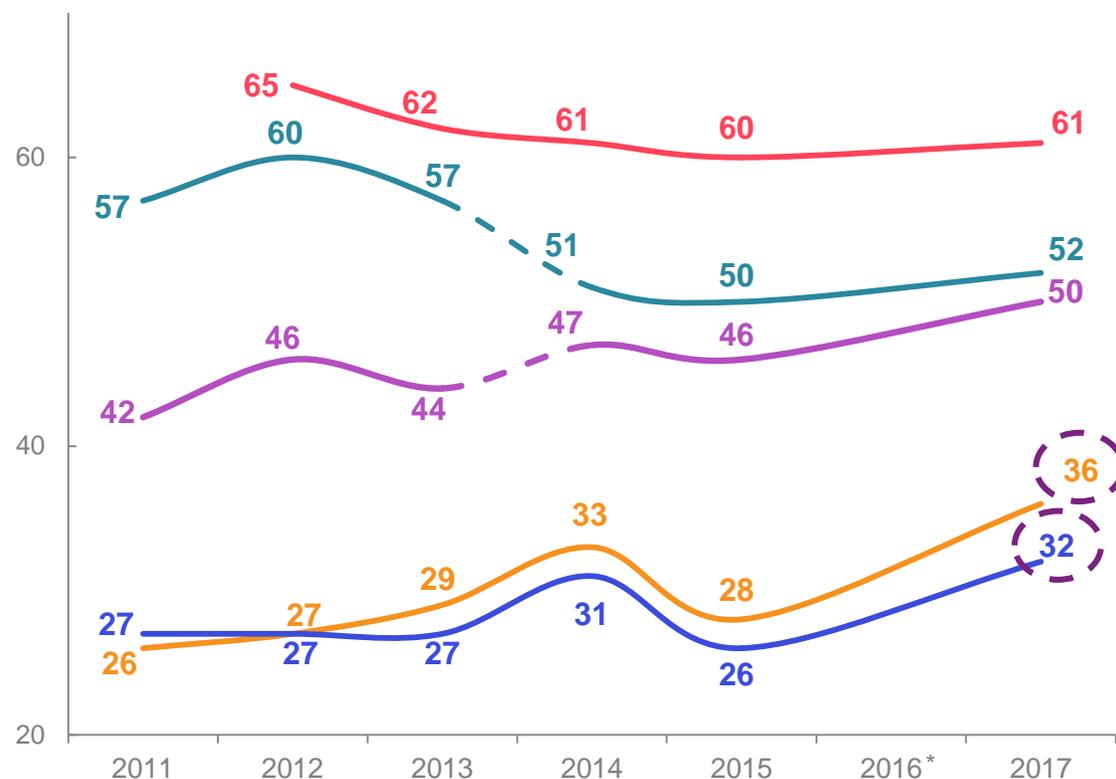
\* La question n'a pas été posée en 2016.

\*\* Jusqu'en 2013, le libellé était : « Qu'elles affichent clairement leur vocation et qu'elles s'y tiennent ».

Base : Ensemble - n = 1013

# Autres leviers : La communication et la réputation sur Internet jouent un rôle de plus en plus important pour bâtir la confiance

% ST « Joue Très + Assez fortement dans la confiance »



**+** Donateurs très rég. :

Le professionnalisme de leur équipe dirigeante

**73%**

La façon dont elles communiquent avec leurs donateurs \*\*

**67%**

Les liens qu'elles tissent avec leurs donateurs \*\*\*

**69%**

La façon dont elles se présentent sur leur site Internet

**38%**

Ce qui se dit d'elles sur Internet (sites d'information, blogs, forums...)

**33%**

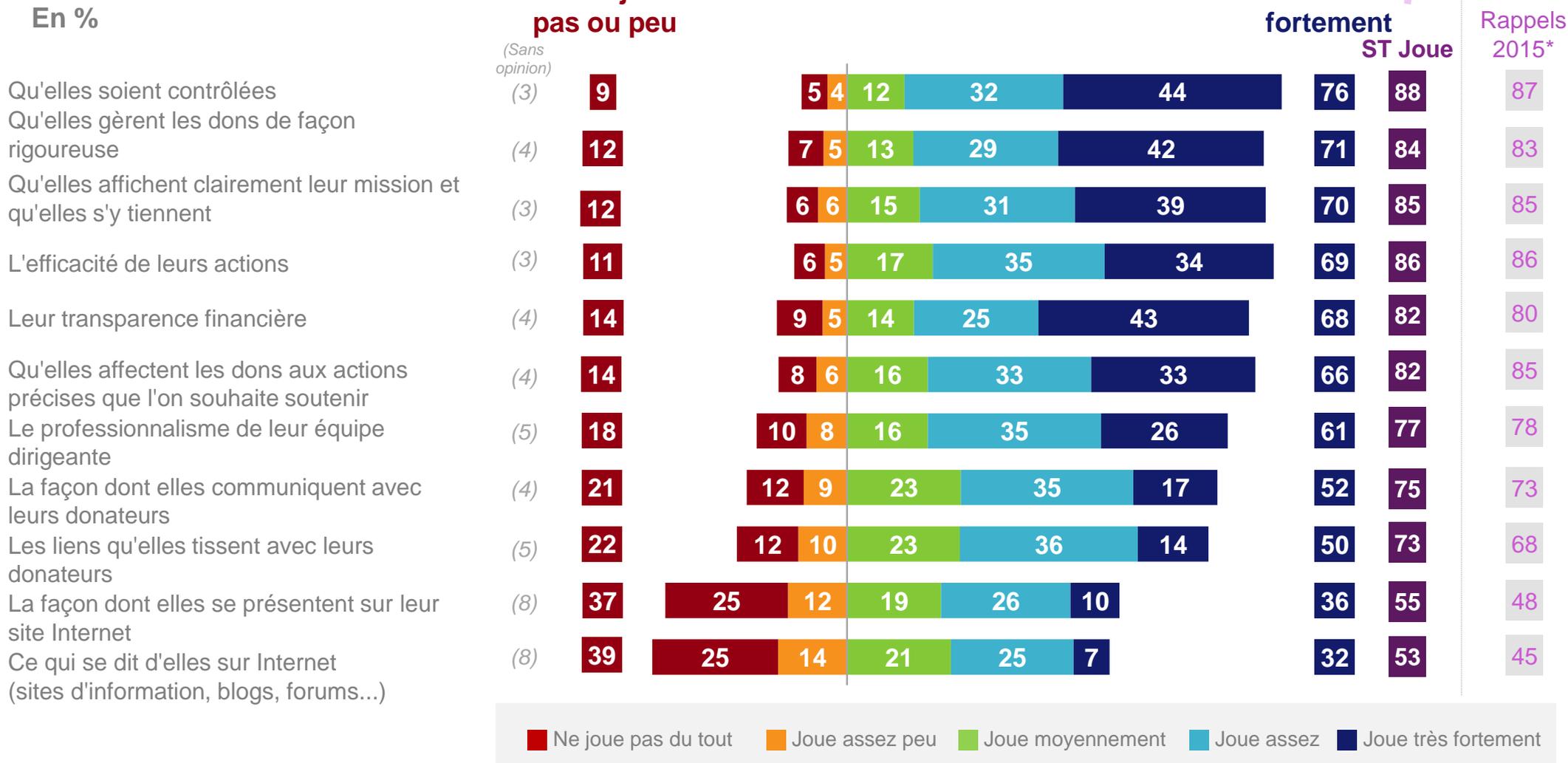
Q4102 Je vais vous citer un certain nombre de critères. Pour chacun d'entre eux, vous m'indiquerez si d'après vous il joue très fortement, assez, moyennement, assez peu ou pas du tout dans la confiance que vous accordez aux associations ou fondations faisant appel aux dons.

