

KANTAR SOFRES

Baromètre de la Confiance - Vague 11

Don en Confiance

Rapport de résultats

3 octobre 2018

70YG27



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 11 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 :

- Auprès 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.
- Auprès 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

1. Présentation de l'étude	2
2. Principaux résultats	7
En préambule, les habitudes de don	8
L'état de la confiance	10
Les leviers de la confiance	14
Le label "Don en Confiance"	19
Etat ou associations / fondations faisant appel aux dons : à qui fait-on le plus confiance ?	21
Méfiance à l'égard des associations / fondations faisant appel aux dons : qu'est-ce qui inspire la méfiance ?	26
Focus sur les jeunes	29
3. Ce qu'il faut retenir de cette 11ème vague	35

Contacts



Nathalie BLUM
Mathilde CUCHET-CHOSSELER
Lucie WOJTASIAK

KANTAR PUBLIC

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

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 1017 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 23 au 27 août 2018**.

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 :

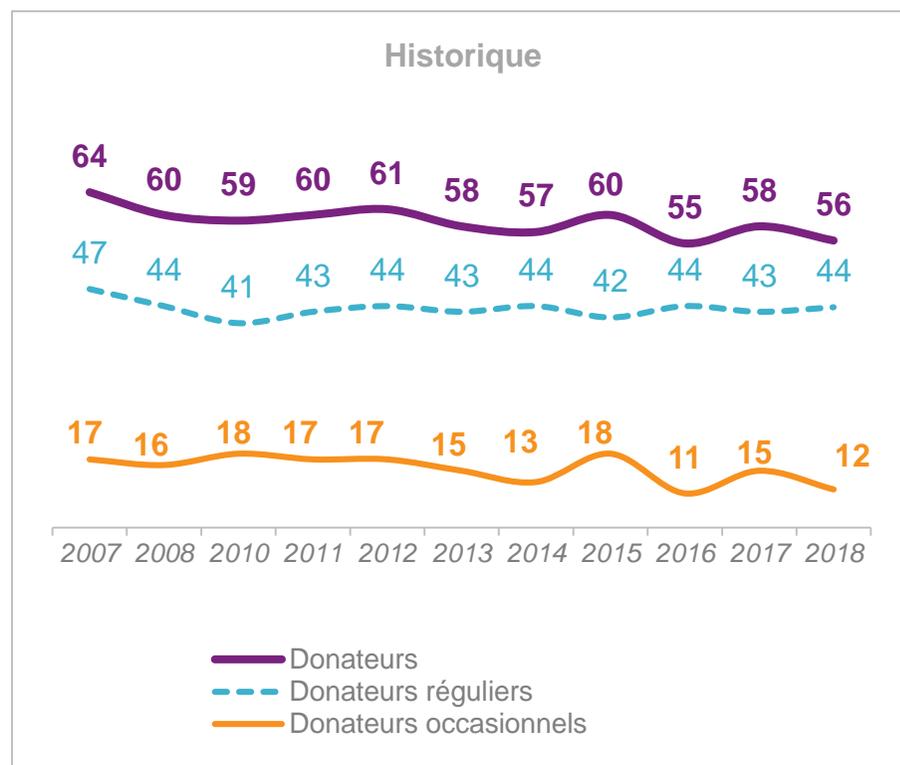
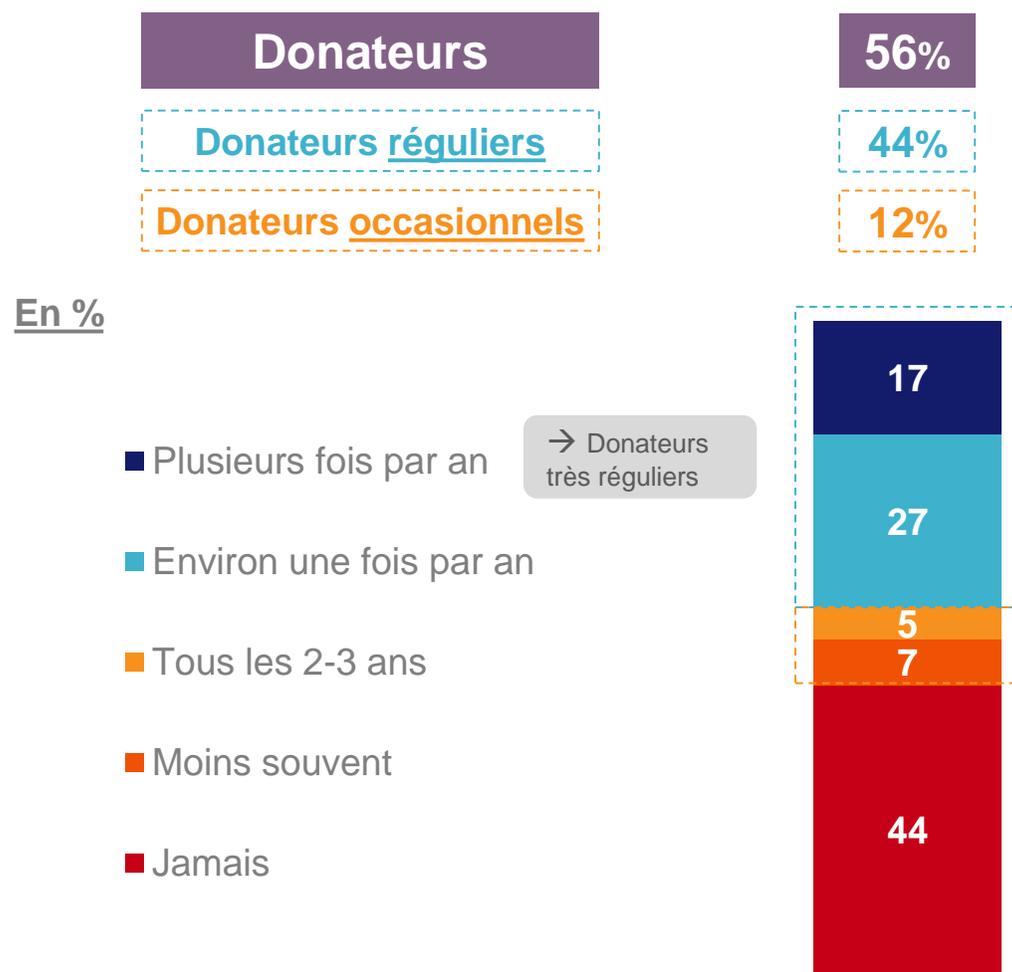
- Dans les focus, les différences significatives par rapport à l'ensemble de l'échantillon sont signalées ainsi : **xx%**
- Des focus auprès des donateurs très réguliers (donnant plusieurs fois par an) ont été ajoutés dans ce rapport. Ils sont signalés ainsi :  + Donateurs très rég. : **x%** !
- Les 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 overall mood is positive and collaborative.

2. Principaux résultats

2.1 En préambule, les habitudes de don

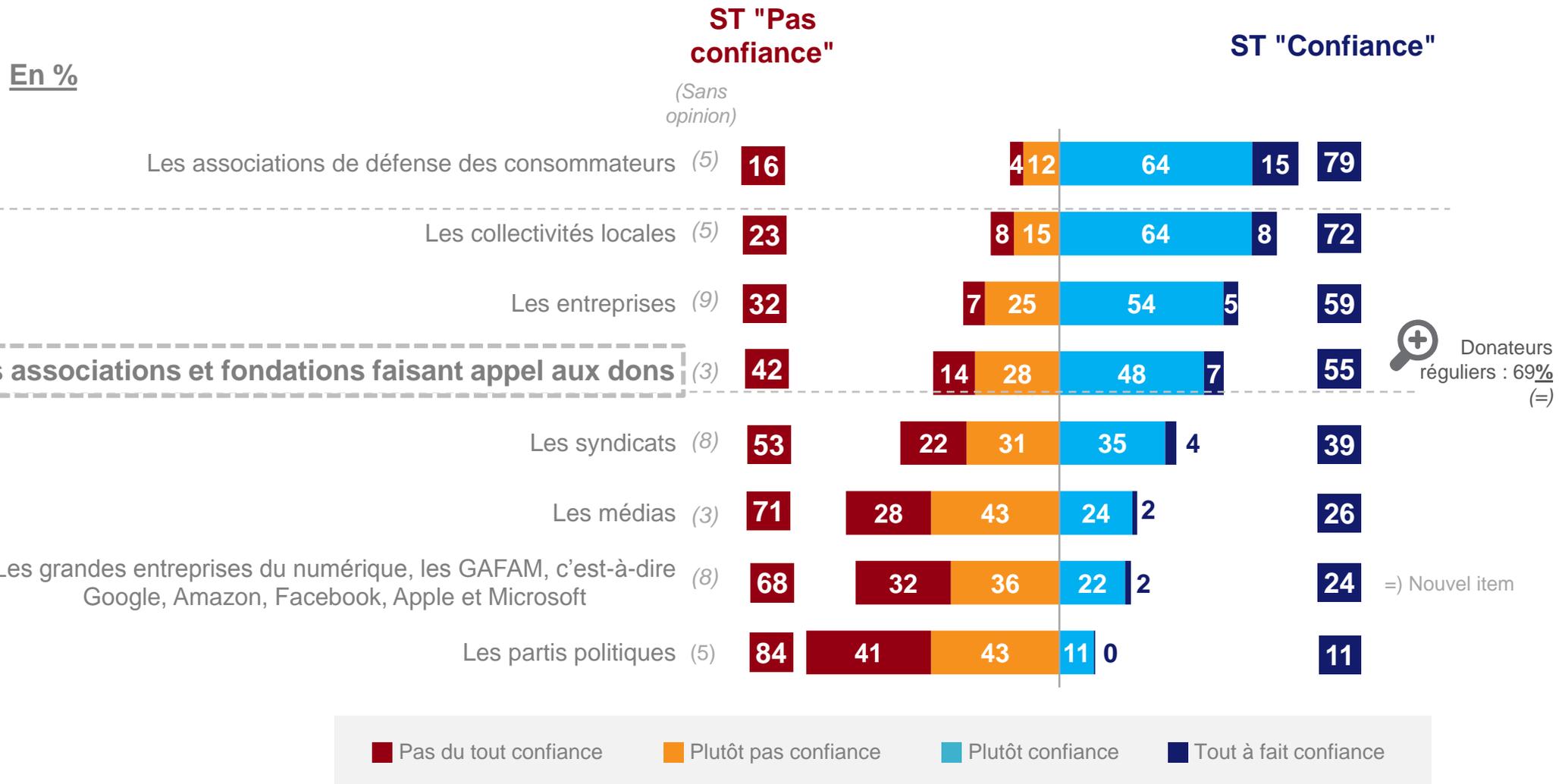
La proportion de donateurs réguliers au sein de la population reste très stable au fil des ans



