

Le Baromètre de la confiance - Vague 6

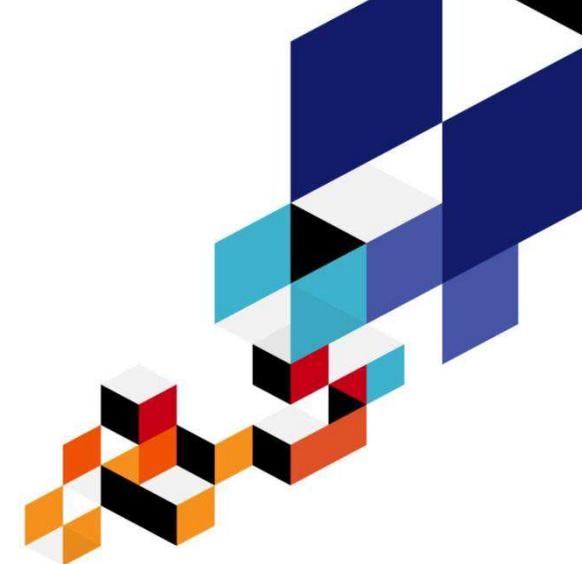
Présentation des résultats

20 septembre 2013



Sommaire

| | | |
|---|--|-----------|
| 1 | | |
| Présentation de l'étude | | 03 |
| 2 | | |
| Principaux résultats | | 07 |
| 2.1 | | |
| En préambule, les habitudes de don | | 08 |
| 2.2 | | |
| L'état de la confiance | | 13 |
| 2.3 | | |
| Les leviers de la confiance | | 18 |
| 2.4 | | |
| La marque d'agrément | | 24 |
| 2.5 | | |
| Contrôles et règles de bonne conduite à faire appliquer | | 27 |
| 3 | | |
| En conclusion | | 30 |



Auteurs TNS Sofres

Wandrille RIBLIER
Caroline LABENERE

Septembre 2013

18TJ50 | © TNS

Ce document a été rédigé dans le respect des procédures
Qualité de TNS Sofres

Il a été validé par Wandrille RIBLIER, directeur associé



1

Présentation de l'étude



A propos de l'Observatoire de la Confiance

Depuis 2007, le Comité de la Charte, organisme de contrôle de l'appel à la générosité publique, réalise un baromètre, en collaboration avec TNS SOFRES, **cherchant à mieux comprendre et à mesurer la confiance des Français à l'égard des associations et fondations, afin d'en maîtriser toujours mieux les leviers stratégiques.**

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

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

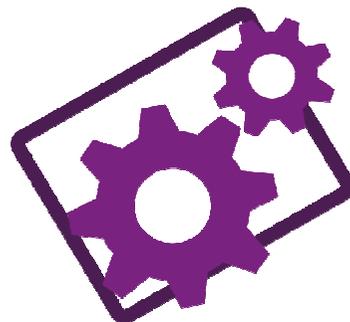
Cette 6^{ème} vague du Baromètre a été allégée, comparée aux précédentes, pour se focaliser :

- sur les indicateurs clés de confiance suivis dans le temps
- et sur une nouvelle partie portant sur l'impact de la sollicitation sur la confiance.



Échantillon

■ **Echantillon national de 1052 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 TNS Sofres (support CAPI), dans le SOFOP, omnibus de TNS Sofres spécialisé dans les enquêtes d'opinion.



Dates de terrain

■ Le terrain s'est déroulé **du 29 août au 2 septembre 2013**

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") ;
- **NSP : signifie "Ne sait pas"** → Personnes sans opinion.