\* La question n'a pas été posée en 2016.

Jusqu'en 2013, le libellé était : \*\* "Qu'elles communiquent bien avec les donateurs" et \*\*\* "La qualité de ma relation avec elles".

Base : Ensemble - n = 1013

# Leviers de confiance à l'égard des associations et fondations faisant appel aux dons : détail des scores



Q4102 Je vais vous citer un certain nombre de critères. Pour chacun d'entre eux, vous m'indiquerez si d'après vous il joue très fortement, assez, moyennement, assez peu ou pas du tout dans la confiance que vous accordez aux associations ou fondations faisant appel aux dons.

\*La question n'a pas été posée en 2016.

Base : Ensemble - n = 1013

## Leviers de confiance à l'égard des associations et fondations faisant appel aux dons : des notes moyennes très stables

	2017	Rappels 2015	Rappels 2014
	<b>Note moyenne (sur 5)</b>		
Qu'elles soient contrôlées	4,1	4,1	4,1
Qu'elles gèrent les dons de façon rigoureuse	4,0	4,0	4,0
Qu'elles affichent clairement leur mission et qu'elles s'y tiennent	3,9	4,0	4,0
Leur transparence financière	3,9	3,9	3,9
L'efficacité de leurs actions	3,9	3,9	3,9
Qu'elles affectent les dons aux actions précises que l'on souhaite soutenir	3,8	3,9	3,9
-----	-----	-----	-----
Le professionnalisme de leur équipe dirigeante	3,6	3,6	3,7
La façon dont elles communiquent avec leurs donateurs	3,4	3,4	3,4
Les liens qu'elles tissent avec leurs donateurs	3,3	3,2	3,3
-----	-----	-----	-----
La façon dont elles se présentent sur leur site Internet	2,8	2,6	2,8
Ce qui se dit d'elles sur Internet (sites d'information, blogs, forums...)	2,7	2,5	2,7

Note méthodologique : nous avons attribué une note aux différentes modalités de l'échelle de « Joue très fortement : 5 points » à « Ne joue pas du tout : 1 point », de façon à obtenir une note moyenne sur 5.

Q4102 Je vais vous citer un certain nombre de critères. Pour chacun d'entre eux, vous m'indiquerez si d'après vous il joue très fortement, assez, moyennement, assez peu ou pas du tout dans la confiance que vous accordez aux associations ou fondations faisant appel aux dons.

