



# ACTEURS

SANS DÉTOUR

## LA CONFIANCE DES DONATEURS : CLARTÉ, TRANSPARENCE, RIGUEUR ET CONTRÔLE

**L**a confiance des Français dans l'action associative continue de se renforcer (60 %). La 16<sup>e</sup> édition de l'« Observatoire de la Confiance dans les associations et fondations » faisant appel aux dons, réalisée par le **Don en Confiance**, nous révèle que le don n'est pas qu'une question de générosité, mais surtout une question de confiance, et pour accorder leur confiance, les Français disent être de plus en plus attachés à ce que les associations et fondations qui font appel aux dons soient contrôlées et fassent preuve de clarté et de transparence (v. égal. en p. 10 de ce numéro).

**Il y a quelques années**, le donateur traditionnel était plutôt âgé, retraité et donnait à une association ou à une fondation à laquelle il restait fidèle toute sa vie. Aujourd'hui, on constate que ce profil est en pleine mutation, que les nouveaux donateurs sont de plus en plus jeunes, qu'il est plus difficile de les fidéliser et qu'ils vont agir d'autant plus sur le coup de l'émotion. Néanmoins, on remarque que les - 35 ans estiment à 45 % (- 8 points par rapport à 2022) ne pas être assez sollicités par les associations ou fondations lors de leurs campagnes d'appel à don, alors qu'un sentiment de forte sollicitation se ressent particulièrement chez les donateurs plus âgés (66 %).

(71 %) ou encore l'aide en situation d'urgence (69 %). Les - 35 ans sont quant à eux plus attachés à agir pour la protection de l'environnement (64 %), soutenir des projets dans les pays en développement (61 %) ou agir pour l'accès à l'emploi (59 %). Les principaux motifs de don aux associations et fondations demeurent la cause qu'elles défendent (65 %, + 4 points par rapport à 2022), la traçabilité des dons (56 %) et l'efficacité des actions menées (52 %). 22 % des - 35 ans s'attachent au fait de respecter des critères de responsabilité environnementale et sociétale.

**Parmi les facteurs** qui jouent le plus dans la confiance que les Français accordent aux associations et fondations, on retrouve les principaux critères qui témoignent de la rigueur de leur engagement : afficher clairement leurs missions et s'y tenir (65 %), rendre compte des actions menées (63 %), gérer rigoureusement les dons et contrôler l'organisation (62 %). S'agissant des - 35 ans, les deux principaux items qui se dégagent sont la façon dont les associations et fondations communiquent avec leurs donateurs (58 %) et ensuite leur réputation (56 %) – sur Internet ou dans les médias et dans leur entourage.

**Enfin**, dans le contexte inflationniste actuel, le principal frein au don demeure le manque d'argent (56 %, + 3 points par rapport à 2022), devant le fait de ne pas se sentir solidaire de certaines causes (34 %, + 2 points par rapport à 2022) et l'absence de connaissance du sujet (30 %, - 1 point par rapport à 2022). ■

**Pour aller** un peu plus dans le détail, globalement, on distingue une confiance plus forte pour les associations ou fondations œuvrant pour la recherche médicale (71 %), la protection des animaux



“ Le don n'est pas qu'une question de générosité, il est surtout une question de confiance ”

### DATES CLÉS

### LE DON EN CONFIANCE

- 2023 Modemisation visuelle du label « Don en Confiance »
- 2013 Lancement du label « Don en Confiance » pour faciliter la reconnaissance des organisations contrôlées
- 2007 1<sup>re</sup> édition de l'« Observatoire de la Confiance dans les associations et fondations » faisant appel aux dons
- 1989 Création du Don en Confiance