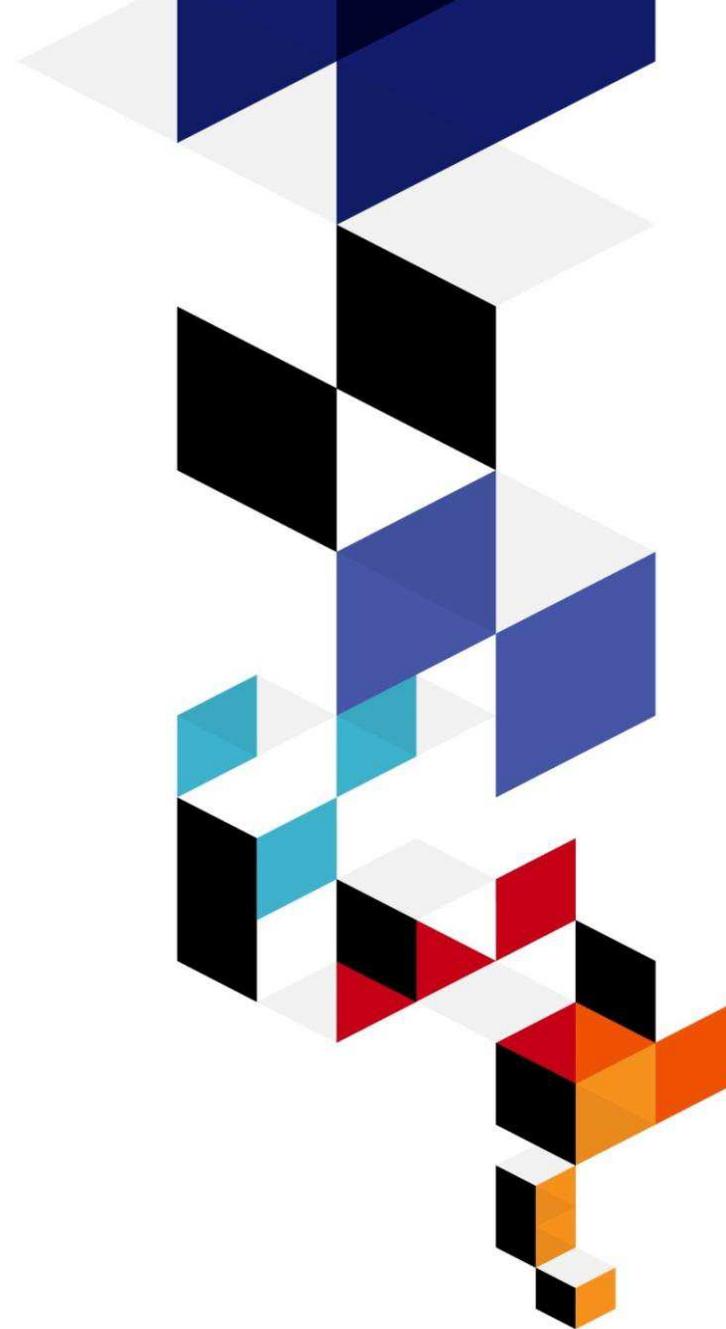
2

Principaux résultats



2.1

En préambule, les habitudes de don



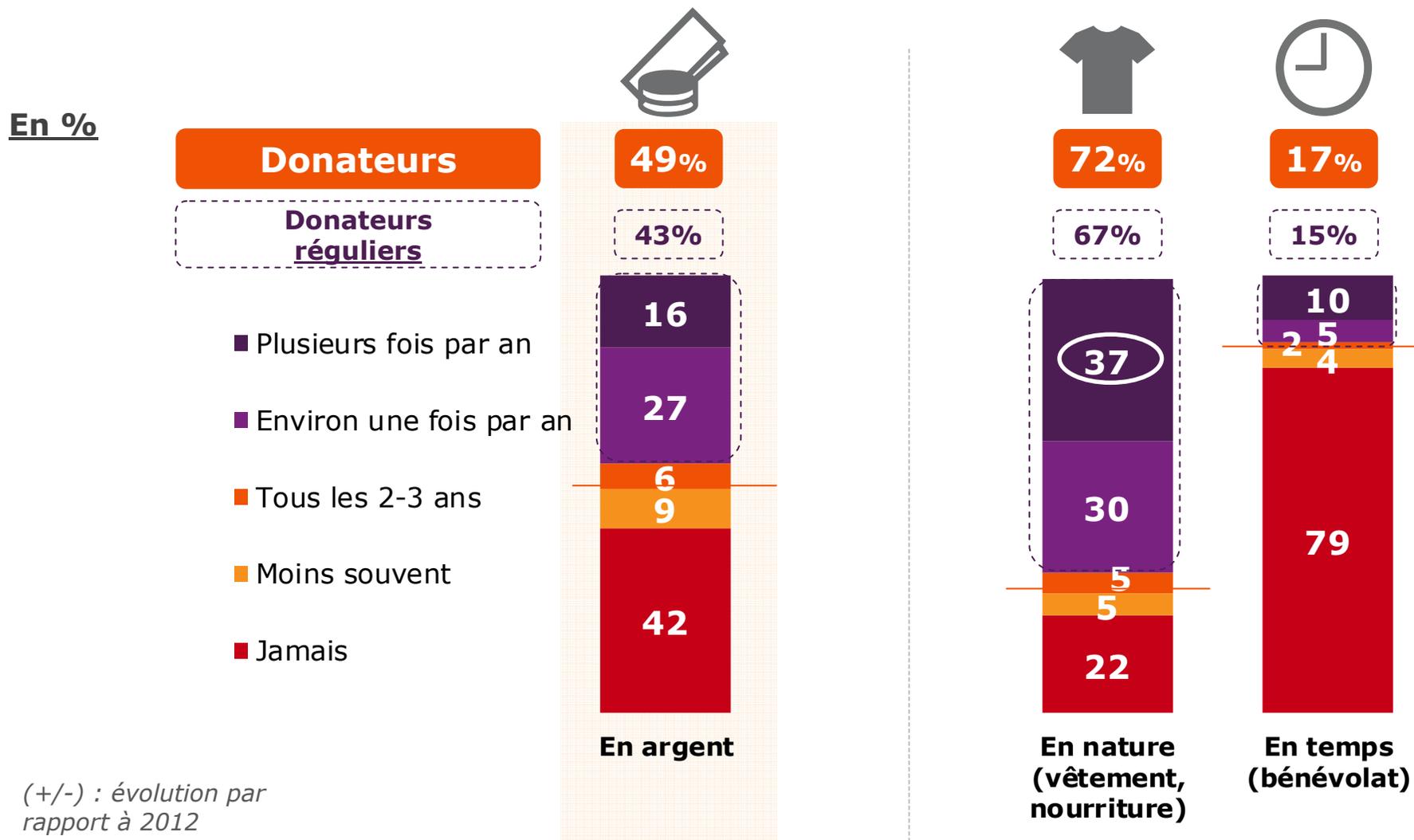
En toile de fond

En 2013, France générosités a pu constater que:

- Les dons ont augmenté de 1,7 % en 2012 par rapport à 2011, pour se monter à un peu plus de 2 milliards d'euros pour les 80 associations représentées dans l'observatoire.
- Toutefois, 92 % des dons sont venus en 2012 de donateurs fidèles, qui ont augmenté leurs versements de 2,2 %. Ce qui a permis de compenser la baisse des dons de 4% venant de nouveaux donateurs.

SOURCE : Observatoire France générosités 2013

1 Français interrogé sur 2 déclare donner de l'argent aux associations et fondations. L'habitude de don *en nature* semble nettement plus répandue.



F11 : Vous arrive-t-il d'aider des associations ou fondations faisant appel à la générosité publique ?

Base : Ensemble - n = 1052

En 2013, la part des donateurs en argent faiblit très légèrement par rapport à celle des non donateurs