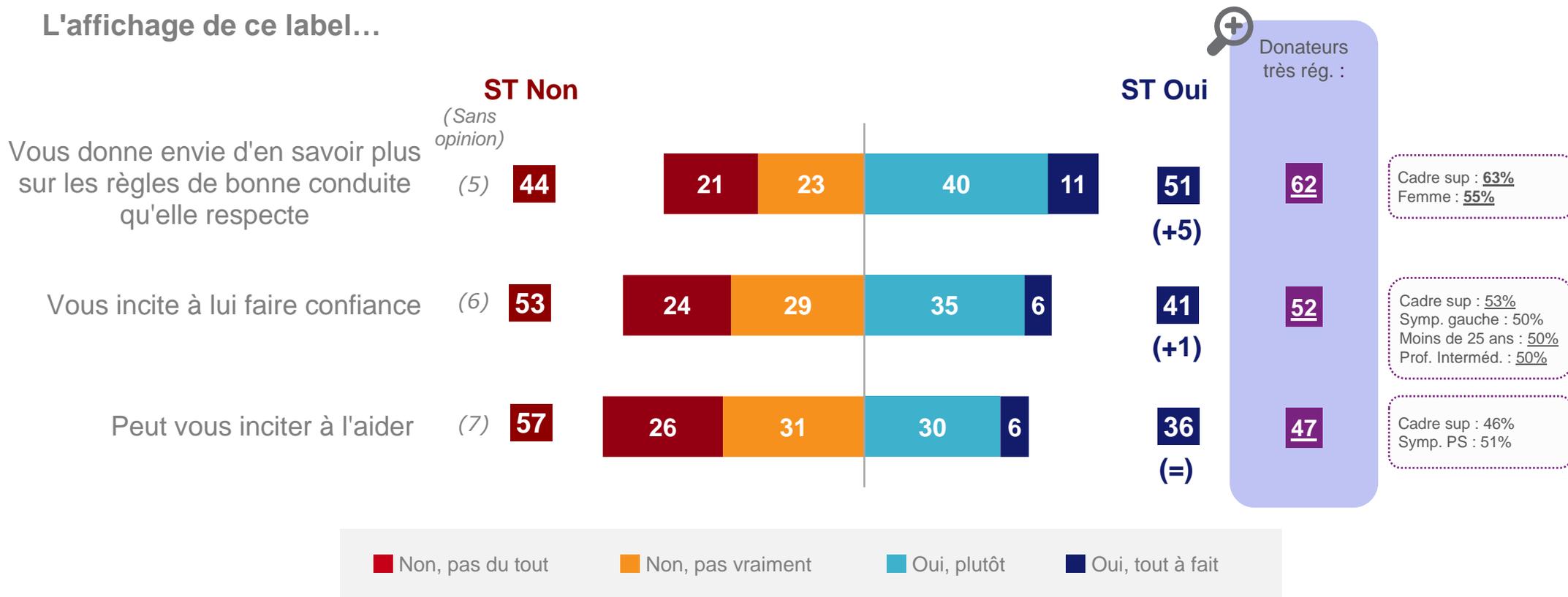
Base : Ensemble – n = 1013

## **2.4 Le label « Don en confiance »**

L'affichage du label incite à se renseigner sur les règles de bonne conduite de l'association/fondation faisant appel aux dons pour la moitié des répondants. Les donateurs réguliers sont particulièrement sensibles au label.

En %

### L'affichage de ce label...



Q4104 On peut voir ce label sur les documents, les courriers et les publicités des associations et fondations qui sont labellisés "Don en confiance". Diriez-vous que l'affichage de ce label par une association ou fondation...

Base : Ensemble - n = 1013

(+/-X) : évolution par rapport à 2015

**2.5 Etat ou associations / fondations  
faisant appel aux dons :  
à qui fait-on le plus confiance ?**

# Dans pratiquement tous les domaines, la séquence présidentielle a entraîné un rééquilibrage de la confiance entre pouvoirs publics et associations/fondations faisant appel aux dons

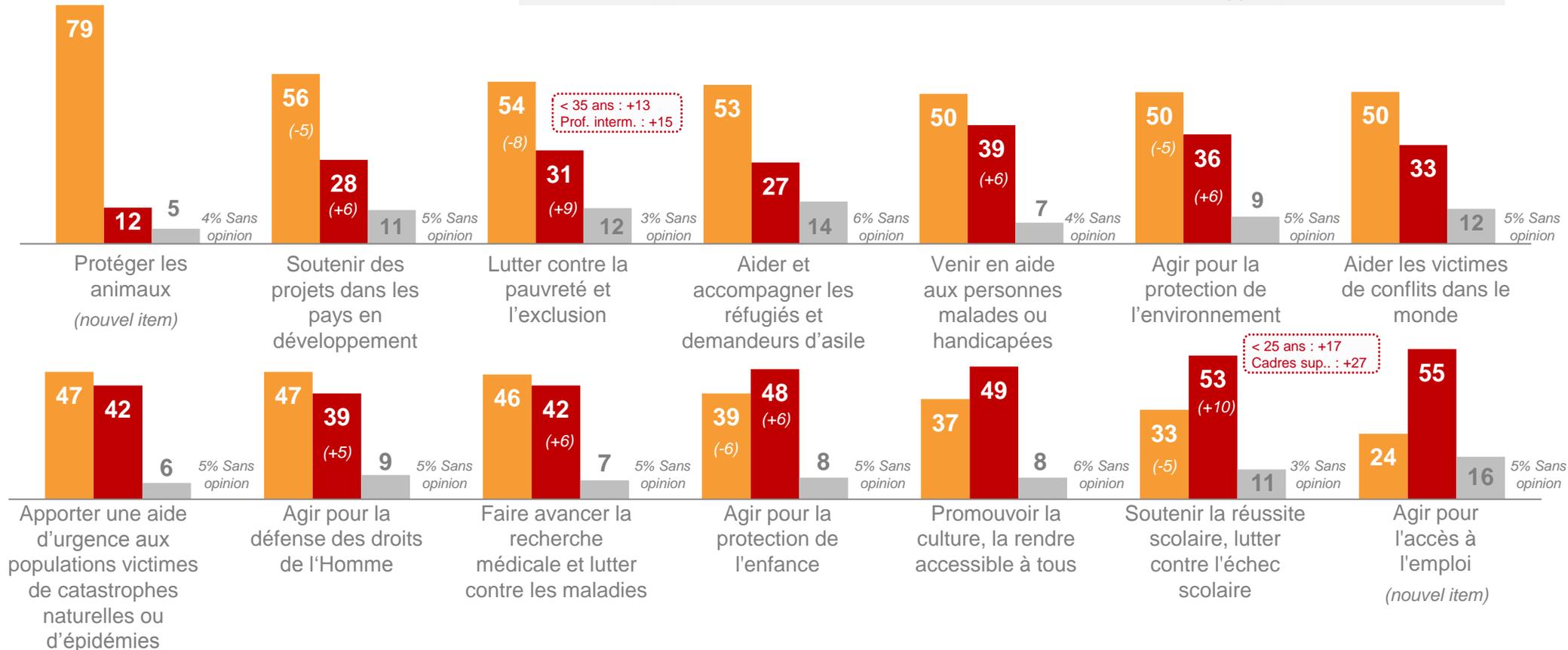
En %

Fait davantage confiance :

■ Aux associations et fondations faisant appel aux dons

■ Aux pouvoirs publics

■ Ni à l'un ni à l'autre (non suggéré)