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 = 1017

2.2 L'état de la confiance

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

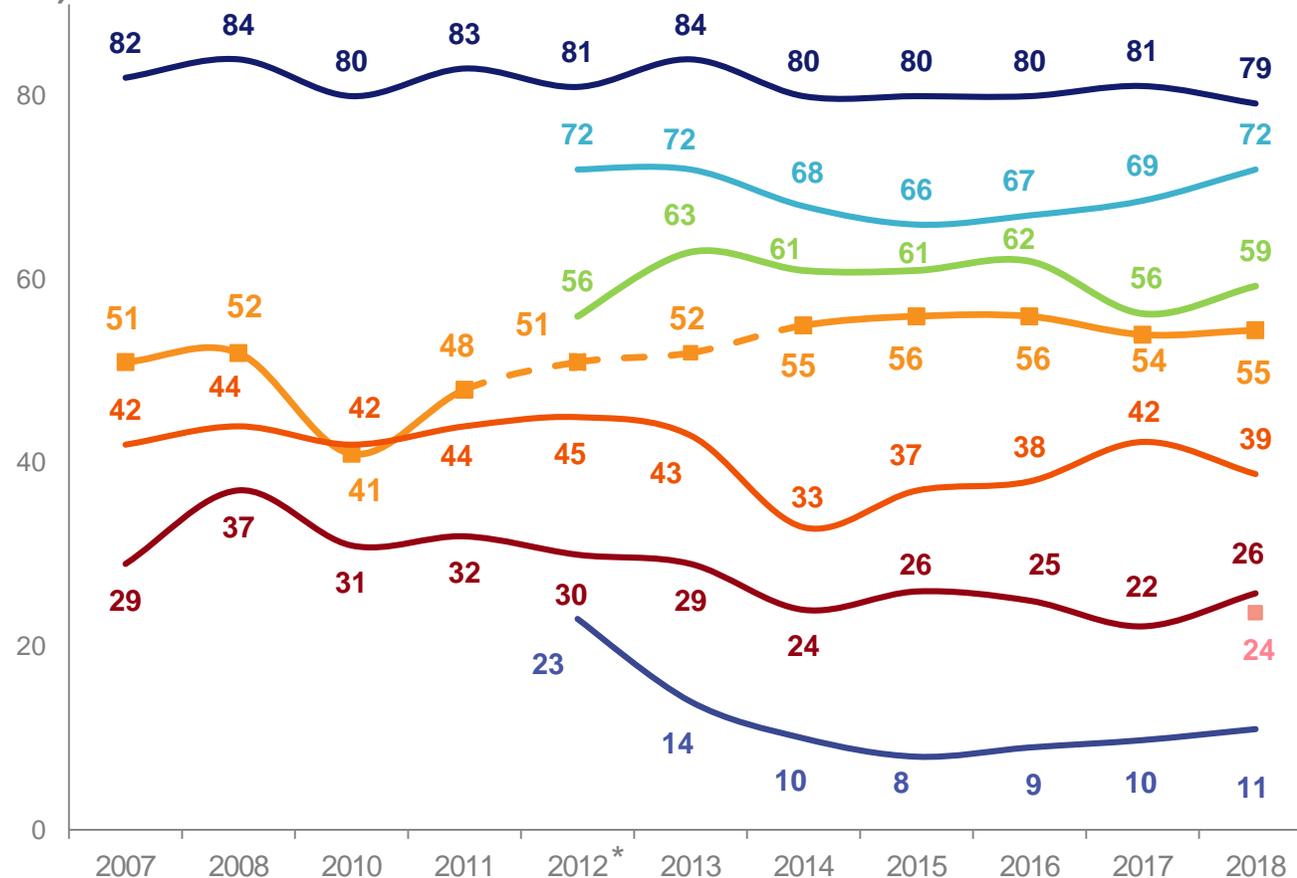


Diriez-vous que dans l'ensemble vous avez tout à fait confiance, plutôt, plutôt pas ou pas du tout confiance dans ... ?

Base : Ensemble - n = 1017

Une légère remontée de la confiance générale, hormis pour les associations de défense des consommateurs et les syndicats. La confiance à l'égard des associations et fondations progresse d'un point.

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 GAFAM : Google, Amazon, Facebook, Apple et Microsoft (Nouvel item)

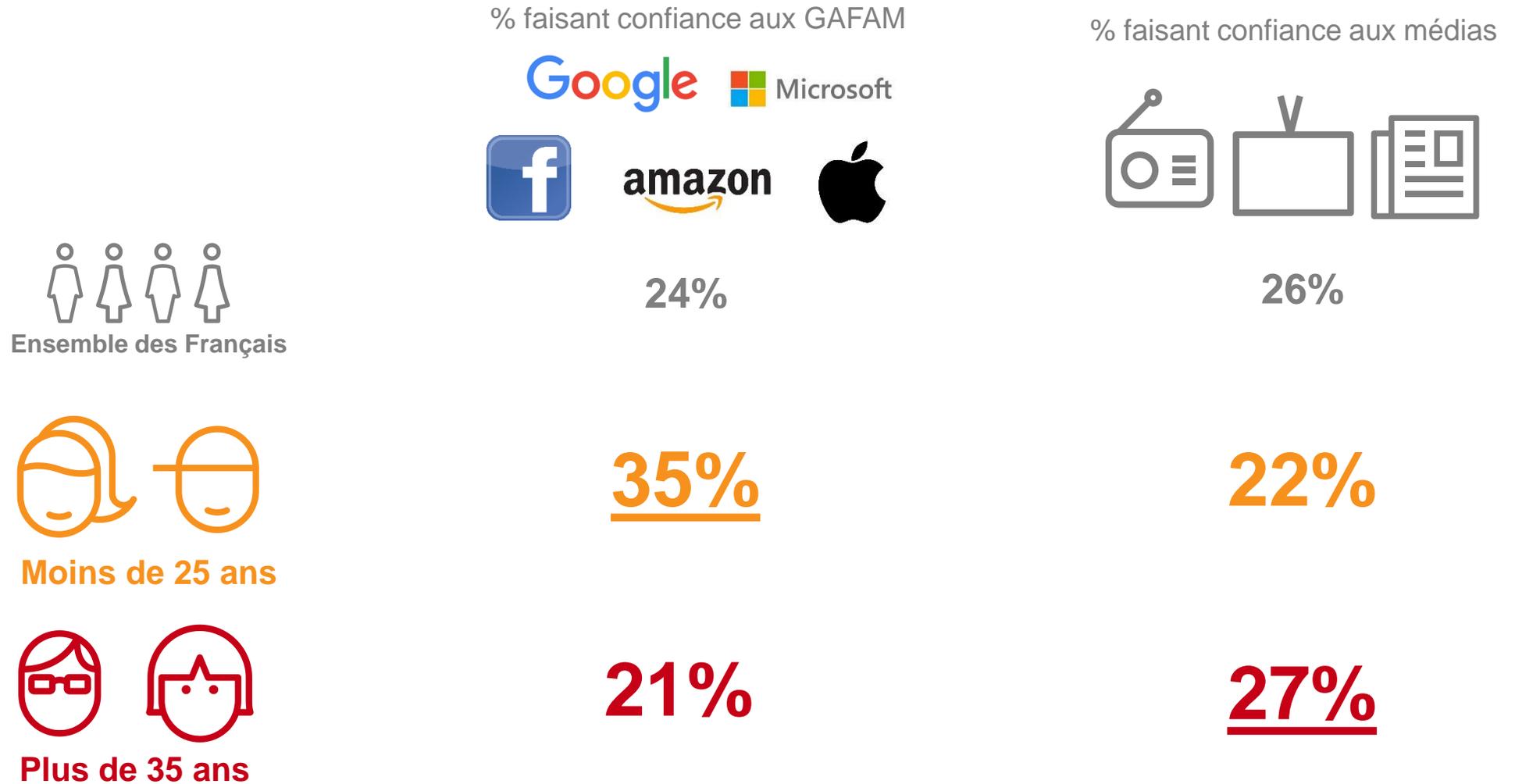
Les partis politiques

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 = 1017) / * Moitié de l'échantillon (n = 508) pour l'item « les associations et fondations faisant appel aux dons »