En %

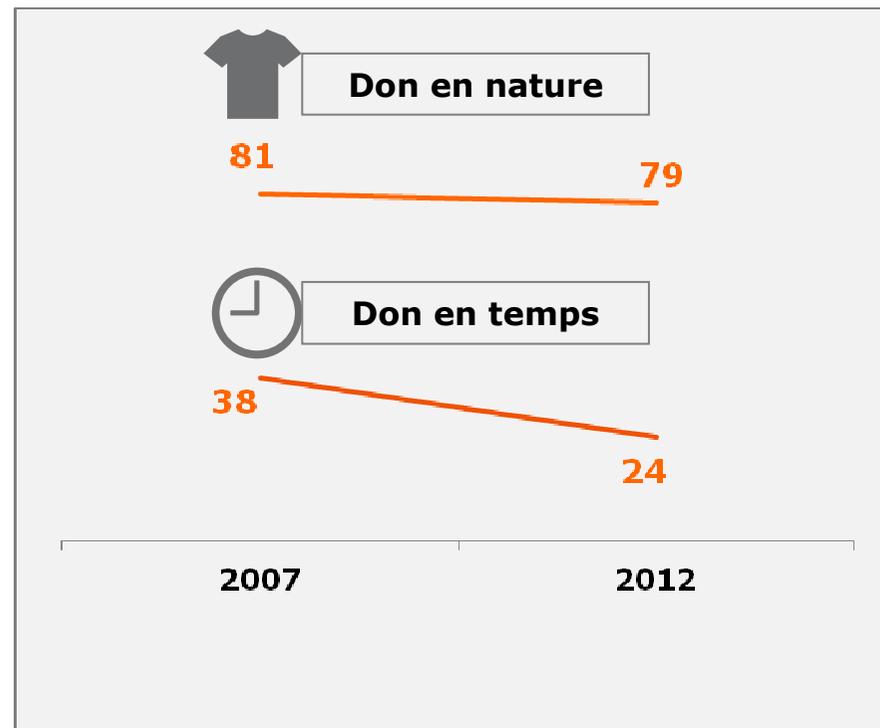


Don en argent



Rappel à titre indicatif
(ancienne échelle)

% ST Oui (« Régulièrement + de temps en temps + très occasionnellement »)



F11 : Vous arrive-t-il d'aider des associations ou fondations faisant appel à la générosité publique ?

Base : Ensemble - n = 1052



Les Donateurs en argent (Ensemble : 49%) sont plus nombreux chez...

- + Les 50 ans et plus : 55% (dont les 50-64 ans : 59%)
 - + Les Catholiques pratiquants réguliers : 58%
 - + Les diplômés de l'enseignement supérieur : 61%
- + Les CSP+ : 64% / Les catégories aisées (Revenu \geq 3 700€) : 70%
- + Les donateurs en nature : 54% / Les bénévoles : 61%
- + Les confiants à l'égard des associations/fondations : 64%



Les Donateurs en nature (Ensemble : 72%) sont plus nombreux chez...

- + Les femmes : 78%
- + Les 35-49 ans : 79%
- + Les catégories aisées (Revenu \geq 3 700€) : 82%
- + Les donateurs en argent : 81% / Les bénévoles : 88%
- + Les confiants à l'égard des associations/fondations : 80%



Les Bénévoles (Ensemble : 17%) sont plus nombreux chez...

- + Les diplômés de l'enseignement supérieur : 21%
- + Les donateurs en argent : 21% / Les donateurs en nature : 21%

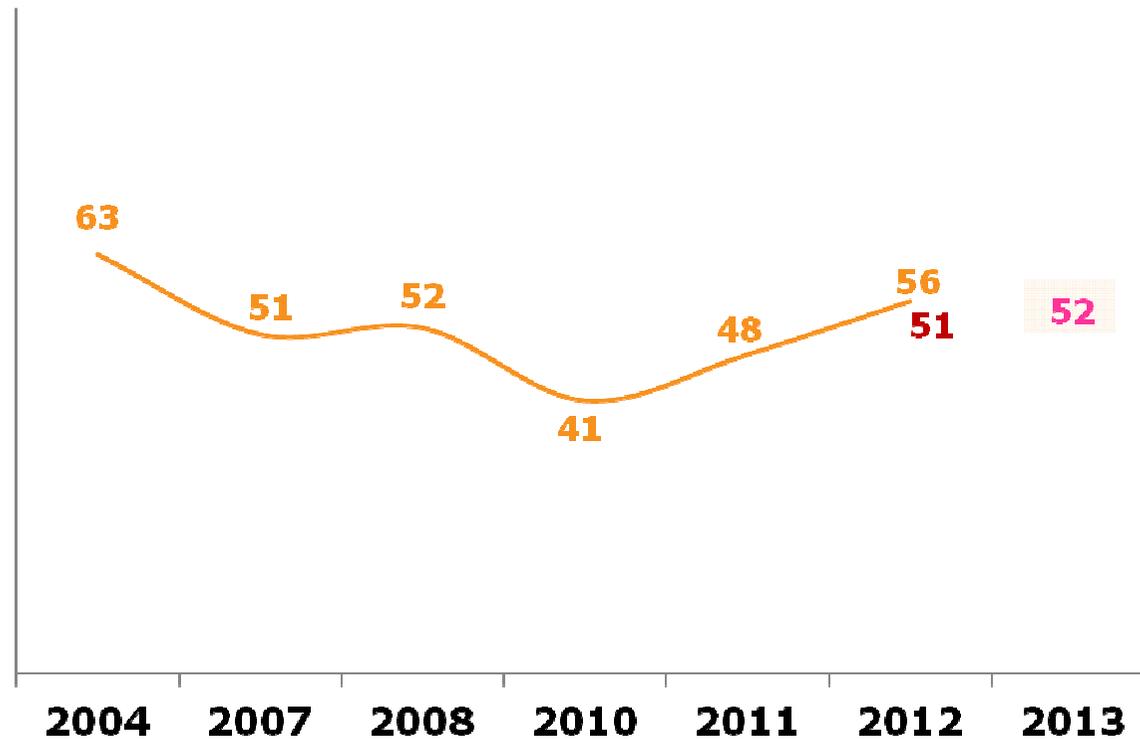
2.2

L'état de la confiance



En 2013, ils sont toujours une petite moitié à déclarer faire confiance aux associations et fondations.