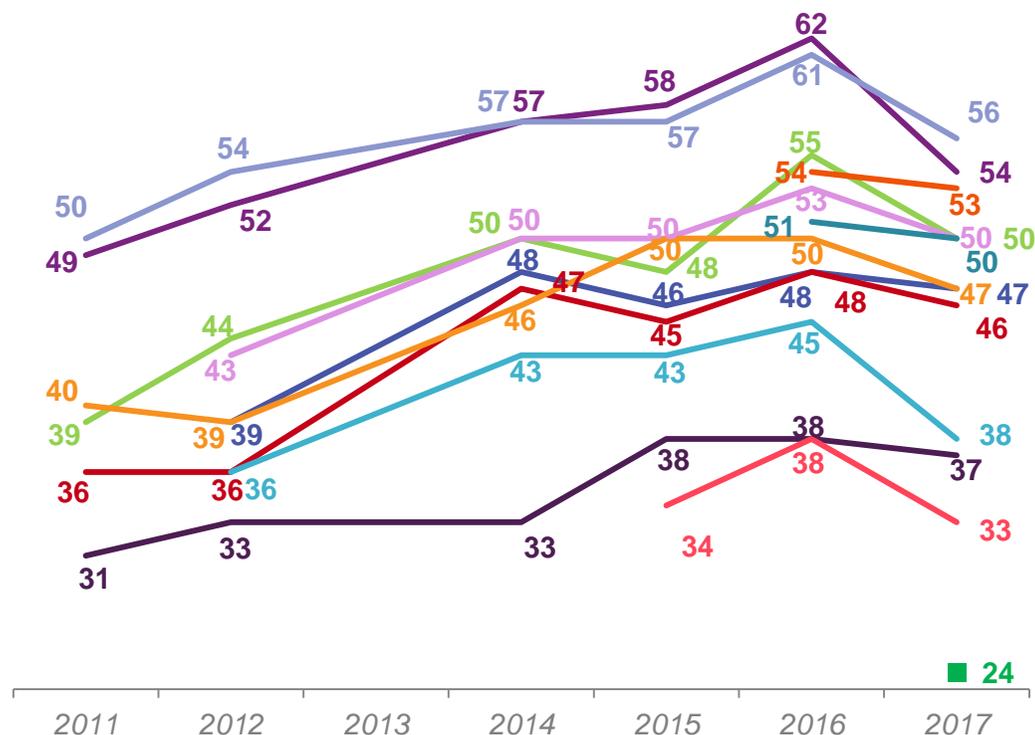
Q4106 Faites-vous davantage confiance aux pouvoirs publics ou aux associations et fondations faisant appel aux dons pour... ?

Base : Ensemble - n = 1013

# La confiance à l'égard des associations / fondations faisant appel aux dons revient à des niveaux antérieurs à ceux de 2016, mais reste supérieure à celle enregistrée en 2011

% Fait davantage confiance aux associations/fondations faisant appel aux dons pour :

■ 79



Protéger les animaux

Soutenir des projets dans les pays en développement

Lutter contre la pauvreté et l'exclusion

Aider et accompagner les réfugiés et demandeurs d'asile

Aider les victimes de conflits dans le monde

Agir pour la protection de l'environnement

Venir en aide aux personnes malades ou handicapées

Agir pour la défense des droits de l'Homme

Apporter une aide d'urgence aux populations victimes de catastrophes naturelles ou d'épidémie

Faire avancer la recherche médicale et lutter contre les maladies

Agir pour la protection de l'enfance

Promouvoir la culture, la rendre accessible à tous

Soutenir la réussite scolaire, lutter contre l'échec scolaire

Agir pour l'accès à l'emploi

Q4106 Faites-vous davantage confiance aux pouvoirs publics ou aux associations et fondations faisant appel aux dons pour...?

\* Jusqu'en 2014, le libellé était : « Apporter une aide d'urgence aux populations victimes de catastrophes naturelles »

Base : Ensemble - n = 1013

**Focus sur les nouveaux items :** La protection des animaux est le domaine d'action où les Français font le plus confiance aux associations par rapport aux pouvoirs publics. L'accès à l'emploi est à l'inverse le domaine où ils font le plus confiance aux pouvoirs publics.

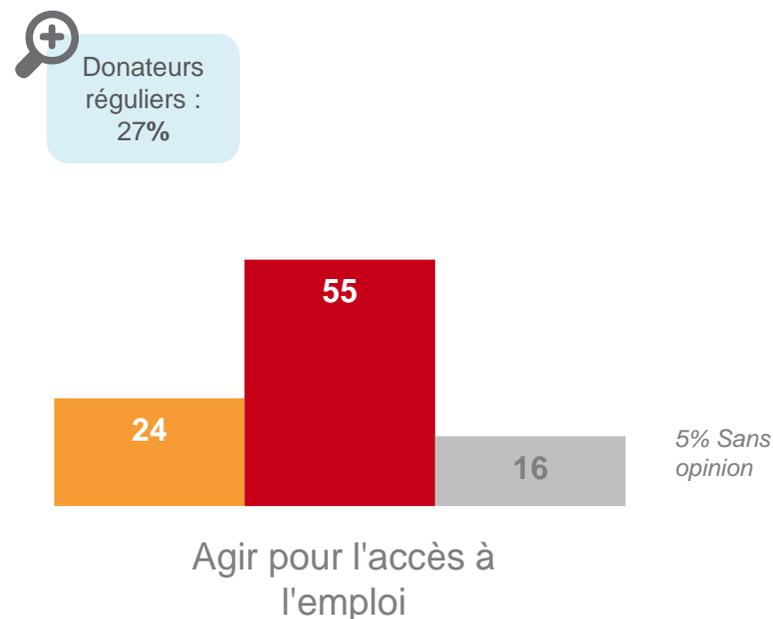
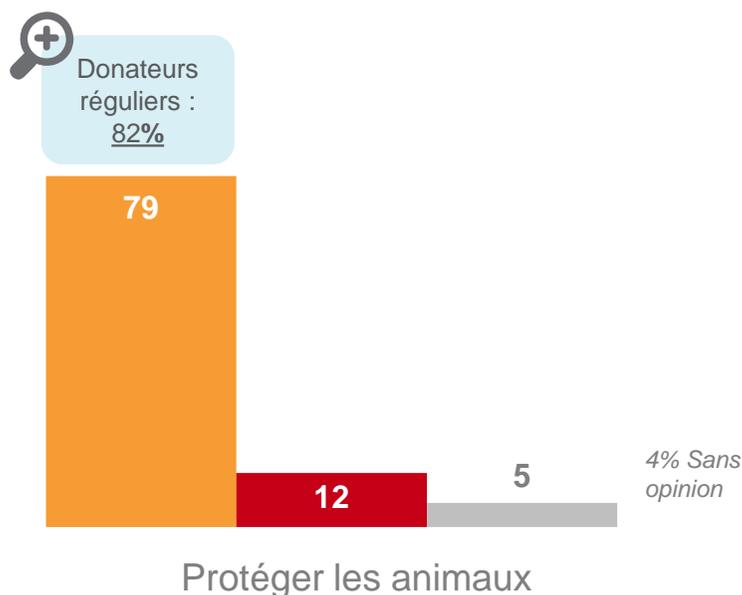
En %

