

Le baromètre de la Confiance - Vague 4

Présentation des résultats - 22 septembre 2011



Sommaire

Présentation de l'étude

- 1 **La confiance**
 - 1.1 **L'état de la confiance**
 - 1.2 **Les leviers de la confiance**
 - 1.3 **La perception du contrôle**
- 2 **Le sentiment de méfiance à l'égard des associations et fondations**
- 3 **Les raisons du non don**
- 4 **Etat ou associations / fondations : à qui fait-on le plus confiance ?**
- 5 **Relation organismes / donateurs : Attentes et évaluation**
- 6 **La « confiance numérique » : état des lieux**

**Le baromètre de la
Confiance - Vague 4**
Présentation des
résultats - septembre
2011

Auteurs
Wandrille RIBLIER
Caroline LABENERE

Nom du Client
Comité de la Charte

Secteur
TNS-SOFRES - Stratégies
d'opinion Corporate

18RM10 | © TNS



Présentation de l'étude



Un observatoire de la confiance

Le Comité de la Charte, organisme de contrôle de l'appel à la générosité publique, a lancé il y a 4 ans avec TNS SOFRES un baromètre visant 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 son action et de sa légitimité :

- Auprès des associations et fondations, il s'agit pour le Comité 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 .



Objectifs de l'étude

Pour cette quatrième vague, le Comité de la Charte a souhaité, d'une part, renouveler l'interrogation du grand public sur certaines questions clés posées lors des vagues précédentes permettant de mieux définir les niveaux de confiance, le rôle joué par le contrôle dans la confiance et l'influence éventuelle de la confiance sur le don.

Il a souhaité, d'autre part, explorer de nouveaux thèmes :

- les attentes du grand public en matière de *relation* avec les associations ou fondations,
- les ressorts de la *méfiance* à l'égard des organismes,
- l'impact d'*Internet* dans la confiance qui leur est accordée et sur les comportements de dons

Par ailleurs, le Comité de la Charte a souhaité interroger sur certains aspects du baromètre une nouvelle cible stratégique pour les associations et fondations : les jeunes de 18 à 35 ans

Fiche technique



Cible	GRAND PUBLIC (Vague 4)	JEUNES (NOUVEAU)
Dates de réalisation	Du 26 au 29 août 2011	Du 26 août au 1 ^{er} septembre 2011
Méthodologie	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.	Enquête réalisée online
Structure de l'échantillon	Echantillon national de 999 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).	Echantillon de 1000 jeunes , représentatif de la population française de 18 à 35 ans

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.

Définitions :

- **Donateurs** : Individus faisant des dons en argent de manière régulière ou occasionnelle à des associations ou fondations faisant appel à la générosité du public ;
- **Bénévoles** : Donateurs réguliers en temps au sein d'associations de temps en temps ou régulièrement ;





En préambule :
**Attitudes en matière
de dons**

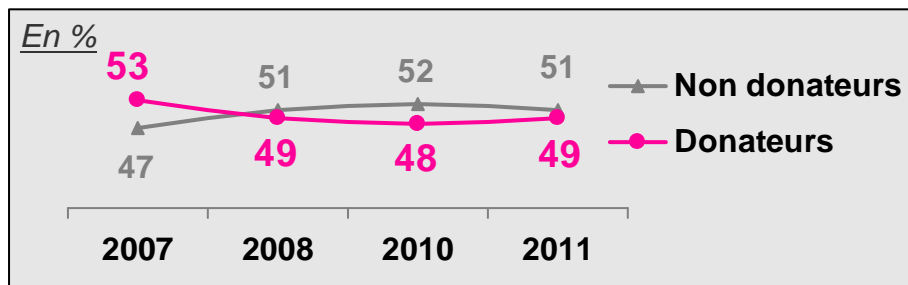
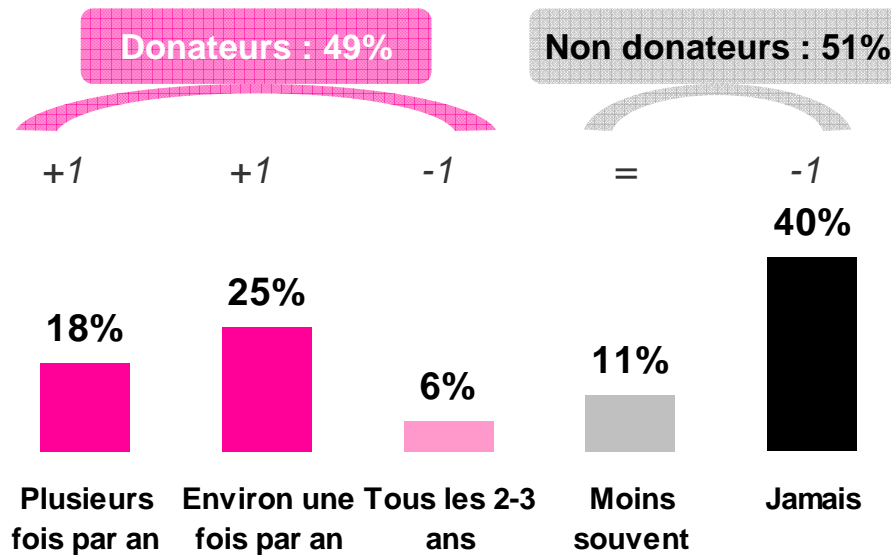
En toile de fond

En 2010, différentes mesures ont permis d'observer :

- une **stagnation du nombre de foyers fiscaux déclarants**, le cercle des donateurs se maintenant à 5 millions de foyers environ,
- et la **hausse par foyer du montant des dons déclarés en 2010**, chez les plus aisés notamment.