ST "Confiance"
(en %)



Les associations et fondations faisant appel

...à la **générosité publique**

...à **votre don**

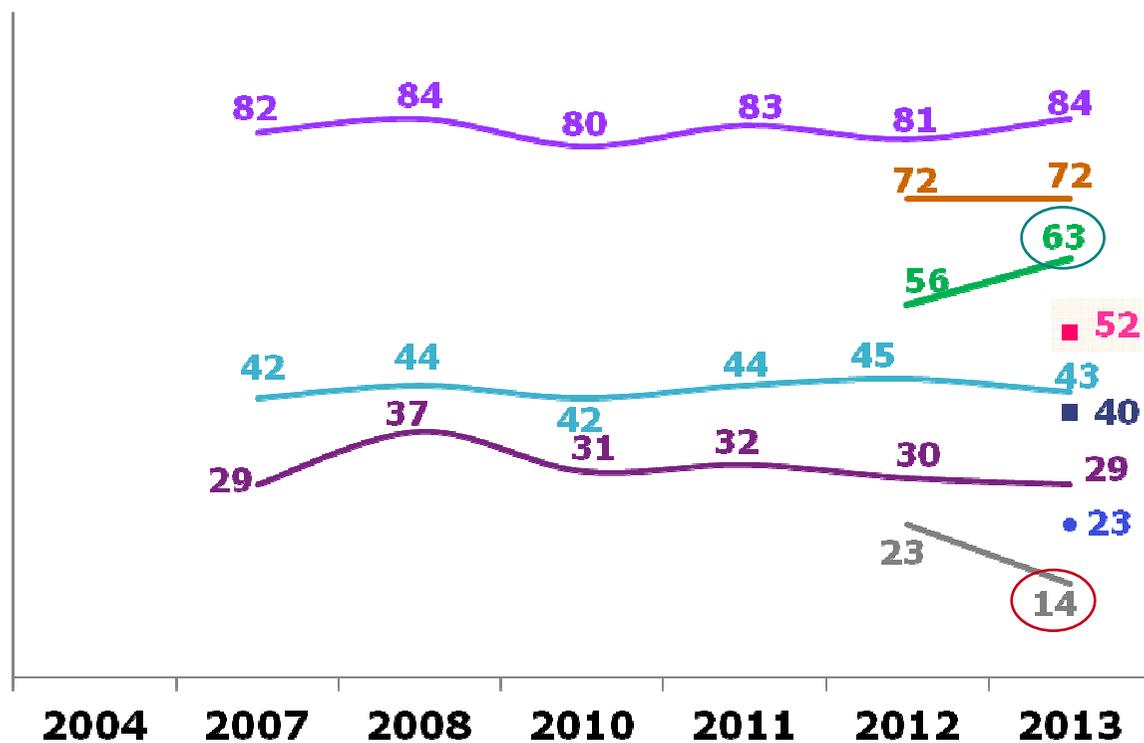
...aux **dons**

F1 Diriez-vous que dans l'ensemble vous avez tout à fait confiance, plutôt, plutôt pas ou pas du tout confiance dans ... ?

Base : Ensemble / * Moitié de l'échantillon

Parallèlement, le crédit des entreprises s'améliore, alors que le fossé avec les partis politiques se creuse.

ST "Confiance"
(en %)



Les associations de défense des consommateurs

Les collectivités locales

Les entreprises

Les associations et fondations faisant appel à votre don

Les syndicats

Internet

Les médias

Les réseaux sociaux

Les partis politiques

F1 Diriez-vous que dans l'ensemble vous avez tout à fait confiance, plutôt, plutôt pas ou pas du tout confiance dans ... ?

Base : Ensemble



Les Confiants dans les associations et fondations (Ensemble : 52%) sont plus nombreux chez...

+ Ceux qui ont une **sensibilité politique de gauche** : 58%

+ Les habitants de **Région Parisienne** : 62%

+ **Les CSP+** : 64% (*dont les cadres sup.* : 74%)

+ **Les catégories aisées** (Revenu \geq 3 700€) : 67%

+ **Les diplômés de l'enseignement supérieur** : 68%

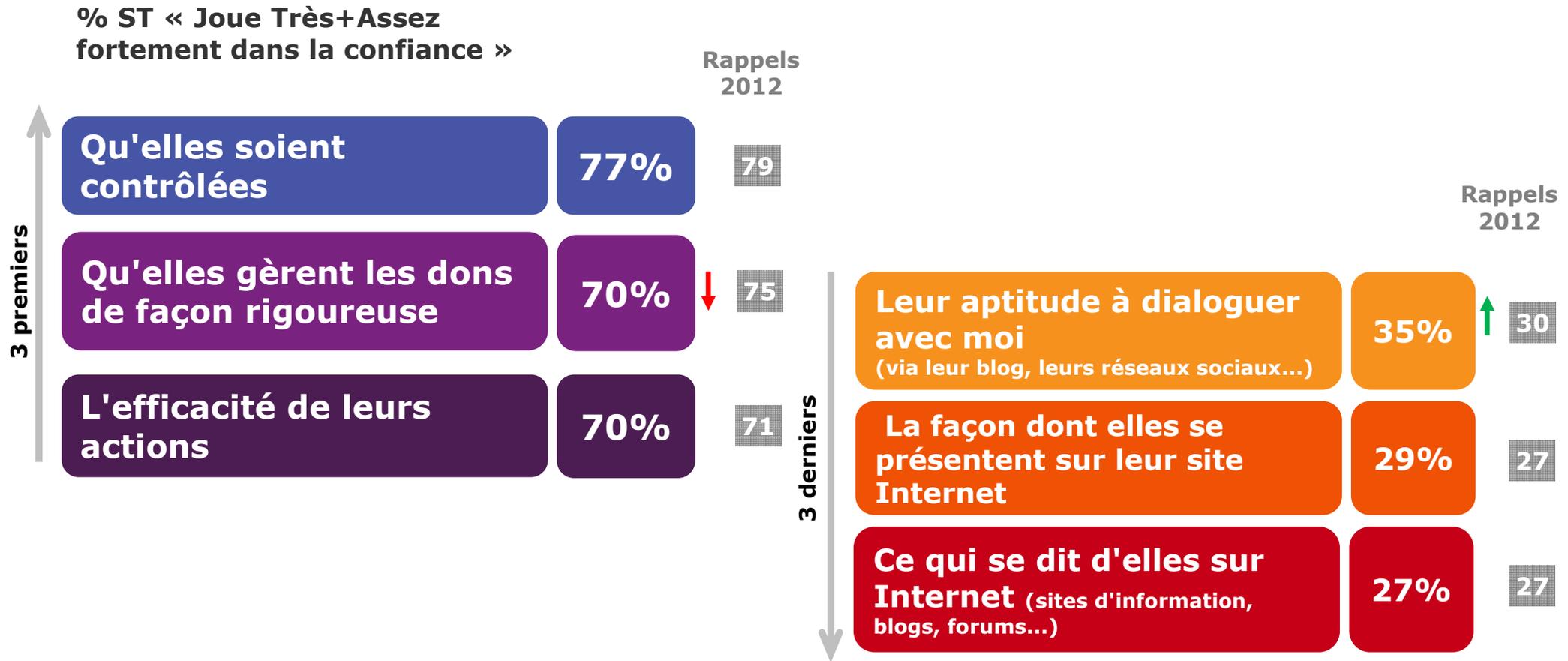
+ Les **donateurs (en argent)** : 69% / Les donateurs en nature : 57% / Les bénévoles : 61%