Fait davantage confiance :

■ Aux associations et fondations faisant appel aux dons

■ Aux pouvoirs publics

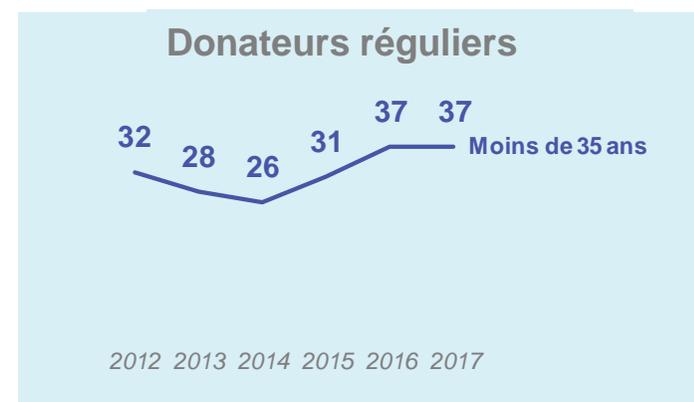
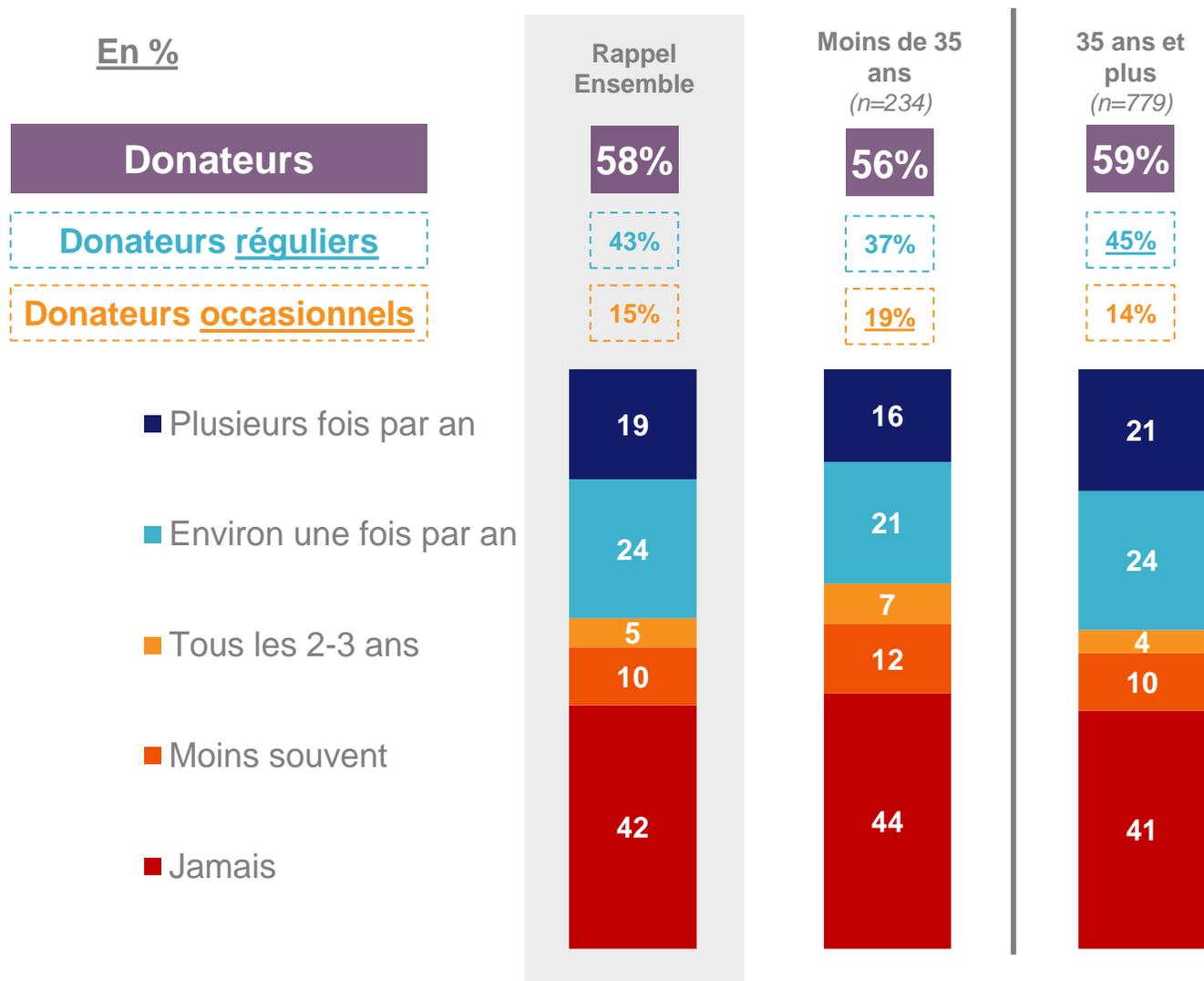
■ Ni à l'un ni à l'autre (non suggéré)



Q4106 Faites-vous davantage confiance aux pouvoirs publics ou aux associations et fondations faisant appel aux dons pour...?  
 Base : Ensemble - n = 1013

## **2.6 Focus sur les jeunes**

# Plus de la moitié des moins de 35 ans sont des donateurs. Mais leur fréquence de don est inférieure à celle des plus âgés

