

# BAROMÈTRE DE LA CONFIANCE DANS LES ORGANISATIONS QUI FONT APPEL AUX DON

Dans le contexte des multiples crises que connaissent les Français en 2022, ils semblent en attente de davantage d'engagement de l'État et des pouvoirs publics dans de nombreux domaines. En dépit d'une tendance au repli sur soi, les Français ont fait preuve d'un important élan de générosité en réaction à l'invasion de l'Ukraine par la Russie puisqu'1/3 des personnes interrogées déclarent avoir fait un don ou du bénévolat.



## 2022 : une année de crises

49 %

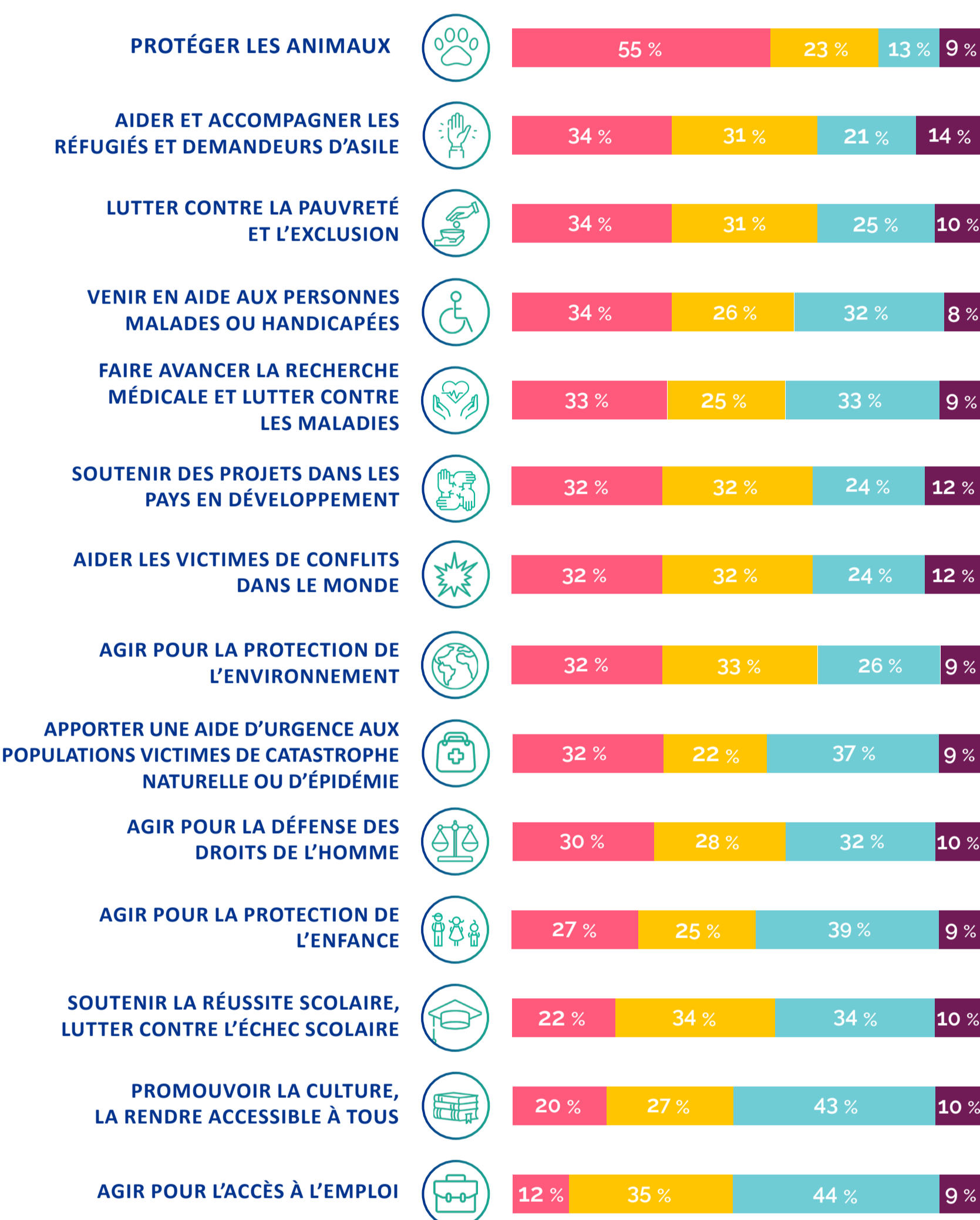
des Français font confiance aux associations et fondations qui font appel aux dons

59 %

des 18-24 ans font confiance aux associations et fondations qui font appel aux dons

Les Français sont davantage partagés que par le passé entre les pouvoirs publics et les associations ou fondations pour régler différents problèmes. Ils attendent davantage d'action de la part de l'Etat et des pouvoirs publics en cette période de crises.

## Davantage d'attentes envers l'État



Les Français continuent de faire davantage confiance aux associations ou fondations plutôt qu'aux pouvoirs publics sur la moitié des champs d'actions.

## Les Français donnent aux associations et aux fondations en majorité pour...



57 %

La traçabilité des dons



61 %

La cause défendue



51 %

L'efficacité des actions

Les donateurs réguliers sont davantage motivés par la cause défendue (65 %) tandis que les 65 ans et plus se sentent plus concernés par la traçabilité des dons (65 %).

## Même s'il existe des freins

Le manque d'argent

57 %

Le manque de confiance

61 %

L'absence de sentiment de solidarité avec certaines causes

51 %

Le manque de confiance est le frein principal au don pour les 65 ans et plus (78 %) et les donateurs réguliers (72 %). Pour les 18-24 ans (40 %) il s'agit d'un manque de connaissance sur le sujet.

## Des leviers de confiance témoignant de la rigueur et de l'engagement des associations et fondations



65 %

Qu'elles gèrent les dons de façon rigoureuse



65 %

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



64 %

Qu'elles rendent compte de leurs actions