2.3

Les leviers de la confiance



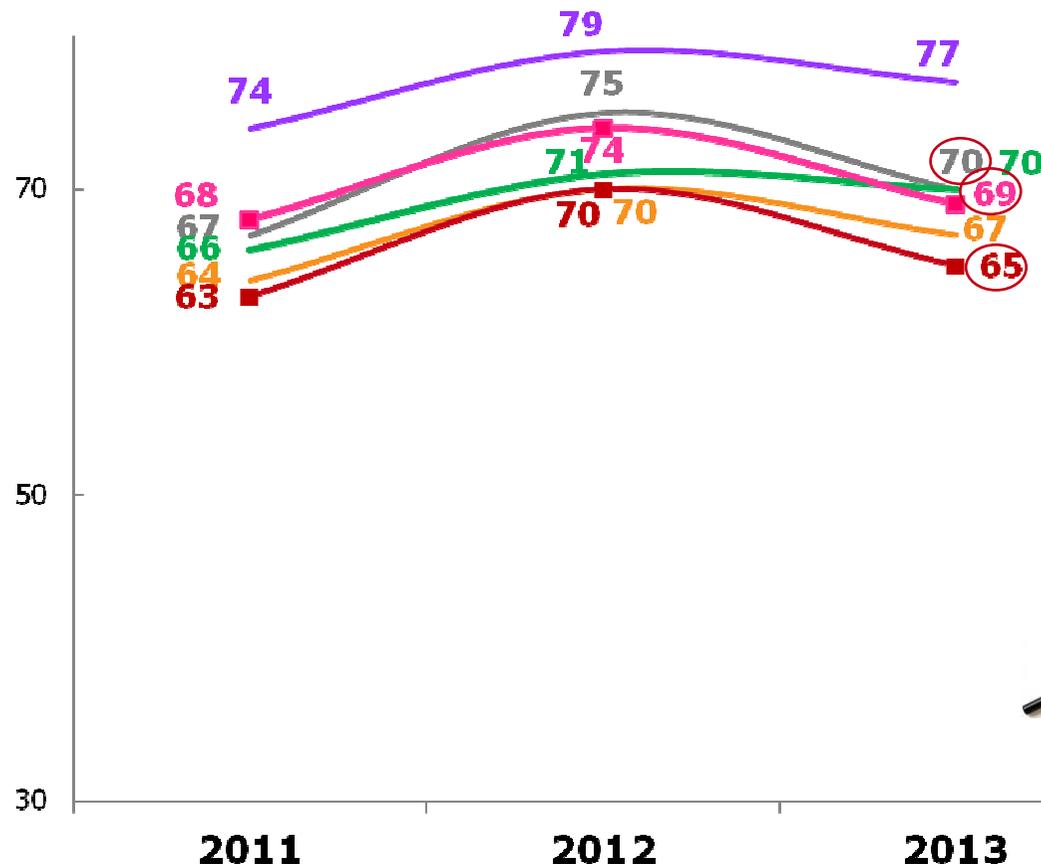
Top 3 / Bottom 3 : un léger 'desserrement' sur la rigueur de la gestion, tandis que la posture de dialogue via les réseaux sociaux semble un peu plus attendue



F2 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 à la générosité publique.
Base : Ensemble - n = 1052

Leviers de confiance à l'égard des associations et fondations (1/2) : la crispation autour des garanties de bonne gestion s'atténue un peu