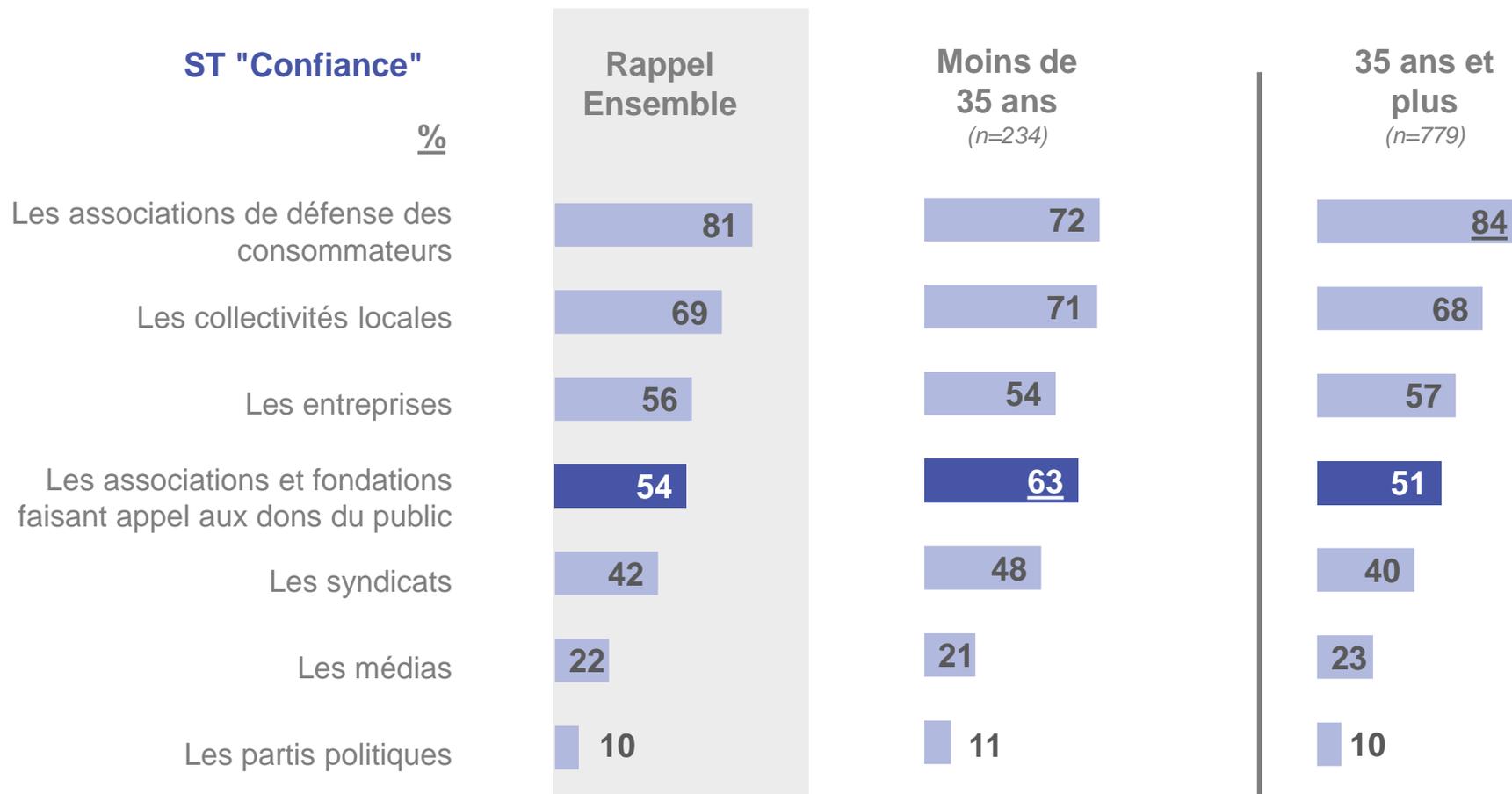


**XX%** Écarts significatifs entre les moins de 35 ans et les 35 ans et plus

Q4105 : Vous arrive-t-il d'aider des associations ou fondations faisant appel aux dons par des dons en argent ?

Base : Ensemble – n = 1013

**Le niveau de confiance est sensiblement différent selon les âges** : chez les moins de 35 ans la confiance à l'égard des associations / fondations faisant appel aux dons est nettement plus élevée.



**XX%** Écarts significatifs entre les moins de 35 ans et les 35 ans et plus

Q4101 Diriez-vous que dans l'ensemble vous avez tout à fait confiance, plutôt, plutôt pas ou pas du tout confiance dans ... ?

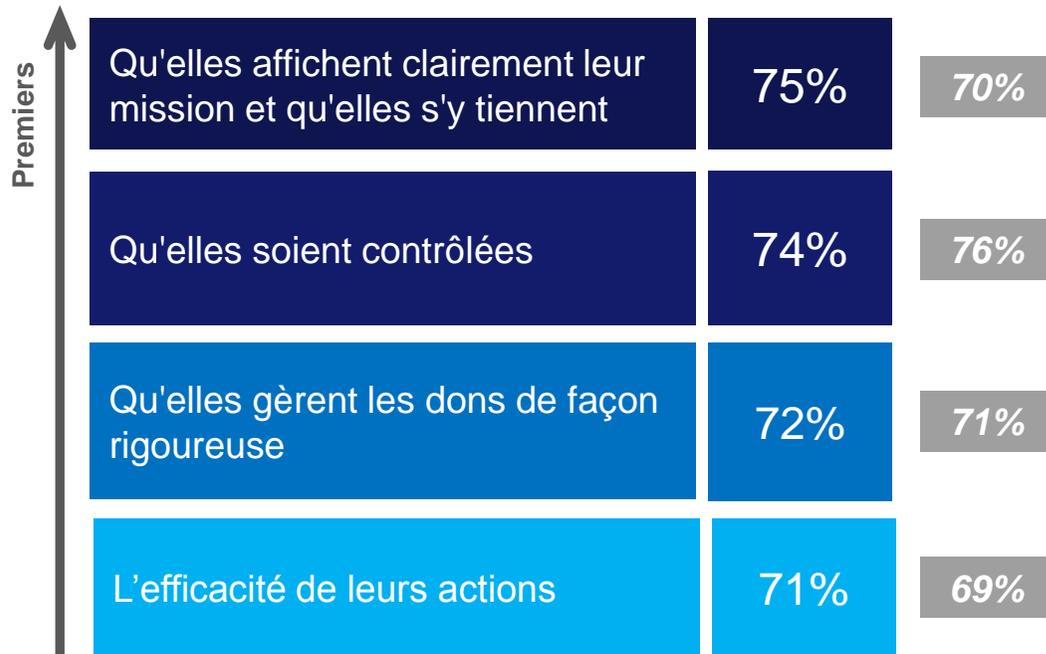
Base : Ensemble – n = 1013

# Top / Bottom : La hiérarchie des leviers est quasiment identique chez les plus jeunes. Ils sont néanmoins plus sensibles aux liens tissés avec les donateurs et à la communication sur Internet

