

2024 : Confiance record dans les associations malgré la baisse des dons Décryptage des nouveaux enjeux et attentes

Malgré une baisse des dons en 2024, la confiance des Français dans les associations et fondations n'a jamais été aussi forte, le baromètre de la Confiance 2024 révèle qu'elle atteint un record historique de 64%, alors que celle à l'égard des institutions politiques continue de reculer. Cette dynamique positive s'accompagne de nouvelles attentes : transparence accrue, gestion rigoureuse des dons et engagement environnemental, en particulier chez les jeunes générations. **Quels sont les profils des donateurs et quelles sont leurs motivations ? Décryptage des tendances et des leviers à exploiter.**

Une Confiance dans les associations qui atteint un niveau record depuis la création du baromètre

Face à la défiance croissante envers les institutions politiques nationales (**21%**, - 4 points), les associations et fondations se démarquent. Avec **64%** de confiance (**+4 points**), elles surpassent de loin l'optimisme des citoyens pour l'avenir de la société (**22%**). Les jeunes (**81%**), les bénévoles (**78%**), et les diplômés du supérieur (**70%**) ainsi que les sympathisants des partis de gauche (**83%**) et du centre (**85%**) affichent des niveaux de confiance particulièrement élevés. Une progression notable est également observée pour les collectivités locales, qui bénéficient désormais de la confiance de 65% des Français (**+2 points**).

Les domaines qui inspirent le plus confiance

Les causes qui inspirent le plus de confiance en 2024 sont l'aide à l'enfance (**72%**, **+4**) et la lutte contre les violences faites aux femmes (**68%**, **+5**). La protection des animaux demeure le domaine le plus plébiscité (**73%**, **+2**). Chez les moins de 35 ans, des priorités telles que la défense des droits de l'Homme (**73%**), la protection de l'environnement (**72 %**), et la réussite scolaire (**71 %**) dominent.

Portraits des donateurs : motivations, profils et stratégies de fidélisation

80% des Français ont déjà fait un don, majoritairement via les dons classiques à des associations ou fondations (**73%**). D'autres moyens, tels que les arrondis solidaires, les événements caritatifs ou les cagnottes en ligne, mobilisent 52% d'entre eux. Pourtant, 2024 a vu une baisse des dons, affectant leur montant, leur fréquence, et le nombre de dons. Le premier motif de cette baisse de don étant le manque d'argent.

Quelles sont alors les motivations qui poussent ces donateurs à donner malgré tout ? En croisant les motifs et la fréquence des dons, cinq archétypes de donateurs émergent. À l'exception des opportunistes (**6%**), qui donnent rarement, les autres profils se répartissent en deux grandes familles :

- **Les donateurs attachés à une cause** : « Les engagés d'une cause » (**41%** des donateurs) soutiennent fidèlement une même association, tandis que « les militants intermittents » (**22%**) sont fidèle à une même cause mais déplacent leur soutien d'une association à une autre, ou le suspendent ponctuellement.
- **Les donateurs motivés par la méthode** : « Les donateurs affinitaires » (**20%**) sont influencés par l'approche et le lien que l'association a su créer avec eux. « Les donateurs volatils » (**11%**), beaucoup plus jeunes, ne sont pas des contributeurs réguliers.

Cette segmentation montre que les stratégies de fidélisation doivent être adaptées selon le profil. Plus d'un tiers des donateurs (affinitaires et volatils) sont séduits par la vision unique et la dimension identitaire d'une association, ce qui fait de la **méthode et manière employée pour défendre la cause**, un levier clé. Alors que, pour « les engagés » et « les intermittents », **la traçabilité et la preuve d'efficacité** sont des éléments déterminants.

Un besoin accru de confiance et de traçabilité

Les principaux freins aux dons restent les mêmes : le manque de confiance à l'égard de l'utilisation des fonds (**67%**) et le manque d'argent (**56%**). Alors que, les principaux motifs de don sont la cause défendue (**69%**, **+4**), la traçabilité des dons (**58%**, **+2**), et l'efficacité des actions (**53%**, **+1**).

Pour renforcer la confiance dans les organisations, six critères se détachent : qu'elles rendent compte de leurs actions (**67%, +4**), qu'elles affichent clairement leurs missions (**67%, +2**), qu'elles gèrent rigoureusement les dons (66%, +4), leur transparence financière (**65%, +4**), qu'elles soient contrôlées (**64%, +2**), et qu'elles affectent les dons aux actions précises (**63%, +4**). Chez les moins de 35 ans, les informations disponibles sur leur site internet (**65%**) et qu'elles s'engagent sur des critères de responsabilité environnementale et sociétale (**55%**) sont des priorités.

L'étude révèle un désir grandissant de transparence et de traçabilité chez les donateurs, **87%** des donateurs réguliers souhaitent recevoir des informations sur la manière dont le don a été utilisé. Dans ce contexte, obtenir un label de confiance apparaît plus que jamais comme un atout majeur pour renforcer le lien de confiance et répondre aux exigences des donateurs. L'étude démontre que le fait qu'une association ou une fondation soit labellisée renforce la confiance dans cet organisme pour **69% des Français (+3)**. Plus encore, **68% (+1)** des Français seraient enclins à faire un don à une organisation labellisée.

Baromètre de la Confiance réalisé en ligne du 2 au 11 septembre 2024 par l'Institut ViaVoice.

Auprès d'un échantillon représentatif de la population française de 2 002 personnes de plus de 18 ans.

Représentativité par la méthode des quotas appliquée aux critères suivants : sexe, âge, profession de l'interviewé, région et catégorie d'agglomération.

À PROPOS

Le label Don en Confiance a pour mission de rassurer les donateurs et de garantir la transparence dans l'utilisation de leurs dons. Il contrôle et accompagne les associations et fondations qui s'engagent à respecter sa Charte de déontologie fondée sur des principes de transparence, de recherche d'efficacité, de probité et désintéressement, et de respect des donateurs. Dans une logique d'amélioration continue et de réponse aux attentes des donateurs la charte est évolutive. Le Don en Confiance assure ainsi une gestion rigoureuse, efficace et éthique des contributions. A ce jour, le Don en Confiance rassemble 100 organisations labellisées, suivies par 120 contrôleurs bénévoles experts. www.donenconfiance.org.

Contact presse : [Naoielle Benhamadi](mailto:Naoielle.Benhamadi) | 01 53 36 35 16 | nbenhamadi@donenconfiance.org