La confiance à l'égard des médias et des GAFAM : le clivage générationnel

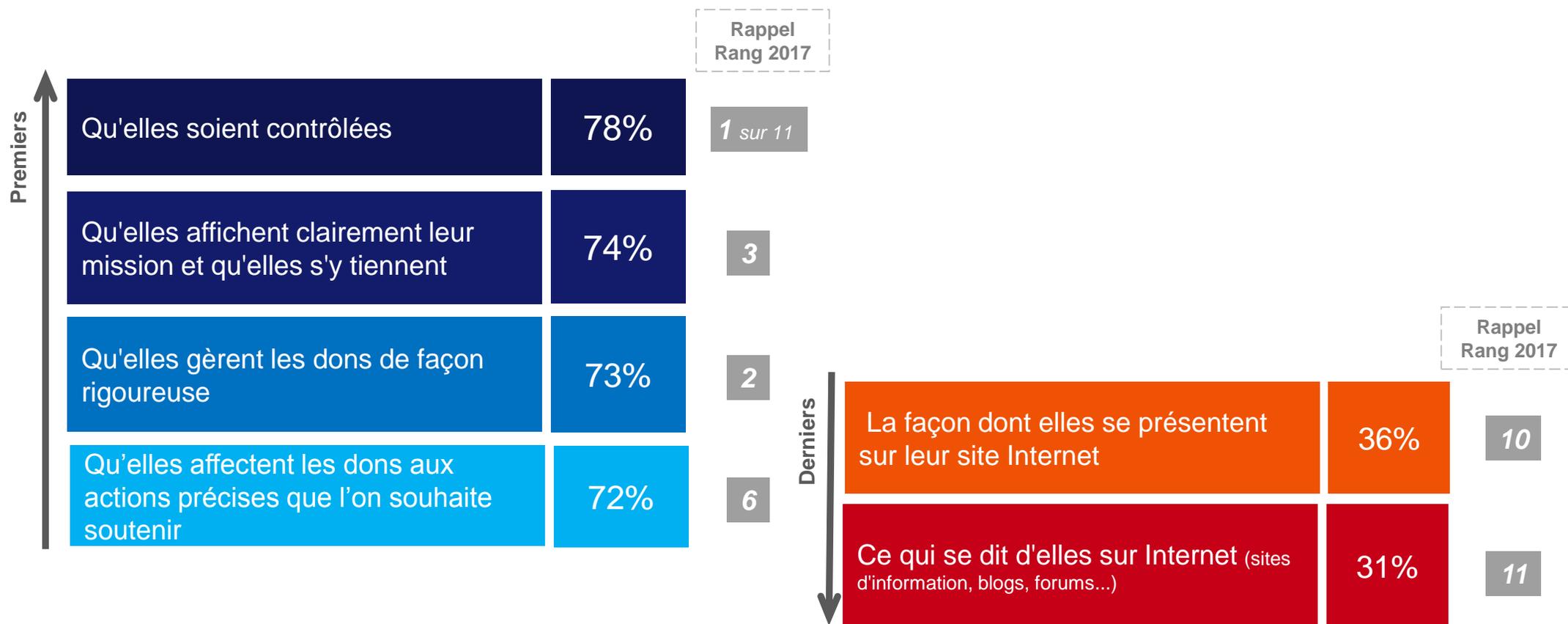


Diriez-vous que dans l'ensemble vous avez tout à fait confiance, plutôt, plutôt pas ou pas du tout confiance dans les médias / les grandes entreprises du numérique, les GAFAM, c'est-à-dire Google, Amazon, Facebook, Apple et Microsoft ? Base : Ensemble (n = 1017)

2.3 Les leviers de la confiance

Le contrôle, s'en tenir à la mission affichée et une gestion rigoureuse des dons : principaux leviers de la confiance

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

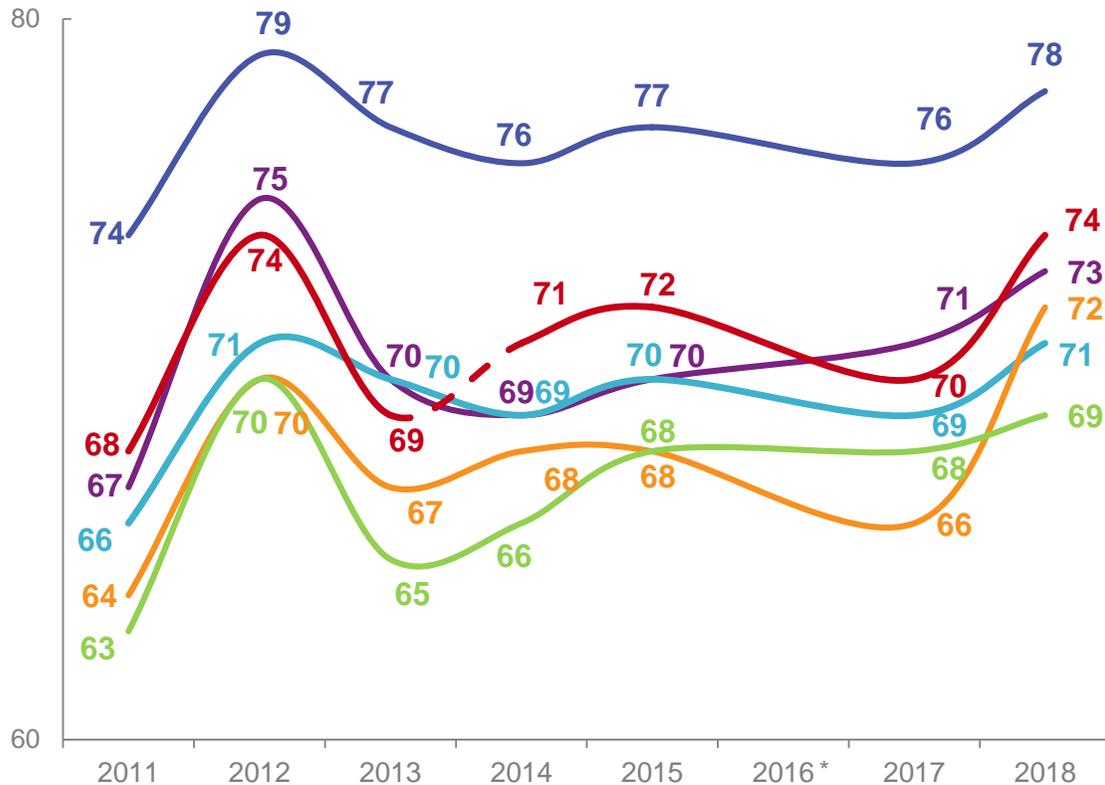


Je vais vous citer un certain nombre de critères. Pour chacun d'entre eux, vous m'indiquerez si d'après vous il joue très fortement, assez, moyennement, assez peu ou pas du tout dans la confiance que vous accordez aux associations ou fondations faisant appel aux dons.

Base : Ensemble – n = 1017

L'importance des différents leviers se renforce, signe d'une exigence accrue. 9 donateurs très réguliers sur 10 font du contrôle un levier fort de la confiance (1/2)

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



Qu'elles soient contrôlées

Qu'elles affichent clairement leur mission et qu'elles s'y tiennent**

Qu'elles gèrent les dons de façon rigoureuse

Qu'elles affectent les dons aux actions précises que l'on souhaite soutenir

L'efficacité de leurs actions

Leur transparence financière

Donateurs très réguliers :

90%

87%

89%

85%

89%

86%

Des donateurs très réguliers qui continuent à accorder davantage d'importance aux différents leviers

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.

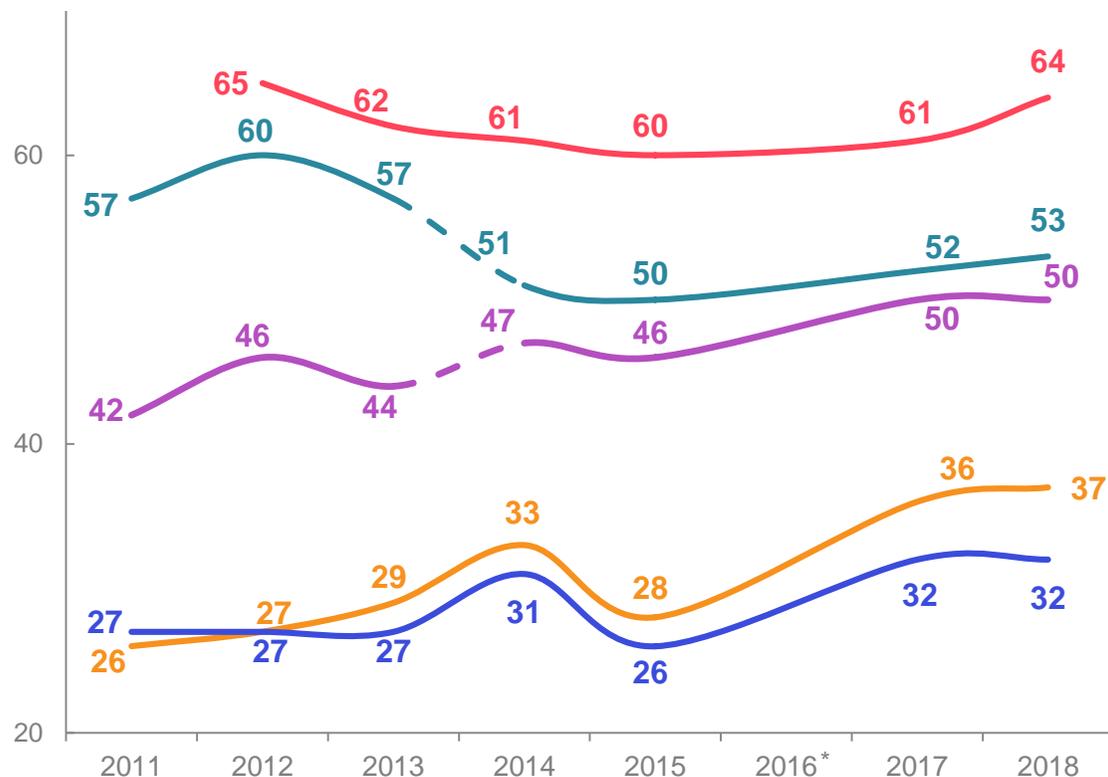
* La question n'a pas été posée en 2016.