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



Qu'elles soient contrôlées

Qu'elles gèrent les dons de façon rigoureuse

L'efficacité de leurs actions

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

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

Leur transparence financière

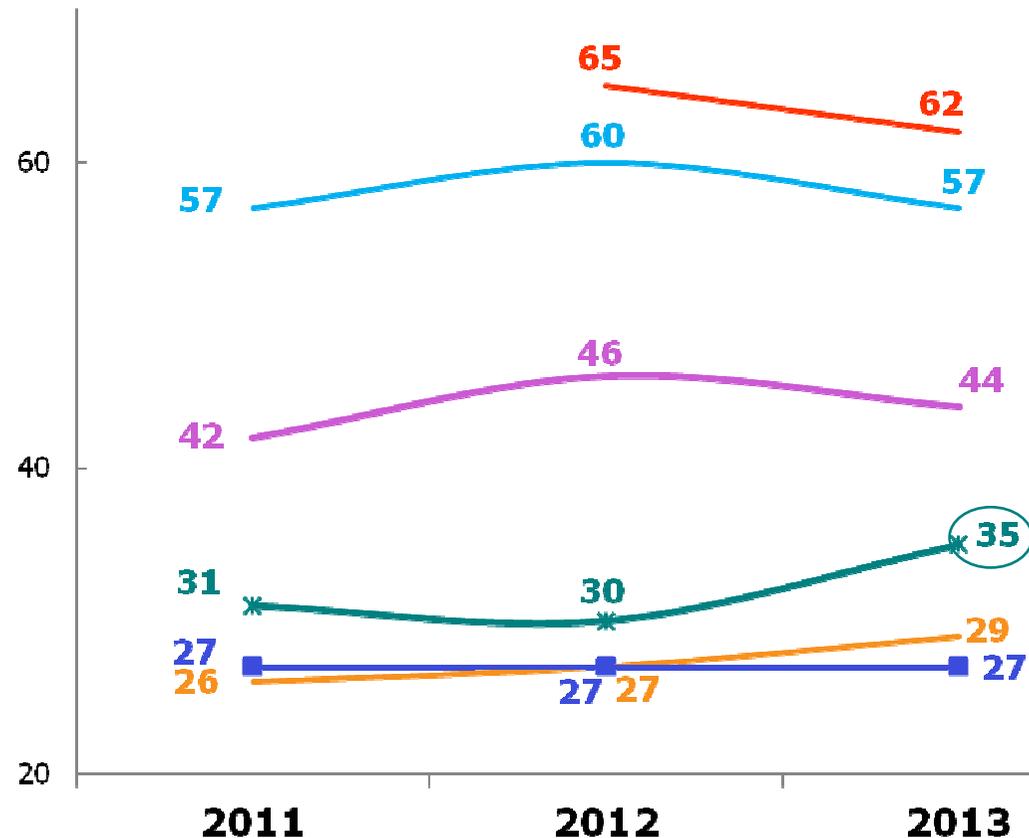


+ *Auprès des donateurs, on note une prime aux garanties de bonne gestion (sans fléchissement) et aux garanties d'utilité sociale*

F2 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 à la générosité publique. Base : Ensemble

Leviers de confiance à l'égard des associations et fondations (2/2) : en revanche, la présence sur Internet pèse un peu plus

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



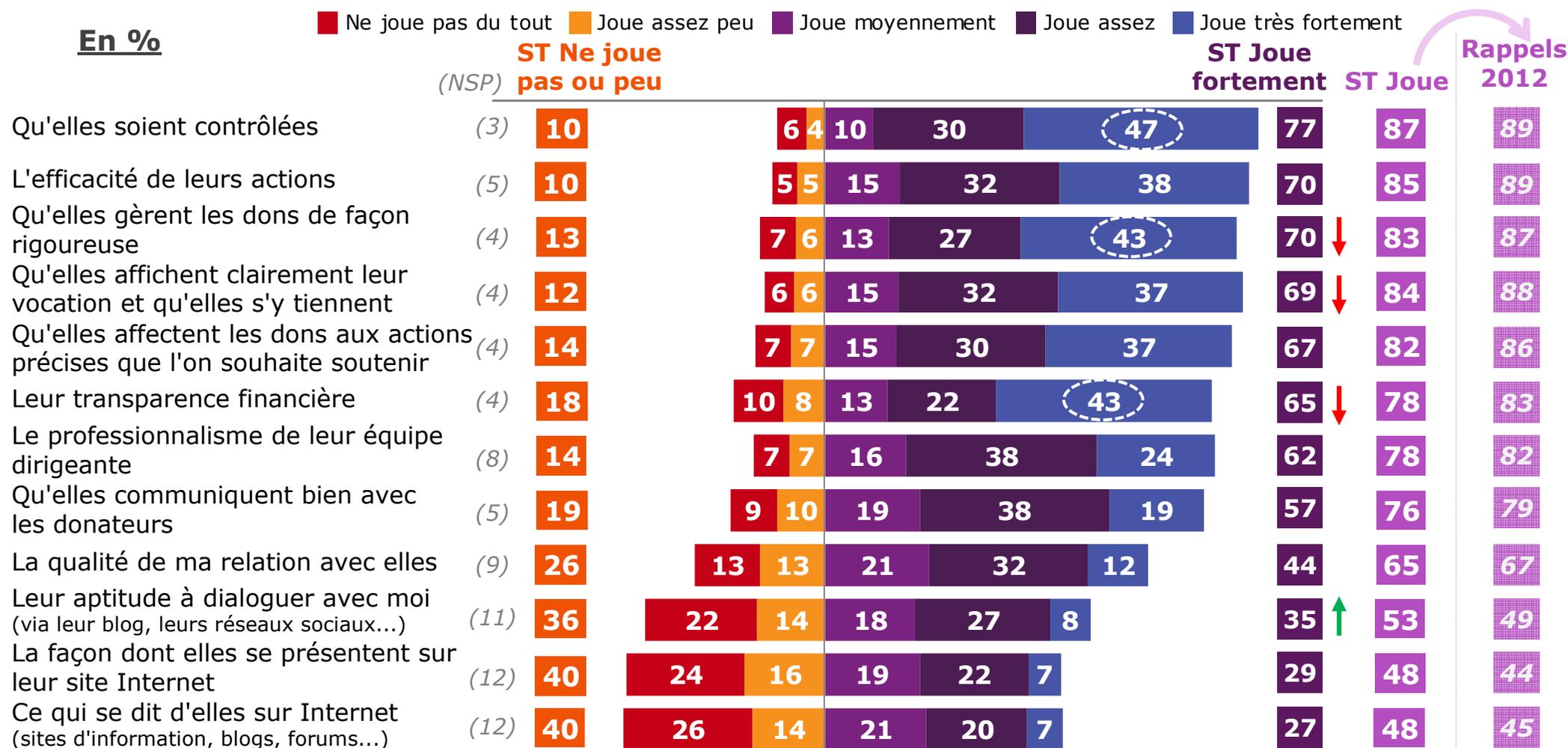
- Le professionnalisme de leur équipe dirigeante**
- Qu'elles communiquent bien avec les donateurs**
- La qualité de ma relation avec elles**
- Leur aptitude à dialoguer avec moi** (via leur blog, leurs réseaux sociaux...)
- La façon dont elles se présentent sur leur site Internet**
- Ce qui se dit d'elles sur Internet** (sites d'information, blogs, forums...)