% ST « Joue Très + Assez fortement dans la confiance »

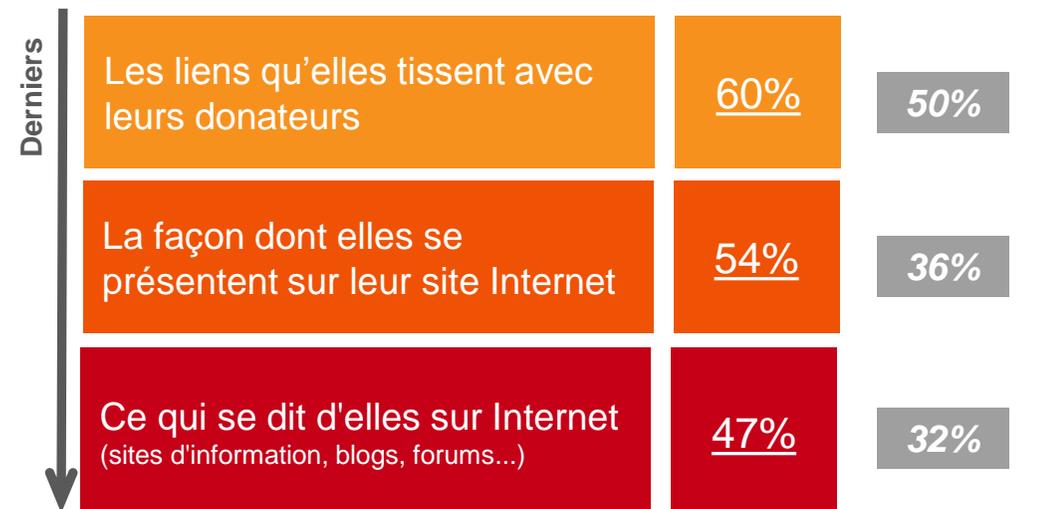
## Hiérarchie auprès des moins de 35 ans (n=234)

Rappel : Ensemble



## Hiérarchie auprès des moins de 35 ans (n=234)

Rappel : Ensemble



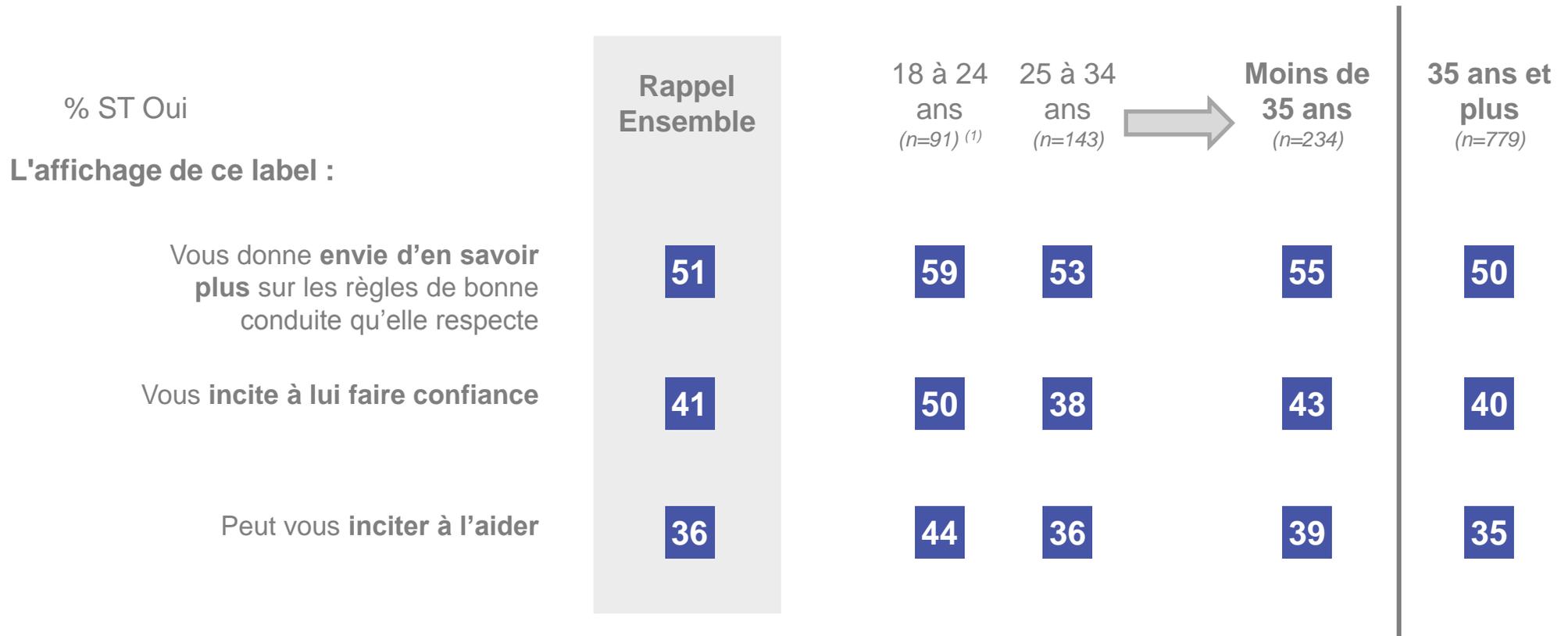
Q4102 Je vais vous citer un certain nombre de critères. Pour chacun d'entre eux, vous m'indiquerez si d'après vous il joue très fortement, assez, moyennement, assez peu ou pas du tout dans la confiance que vous accordez aux associations ou fondations faisant appel aux dons.

\* La question n'a pas été posée en 2016.

Base : Ensemble - n = 1013

**XX%** Écarts significatifs entre les moins de 35 ans et l'ensemble

# Les plus jeunes sont un peu plus sensibles au label : il renforce la confiance pour 43% d'entre eux et incite à se renseigner pour près de la moitié



Q4103 Connaissez-vous ce label que certaines associations ou fondations affichent sur leurs documents, leurs publicités et leurs courriers ?  
 Q4104 On peut voir ce label sur les documents, les courriers et les publicités des associations et fondations qui sont agréées par le Comité de la Charte. Diriez-vous que l'affichage de ce label par une association ou fondation...