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

Base : Ensemble - n = 1017

L'importance des différents leviers se renforce, signe d'une exigence accrue. 9 donateurs très réguliers sur 10 font du contrôle un levier fort de la confiance (2/2)

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



+ Donateurs très rég. :

Le professionnalisme de leur équipe dirigeante

78%

La façon dont elles communiquent avec leurs donateurs **

66%

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

58%

La façon dont elles se présentent sur leur site Internet

40%

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

33%

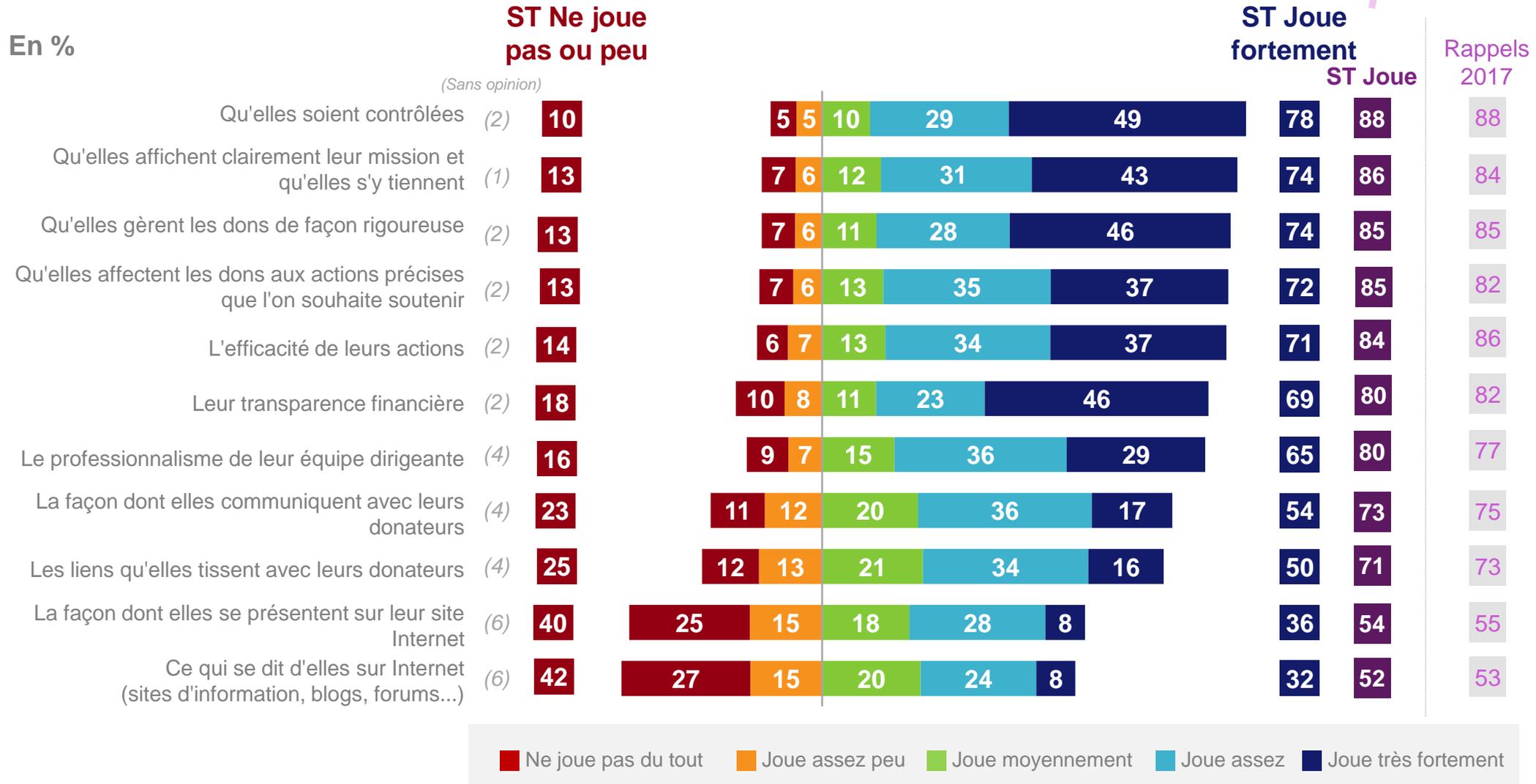
Q4102 Je vais vous citer un certain nombre de critères. Pour chacun d'entre eux, vous m'indiquerez si d'après vous il joue très fortement, assez, moyennement, assez peu ou pas du tout dans la confiance que vous accordez aux associations ou fondations faisant appel aux dons.

* 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 = 1017

Leviers de la 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.

Base : Ensemble - n = 1017

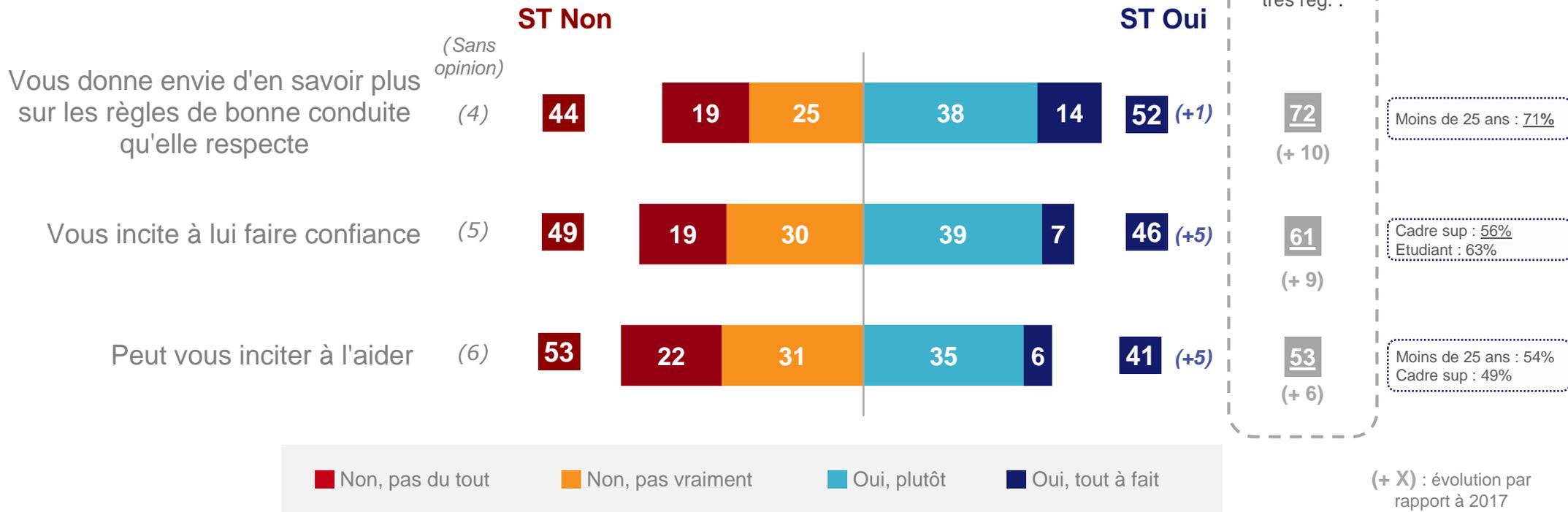
2.4 Le label « Don en Confiance »

Le label incite davantage à faire confiance aux associations/ fondations faisant appel aux dons ainsi qu'à les aider

La hausse est particulièrement marquée chez les donateurs très réguliers

En %

L'affichage de ce label...



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...

Jusqu'en 2016, le début de la question était : 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...