+ Donateurs et non Donateurs accordent une importance similaire au dialogue sur Internet

F2 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 à la générosité publique.
Base : Ensemble

Leviers de confiance à l'égard des associations et fondations (détail des scores)



F2 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 à la générosité publique.
Base : Ensemble - n = 1052

Leviers de confiance à l'égard des associations et fondations (note moyenne)

Note moyenne (sur 5)

Qu'elles soient contrôlées

Qu'elles gèrent les dons de façon rigoureuse

L'efficacité de leurs actions

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

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

Leur transparence financière

Le professionnalisme de leur équipe dirigeante

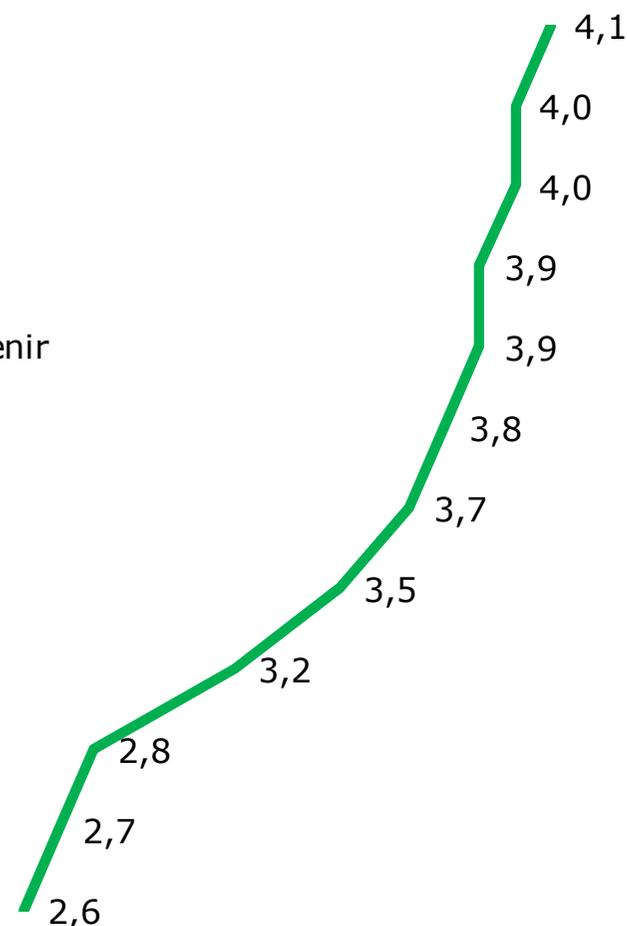
Qu'elles communiquent bien avec les donateurs

La qualité de ma relation avec elles

Leur aptitude à dialoguer avec moi (via leur blog, leurs réseaux sociaux...)

La façon dont elles se présentent sur leur site Internet

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



F2 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 à la générosité publique.

Base : Ensemble - n = 1052

2.4

La marque d'agrément



Notoriété : la marque d'agrément commence juste à s'installer au sein du grand public



POUR RAPPEL

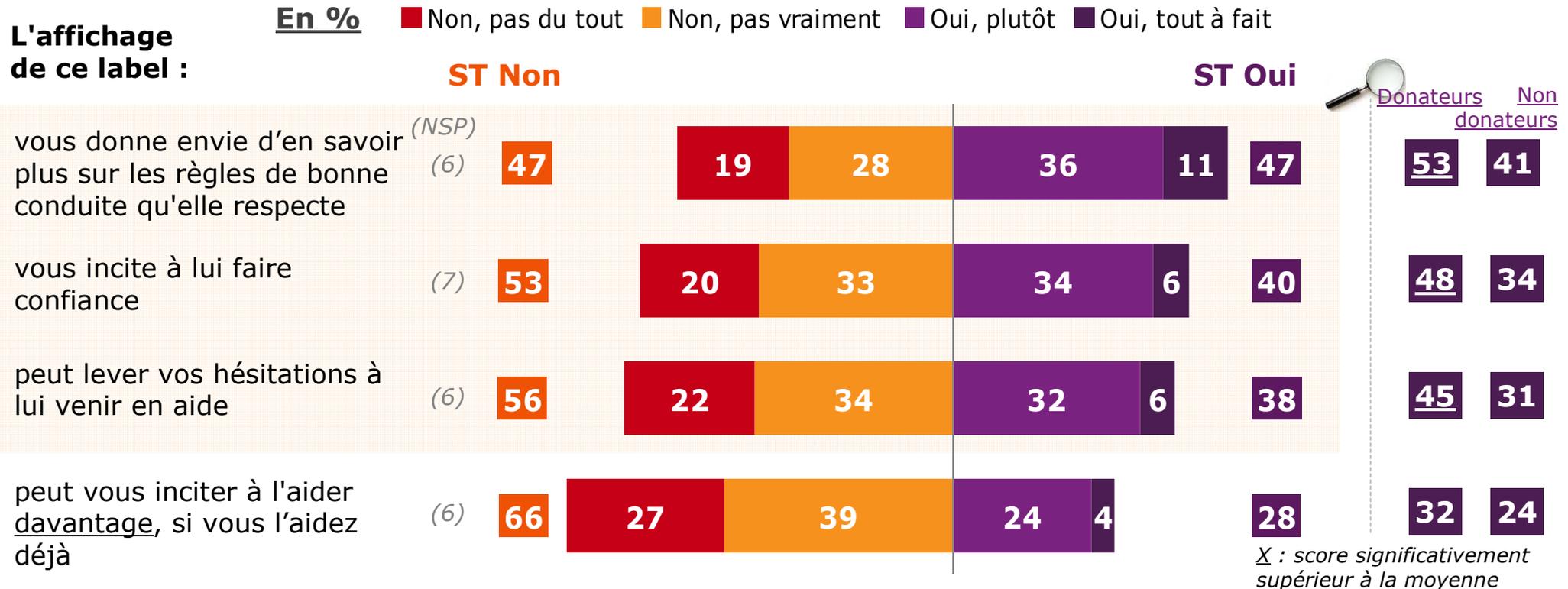
Connaissez-vous ce logo ?

| | COMITÉ DE LA CHARTE donner en confiance | | AGRÉÉE PAR COMITÉ DE LA CHARTE don en confiance | | | |
|-----------------|--|------|---|-----------|-----------|-----------|
| | 2001 | 2004 | Août 2007 | Août 2008 | Août 2010 | Août 2011 |
| Base : ensemble | | | | | | |
| Oui | 4% | 5% | 7% | 9% | 8% | 11% |
| Non | 93% | 94% | 93% | 90% | 91% | 88% |

Base : Ensemble - n = 1052

F10 Connaissez-vous ce label que certaines associations ou fondations affichent sur leurs documents, leurs publicités et leurs courriers ?