Base : Ensemble – n = 1013 / (1) base faible, résultats à interpréter avec prudence

**XX%** Écarts significatifs entre les moins de 35 ans et les 35 ans et plus

# L'écart entre la confiance accordée aux associations / fondations faisant appel aux dons et celle accordée aux pouvoirs publics reste plus marqué chez les plus jeunes

En %

Aux associations  
et fondations  
faisant appel aux  
dons

Aux pouvoirs publics

	Rappel Ensemble	18 à 24 ans (1)	25 à 34 ans	ST Moins de 35 ans	35 ans et plus
Protéger les animaux	79 12	80 14	80 14	80 14	79 11
Soutenir des projets dans les pays en développement	56 28	50 31	63 21	58 24	56 29
Lutter contre la pauvreté et l'exclusion	54 31	59 21	60 29	60 26	52 32
Aider et accompagner les réfugiés et demandeurs d'asile	53 27	58 21	54 31	56 27	52 27
Agir pour la protection de l'environnement	50 36	57 32	53 33	54 33	49 37
Venir en aide aux personnes malades ou handicapées	50 39	57 35	53 36	55 36	48 41
Aider les victimes de conflits dans le monde	50 33	53 29	60 29	57 29	48 34
Apporter une aide d'urgence aux populations victimes de catastrophes naturelles ou d'épidémie	47 42	60 30	51 40	54 36	44 44
Agir pour la défense des droits de l'Homme	47 39	41 41	54 33	49 36	46 40
Faire avancer la recherche médicale et lutter contre les maladies	46 42	49 42	44 43	46 43	46 42
Agir pour la protection de l'enfance	39 48	48 35	39 51	42 45	37 49
Promouvoir la culture, la rendre accessible à tous	37 49	36 45	45 45	41 45	36 51
Soutenir la réussite scolaire, lutter contre l'échec scolaire	33 53	32 52	32 54	32 54	33 53
Agir pour l'accès à l'emploi	24 55	30 48	21 58	25 54	24 56

Q4106 Faites-vous davantage confiance aux pouvoirs publics ou aux associations et fondations faisant appel aux dons pour...?

Base : Ensemble - n = 1013 / (1) base faible, résultats à interpréter avec prudence

XX Écarts significatifs entre les moins de 35 ans et les 35 ans et plus

### **3. Ce qu'il faut retenir de cette 10<sup>ème</sup> vague**

## Insights

- Alors que depuis plusieurs années, la confiance à l'égard des partis politiques et des médias s'effrite, celle à l'égard des associations et fondations faisant appel aux dons reste très stable, avec un peu plus d'un Français sur deux leur faisant confiance cette année (54%). Par ailleurs, la confiance à l'égard des syndicats s'accroît (42%, +4 points) alors que celle à l'égard des entreprises – toujours nettement supérieure – recule (56%, -6 points) en 2017, ce qu'il faut relier au contexte politique et au débat autour de la préparation des ordonnances concernant le code du travail.
- Les leviers de confiance à l'égard des associations et fondations faisant appel aux dons restent très stables dans le temps, avec toujours comme critères les plus déterminants, le contrôle (76%), la gestion rigoureuse des dons (71%) et le fait de se concentrer sur une mission bien identifiée (70%). Trois leviers, s'ils restent pour l'instant secondaires, gagnent néanmoins en puissance au fil des ans, et n'avaient jamais été jugés aussi importants dans notre baromètre : les liens tissés avec les donateurs (50%, +4 points par rapport à 2015), la façon dont les associations/fondations faisant appel aux dons se présentent sur leur site internet (28%, +8 points) et ce que se dit d'elle sur internet (32%, +6 points).
- Jamais le caractère incitatif du label pour générer de l'intérêt n'avait été autant reconnu. Ainsi, la moitié des répondants ont désormais le sentiment que le label "Don en confiance" leur donne envie de se renseigner sur les règles de bonne conduite respectées (51%).
- Les associations et fondations faisant appel aux dons disposent toujours d'une confiance supérieure à celle dont bénéficient les pouvoirs publics sur une large palette de domaines : la protection des animaux et de l'environnement, la lutte contre la pauvreté et l'exclusion, le soutien aux pays en développement, l'aide aux personnes malades et en situation de handicap, l'aide aux victimes de conflits, la défense des droits de l'Homme et l'aide d'urgence pour les victimes de catastrophe et d'épidémie. Au demeurant, on constate un regain de confiance à l'égard des pouvoirs publics après l'élection présidentielle.

## Quelques pistes de réflexion

- Une importance accrue de la réputation numérique (à travers le site internet de l'association/fondation faisant appel aux dons mais également à travers ce qui se dit d'elle de la part d'autres émetteurs sur internet) dans les leviers de confiance : les stratégies de communication du secteur associatif doivent plus que jamais inclure le digital pour créer la confiance et donc générer le don.
- Si globalement cette année la confiance à l'égard des pouvoirs publics s'accroît au détriment de celle portée aux associations et fondations faisant appel aux dons, quelques domaines font exception : l'aide et l'accompagnement des réfugiés et demandeurs d'asile, l'aide aux victimes de conflits dans le monde et aux victimes de catastrophes naturelles ou d'épidémies. Les acteurs associatifs apparaissent particulièrement attendus sur ces enjeux au cœur de l'actualité.
- Deux nouveaux domaines d'action ont été testés cette année : sur l'un, la protection des animaux, la légitimité des associations et fondations faisant appel aux dons est très établie (79% déclarent leur faire plus confiance qu'aux pouvoirs publics), en revanche, sur l'autre, l'accès à l'emploi, alors que le jugement des Français reste très critique sur la situation de l'emploi, cette légitimité reste en large partie à construire (24% font plus confiance aux associations et fondations faisant appel aux dons / 55% aux pouvoirs publics).

# Vos contacts

**Carine Marcé**

carine.marce@kantarpublic.com

+33 (0)1 40 92 44 92

**Cécile Lacroix-Lanoë**

cecile.lacroix-lanoë@kantarpublic.com

+33 (0)1 40 92 44 89

**Françoise Lebas**

francoise.lebas@kantarpublic.com

+33 (0)1 40 92 24 32