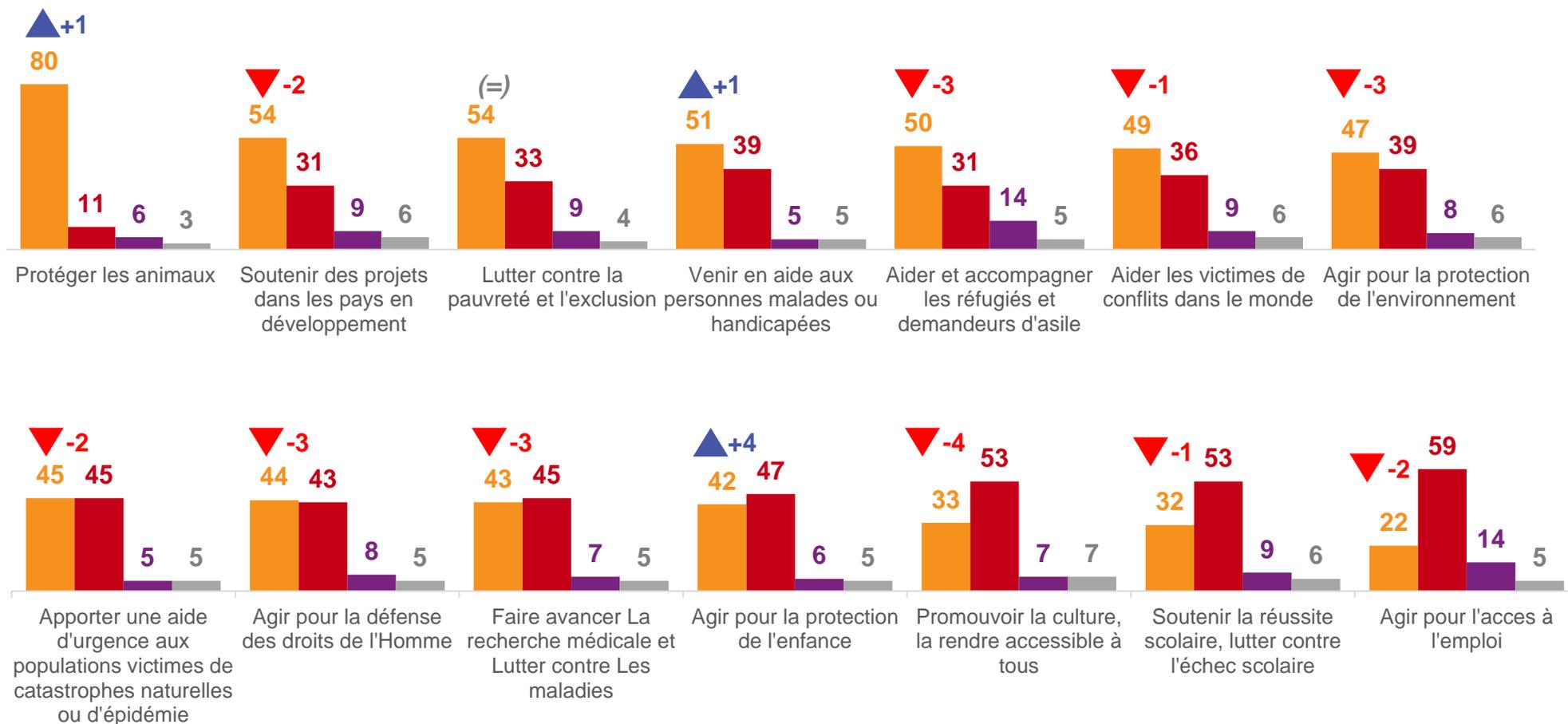
Base : Ensemble - n = 1017

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

A qui fait-on le plus confiance : la légitimité des associations et fondations faisant appel aux dons reste forte dans de nombreux domaines d'intervention

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) ■ Sans opinion

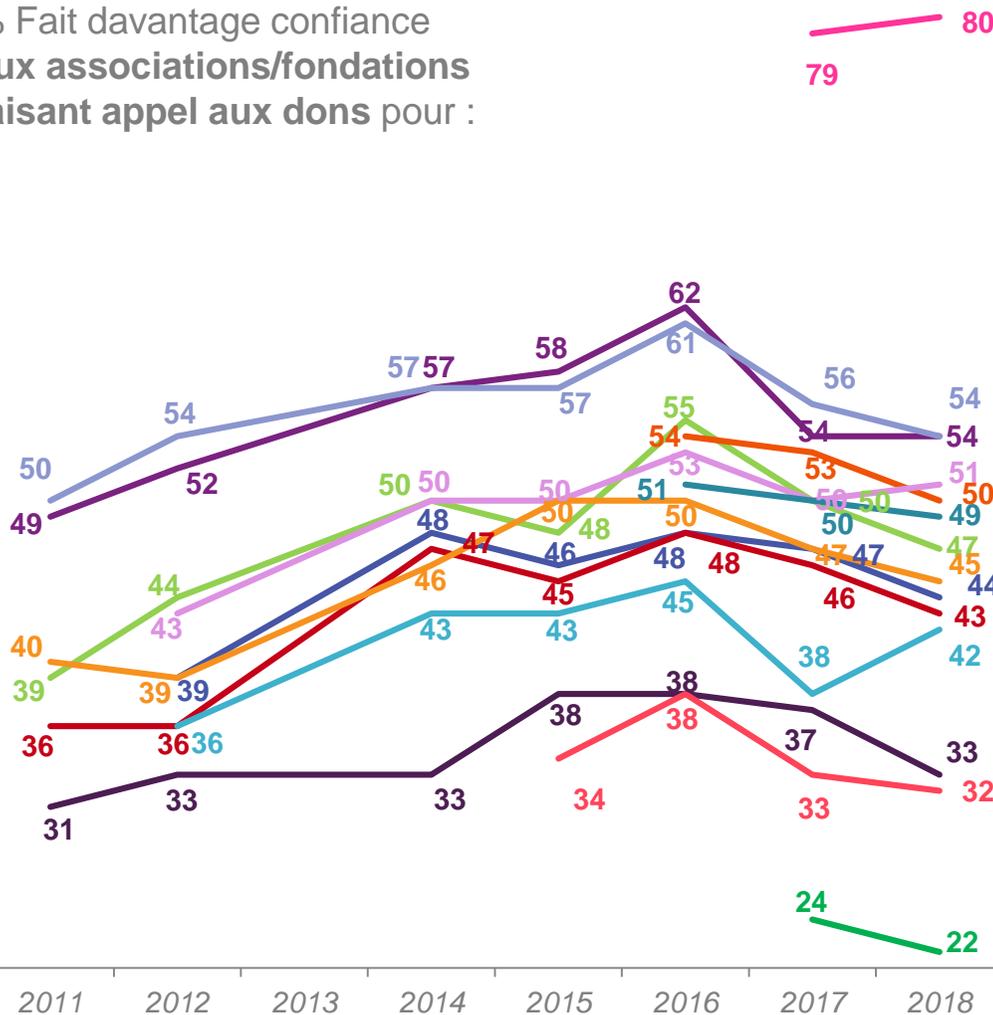


Q4106 Faites-vous davantage confiance aux pouvoirs publics ou aux associations et fondations faisant appel aux dons pour...?

Base : Ensemble - n = 1017

La confiance à l'égard des associations / fondations faisant appel aux dons se situe 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 :



Protéger les animaux

Soutenir des projets dans les pays en développement

Lutter contre la pauvreté et l'exclusion

Venir en aide aux personnes malades ou handicapées

Aider et accompagner les réfugiés et demandeurs d'asile

Aider les victimes de conflits dans le monde

Agir pour la protection de l'environnement

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

Agir pour la défense des droits de l'Homme

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 = 1017

Les donateurs très réguliers font davantage confiance aux associations et fondations faisant appel aux dons

% faisant davantage confiance :