La marque d'agrément incite d'abord à s'informer, selon près d'1 Français sur 2, puis à la confiance et au don



POUR RAPPEL

Diriez-vous que voir une association ou une fondation afficher ce logo vous incite...?

| % ST "Incite" | Août 2011 |
|---------------------------------|-----------|
| à lui faire davantage confiance | 38% |
| à lui faire un don | 27% |

F10B 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 = 1052

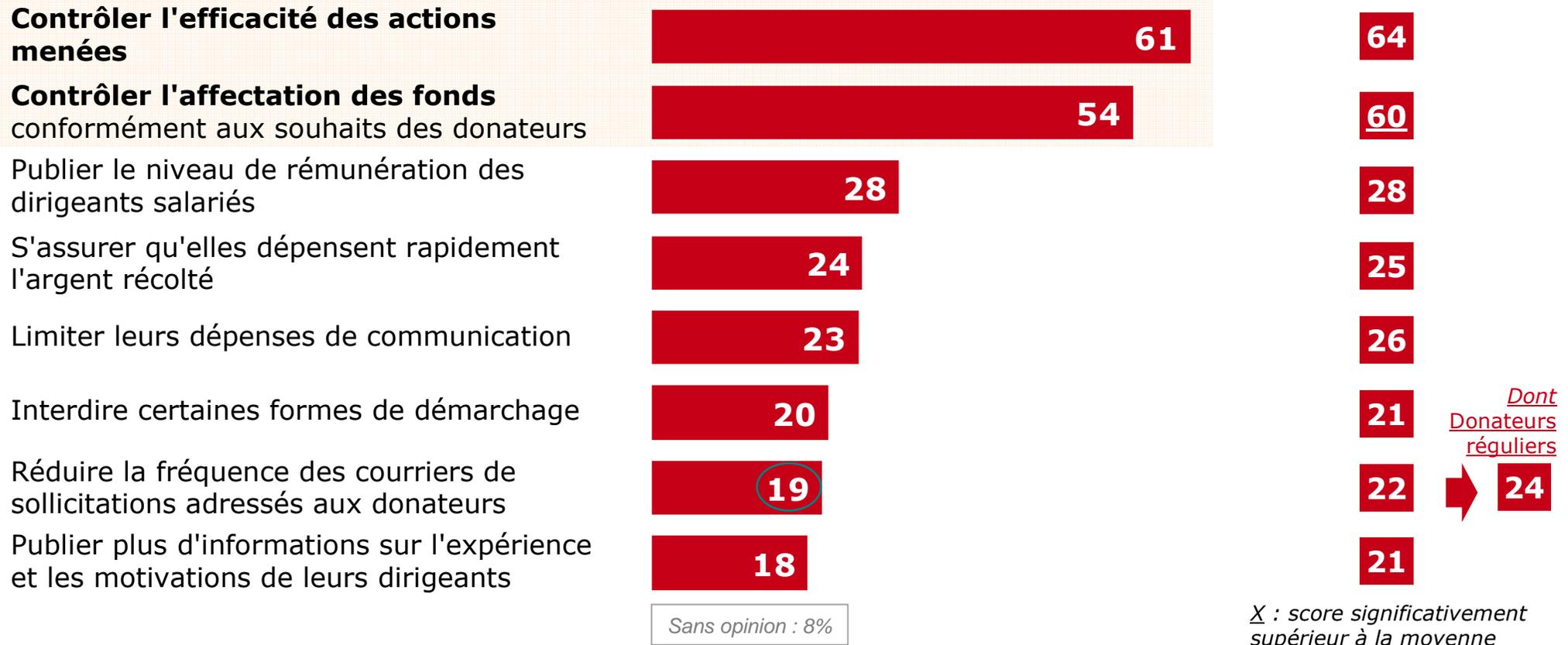
2.5

Contrôles et règles de bonne conduite à faire appliquer *(nouvelle partie)*



Le Comité de la Charte est plus attendu sur le contrôle du bon usage des fonds sur l'édiction de règles portant sur la gouvernance ou sur les méthodes de collecte

% Prioritaire



Base : Ensemble - n = 1052

F40 Le Comité de la Charte est un organisme qui accorde le label "Don en confiance" aux associations et fondations qui respectent les règles qu'il édicte. Il souhaite améliorer ces règles. Parmi les propositions suivantes, quelles sont les plus prioritaires, selon vous, pour augmenter votre confiance ?

Néanmoins, certaines formes de sollicitations constituent des « irritants » importants



Etre sollicité(e) par téléphone

Recevoir des courriers de sollicitation contenant des gadgets, des petits cadeaux

Recevoir des courriers trop luxueux

Etre sollicité(e) dans la rue

Etre sollicité(e) par SMS ou par e-mail

Ne pas recevoir de compte-rendu sur ce qu'elle a fait de mon argent

Avoir l'impression qu'une assoc. ou fond. que vous avez aidée avait donné vos coordonnées à d'autres assoc. ou fond. pour qu'elles vous sollicitent aussi

Etre très souvent relancé(e) par une association ou fondation que vous avez aidée



Aucune : 5%
Sans opinion : 4%



On note un malaise vis-à-vis des sollicitations coûteuses

X : score significativement supérieur à la moyenne

Base : Ensemble - n = 1052

F41 Parmi les choses suivantes, y en a-t-il qui vous incitent plus particulièrement à vous méfier d'une association ou fondation ?

* Donne au moins une fois par an

3

En conclusion



Quelques enseignements clés

- ❑ **L'attente d'un contrôle externe sur l'usage des fonds se maintient** : les garanties apportées sur la personnalité des dirigeants et les rémunérations ne suffisent pas à générer la confiance.
- ❑ **L'édiction des règles concernant la sollicitation** n'est pas la 1^{ère} priorité, mais peut néanmoins **constituer une réponse aux irritations provoquées par ces formes de collecte**. Parmi elles, les sollicitations coûteuses perçues comme gênantes par environ 4 donateurs sur 10.
- ❑ **Les associations et fondations sont de plus en plus attendues sur les réseaux sociaux, même si ce n'est pas aujourd'hui un levier de confiance primordial**. La façon dont elles s'expriment sur le web, et la diffusion d'une charte de bonnes pratiques à ce sujet, peut peut-être faire partie des chantiers importants du Comité de la Charte.

MERCI