Aux associations et fondations faisant appel aux dons



Aux pouvoirs publics



Donateurs très réguliers



Ensemble des Français

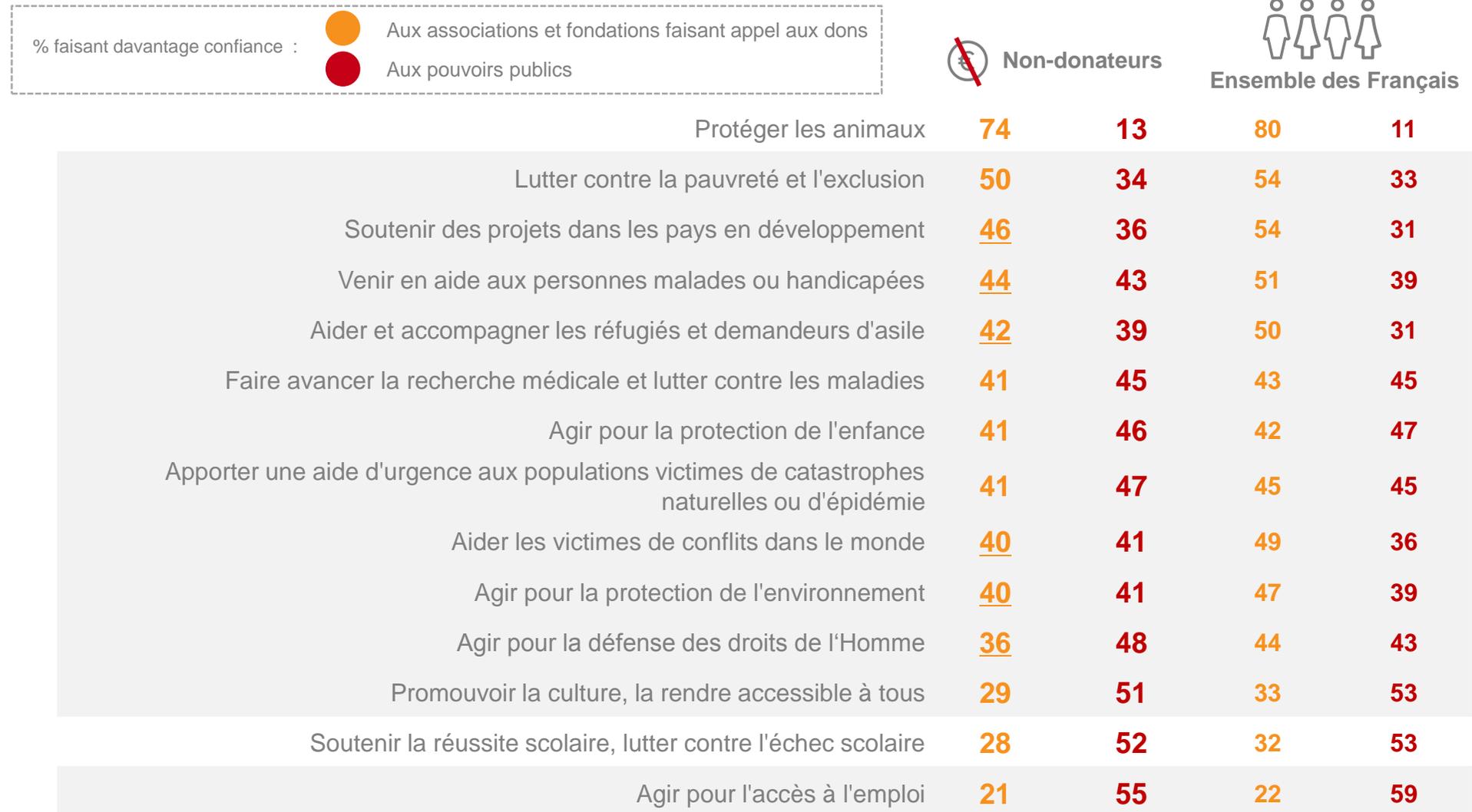
	€	Donateurs très réguliers	Ensemble des Français
Protéger les animaux	85	8	80 11
Aider les victimes de conflits dans le monde	65	29	49 36
Soutenir des projets dans les pays en développement	64	20	54 31
Lutter contre la pauvreté et l'exclusion	59	34	54 33
Aider et accompagner les réfugiés et demandeurs d'asile	56	35	50 31
Agir pour la protection de l'environnement	52	41	47 39
Venir en aide aux personnes malades ou handicapées	51	41	51 39
Agir pour la défense des droits de l'Homme	50	42	44 43
Faire avancer la recherche médicale et lutter contre les maladies	49	38	43 45
Apporter une aide d'urgence aux populations victimes de catastrophes naturelles ou d'épidémie	48	44	45 45
Agir pour la protection de l'enfance	41	50	42 47
Promouvoir la culture, la rendre accessible à tous	35	55	33 53
Soutenir la réussite scolaire, lutter contre l'échec scolaire	34	56	32 53
Agir pour l'accès à l'emploi	20	67	22 59

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

Base : Ensemble – n = 1017

X : résultat significativement plus élevé par rapport à l'ensemble

A l'inverse, chez les non-donateurs, la confiance est inférieure, même si dans certains domaines ils font également plus confiance aux associations et fondations faisant appel aux dons qu'aux pouvoirs publics



Faites-vous davantage confiance aux pouvoirs publics ou aux associations et fondations faisant appel aux dons pour...?
 Base : Ensemble – n = 1017

X : résultat significativement plus faible par rapport à l'ensemble

**2.6 Associations / fondations faisant
appel aux dons : qu'est-ce qui inspire la
méfiance ?**

Les raisons de la méfiance à l'égard des fondations ou des associations faisant appel aux dons : les doutes sur l'utilisation des dons et l'honnêteté des dirigeants sont les raisons les plus citées (1/2)

REPROCHES SUR LE FONCTIONNEMENT



Dont :

Manque d'informations

32%

Gestion des fonds insatisfaisante

15%

Malaise créé par l'appel au don / la prise de contact

4%

MAUVAISE IMAGE



Dont :

Manque d'honnêteté / détournements, réputation

30%

EVOLUTION DU SECTEUR ASSOCIATIF



Dont :

Taille, envergure, missions

3%

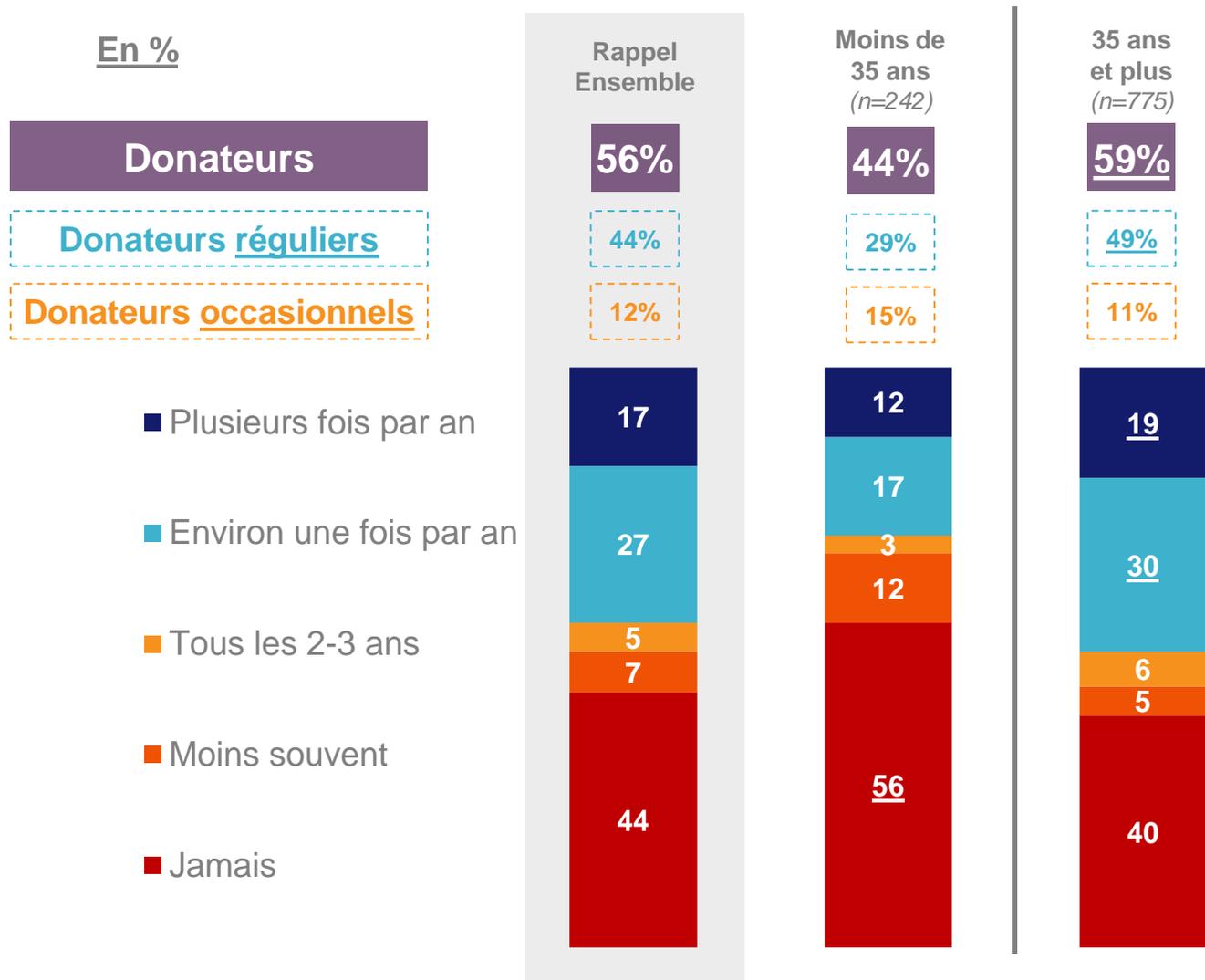
	%
<i>Le manque de traçabilité, de transparence financière / On ne sait plus où vont réellement les fonds</i>	27
<i>Le manque de clarté, d'informations / le fonctionnement flou</i>	8
<i>Des fonds non utilisés ou partiellement utilisés pour la cause annoncée au départ</i>	8
<i>La mauvaise gestion, la mauvaise répartition des fonds</i>	6
<i>Les frais de fonctionnement trop importants (salaires, autres frais...)</i>	3
<i>Les associations sollicitent trop / sentiment de harcèlement</i>	2
<i>Les procédés de collecte par Internet, dans la rue...</i>	2
<i>Les fraudes / l'argent détourné par les dirigeants/arnaque</i>	18
<i>Affaires citées : l'ARC, la rumeur de la Porsche de David Douillet payée par l'opération Pièces Jaunes...)</i>	6
<i>Les scandales médiatisés / ce que l'on peut lire dans la presse</i>	5
<i>Un comportement douteux, pas très honnête (sans précision)</i>	5
<i>Leur réputation / Mauvaise réputation, mauvaise image</i>	3
<i>Selon leurs actions, les causes défendues</i>	2
<i>Leurs opinions politiques / Affiliation à un parti politique / Implication politique</i>	1
<i>Doute sur l'authenticité de la démarche, c'est devenu un marché</i>	2
<i>Les petites associations (méconnues, sans notoriété)</i>	2
<i>Les grosses ONG / Celles qui brassent beaucoup d'argent / les plus médiatiques</i>	1
<i>La multiplicité des acteurs / Trop d'associations dans le secteur / On s'y perd</i>	1

Qu'est-ce qui pourrait faire que des associations ou fondations faisant appel aux dons vous inspirent de la méfiance ?
Et encore ? Base : Ensemble - n = 1017

Sans opinion : 14%

2.7 Focus sur les jeunes

La part des moins de 35 ans se déclarant donateurs réguliers baisse fortement cette année, revenant à son niveau de 2015

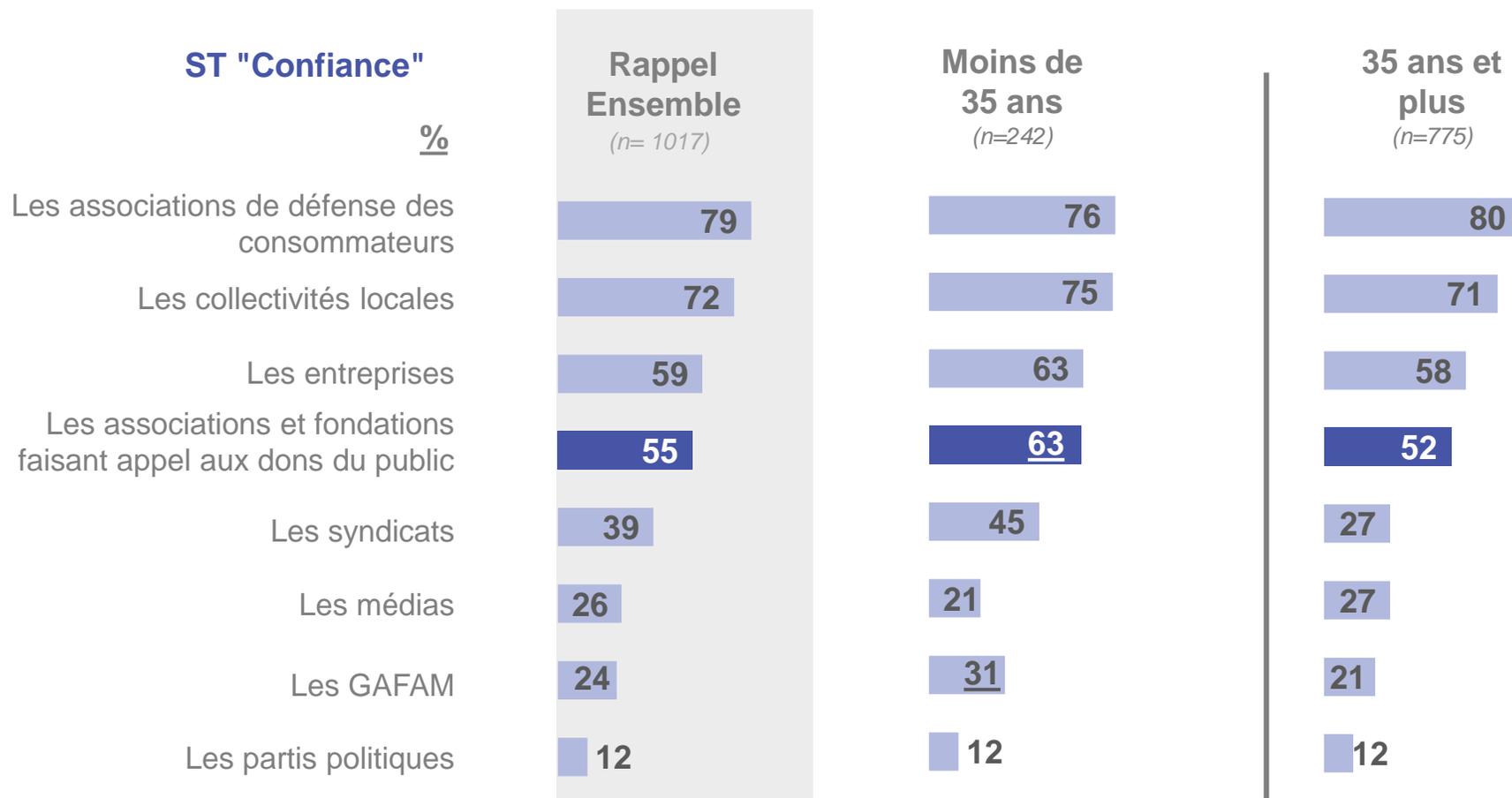


Vous arrive-t-il d'aider des associations ou fondations faisant appel aux dons par des dons en argent ?

Base : Ensemble – n = 1017

XX% Écart significatif entre les moins de 35 ans et les 35 ans et plus

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



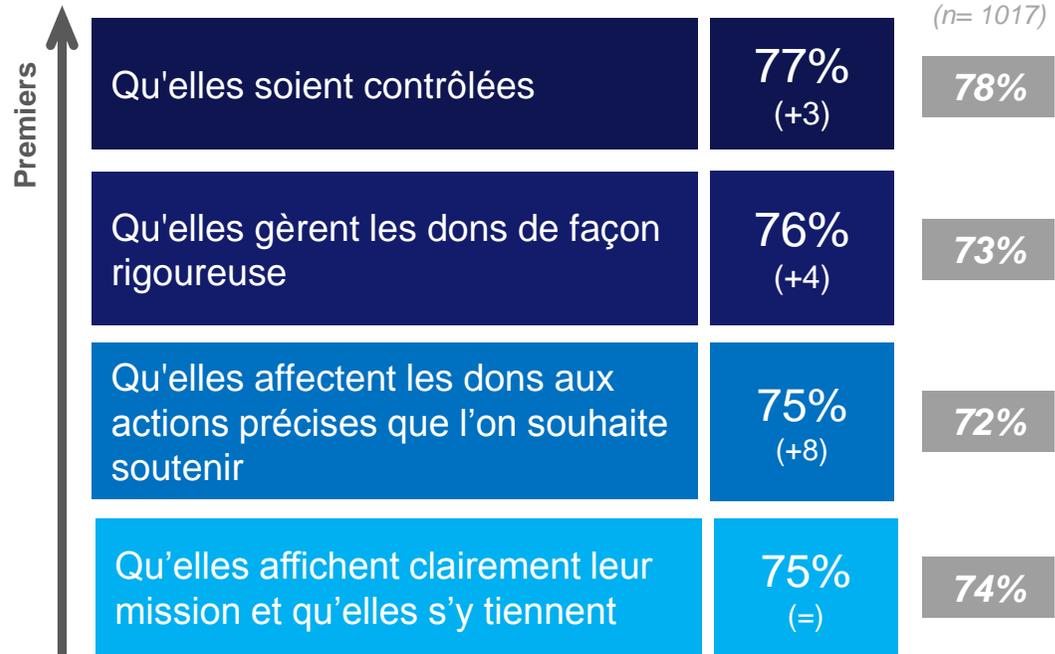
XX% Écarts significatifs entre les moins de 35 ans et les 35 ans et plus

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

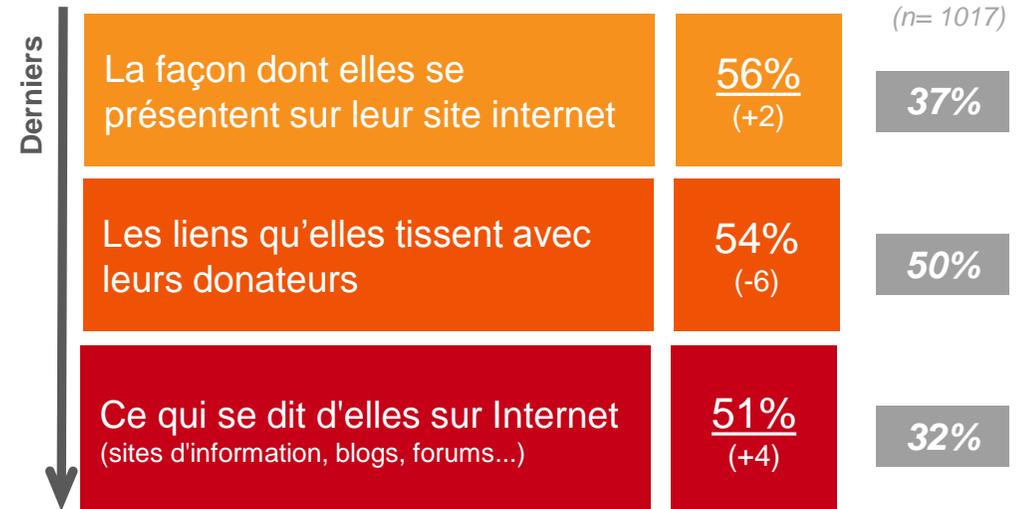
La plupart des leviers de la confiance gagnent de l'importance auprès des jeunes. Le contrôle devient le levier de la confiance le plus important auprès de cette tranche d'âge

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

Hiérarchie auprès des moins de 35 ans (n=242)



Hiérarchie auprès des moins de 35 ans (n=242)



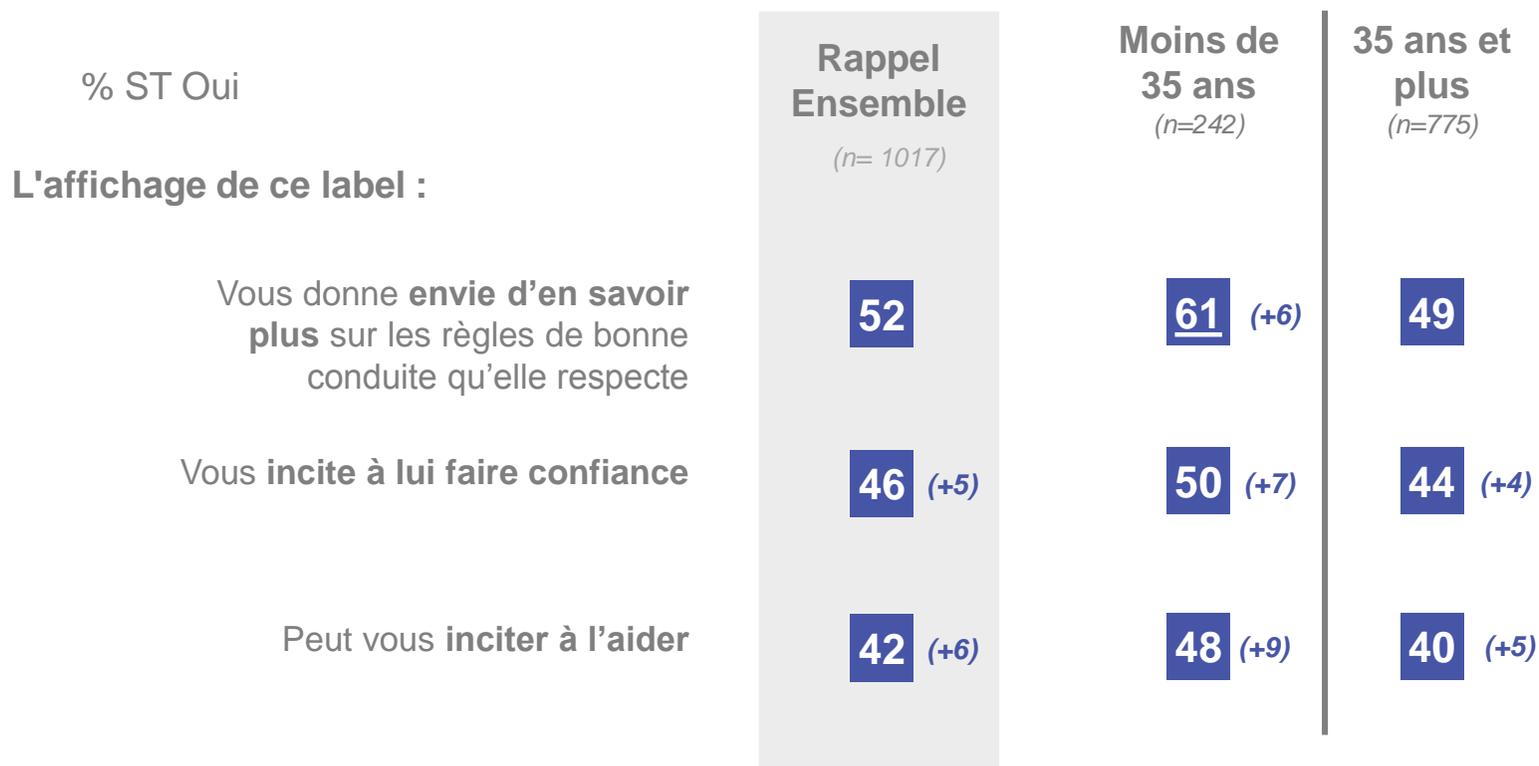
(+/- X) : évolution par rapport à l'année précédente

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.

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

Pour un jeune sur deux, le label incite à faire confiance et à aider l'association ou fondation faisant appel aux dons qui l'affiche, un chiffre en forte progression



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

(1) base faible, résultats à interpréter avec prudence

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

Sur la plupart des causes, les plus jeunes font encore plus confiance que leurs aînés aux associations et fondations faisant appel aux dons pour réaliser des missions d'intérêt collectif

En %

Aux associations et fondations faisant appel aux dons

Aux pouvoirs publics

	Rappel Ensemble	ST Moins de 35 ans	35 ans et plus
Protéger les animaux	80 12	83 10	78 12
Soutenir des projets dans les pays en développement	54 31	64 28	51 32
Lutter contre la pauvreté et l'exclusion	54 34	57 29	53 35
Aider et accompagner les réfugiés et demandeurs d'asile	50 32	57 26	47 34
Agir pour la protection de l'environnement	47 39	62 26	42 43
Venir en aide aux personnes malades ou handicapées	51 39	62 34	47 41
Aider les victimes de conflits dans le monde	49 36	52 32	49 37
Apporter une aide d'urgence aux populations victimes de catastrophes naturelles ou d'épidémie	45 45	48 42	43 46
Agir pour la défense des droits de l'Homme	44 43	41 48	45 42
Faire avancer la recherche médicale et lutter contre les maladies	43 45	46 46	42 45
Agir pour la protection de l'enfance	42 48	49 41	39 50
Promouvoir la culture, la rendre accessible à tous	33 53	38 51	31 54
Soutenir la réussite scolaire, lutter contre l'échec scolaire	32 53	31 54	32 53
Agir pour l'accès à l'emploi	22 59	18 65	23 57

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

Base : Ensemble – n = 1017 / (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 11^{ème} vague

Les principaux enseignements

- La confiance des Français est plutôt en hausse cette année, notamment à l'égard des collectivités locales, des entreprises, des médias et des partis politiques (bien qu'elle demeure très faible pour ces deux derniers acteurs). La confiance à l'égard des associations et fondations faisant appel aux dons reste stable cette année (55%, +1 point).
- Pour la première fois dans ce baromètre, nous avons mesuré la confiance à l'égard des GAFAM. Elle s'avère faible, avec seulement 24% des Français disant faire confiance aux géants du numérique, soit un niveau équivalent à celui obtenu par les médias. A noter cependant que chez les plus jeunes, la confiance à l'égard des GAFAM est plus forte que celle accordée aux médias.
- Dans les différents leviers de la confiance à l'égard des associations et fondations faisant appel aux dons, le contrôle reste le plus important. Cette année, deux critères relatifs à l'affectation des fonds à des missions déterminées gagnent de la vigueur : d'une part que l'association/fondation affiche clairement sa mission et s'y tienne, d'autre part, qu'elle affecte les dons aux actions précises que le donateur souhaite soutenir.
- Ces résultats concordent avec les principales raisons de défiance à l'égard des associations et fondations faisant appel aux dons exprimées par les répondants. Elles concernent en premier lieu les doutes sur l'utilisation des dons et l'honnêteté des dirigeants.
- Le caractère incitatif du label « Don en Confiance » continue à se renforcer : il incite désormais à faire confiance pour 46% des répondants (+5 points) et incite à soutenir pour 42% (+6 points). C'est chez les jeunes que l'augmentation est la plus forte sur ces critères (respectivement 50%, +7 points et 48%, +9 points).
- Les Français continuent à faire davantage confiance aux associations et fondations faisant appel aux dons qu'aux pouvoirs publics dans un certain nombre de domaines : la protection des animaux, le soutien de projets dans les pays en développement, la lutte contre la pauvreté et l'exclusion, l'aide aux personnes malades et en situation de handicap, l'aide et l'accompagnement des réfugiés et des demandeurs d'asile, l'aide aux victimes de conflits dans le monde ainsi que la protection de l'environnement. Dans tous ces domaines, les jeunes font encore plus confiance aux associations et fondations faisant appel aux dons que leurs aînés.
- La part de donateurs recule légèrement cette année (56% contre 58% l'année dernière). Ce sont les donateurs occasionnels qui sont moins nombreux (12%, -3 points), ainsi que les jeunes donateurs.

Quelques pistes de réflexion

- Si la dénonciation du harcèlement et des abus sexuels a été largement mise en lumière ces derniers mois à travers le mouvement #metoo, cette question reste encore largement absente des raisons de la défiance à l'égard des associations et fondations faisant appel aux dons. Les scandales du début de l'année semblent avoir eu peu de résonance auprès du grand public, mais l'émergence de ces problématiques dans le débat incite à anticiper une montée des attentes à l'égard du secteur de la générosité sur ces sujets.
- L'augmentation de l'importance accordée à la plupart des leviers de la confiance cette année suppose que les Français deviennent de plus en plus exigeants, un mouvement que l'on observe par ailleurs dans d'autres aspects du quotidien, avec une demande de traçabilité et de transparence accrue à l'égard des produits de consommation courante par exemple.
- Les jeunes font de plus en plus confiance au label « Don en Confiance » et le jugent de plus en plus incitatif, alors même que leurs dons reculent : le rôle du label est donc de plus en plus déterminant auprès de cette cible.

Vos contacts

Carine Marcé

Directrice associée

carine.marce@kantarpublic.com

+33 (0)1 40 92 44 92

Cécile Lacroix-Lanoë

Directrice d'études

cecile.lacroix-lanoë@kantarpublic.com

+33 (0)1 40 92 44 89