Source : La Générosité des Français - Recherches et Solidarité

Dans le grand public, le pourcentage d'interviewés qui se déclarent donateurs est stable depuis 2010, et le montant des dons augmente sensiblement

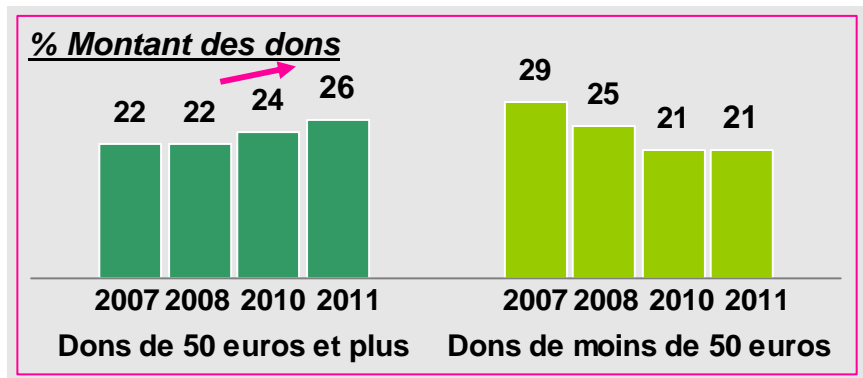
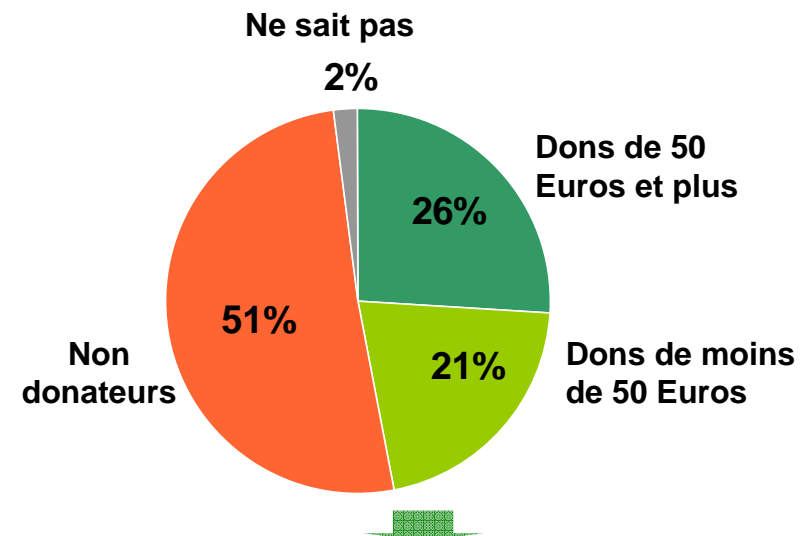


F11 : Vous arrive-t-il d'aider par des dons en argent des associations ou fondations faisant appel à la générosité publique* ?

Base : Ensemble – n = 999

+/- : Evolution vs 2010

* Libellé posé jusqu'en 2010 : "Vous arrive-t-il d'aider par des dons en argent des associations ou fondations faisant appel à la générosité du public ?"

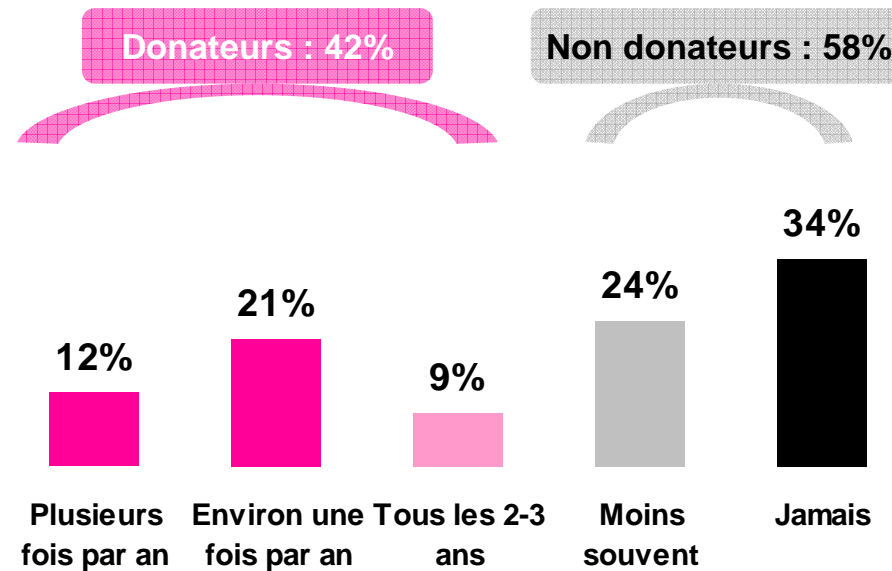


F12 : Pouvez-vous me dire quel montant approximatif vous avez donné au total, sur l'année ?

Base : Ensemble – n = 999

(Détail des montants en annexe)

Chez les jeunes, 2 individus sur 5 environ déclarent faire un don occasionnel ou régulier à des associations et fondations



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

Base : Ensemble – n = 1000

La confiance

1



L'état de la confiance

1.1



La confiance à l'égard des associations et fondations se renforce, même si les *très* confiants représentent toujours une faible part



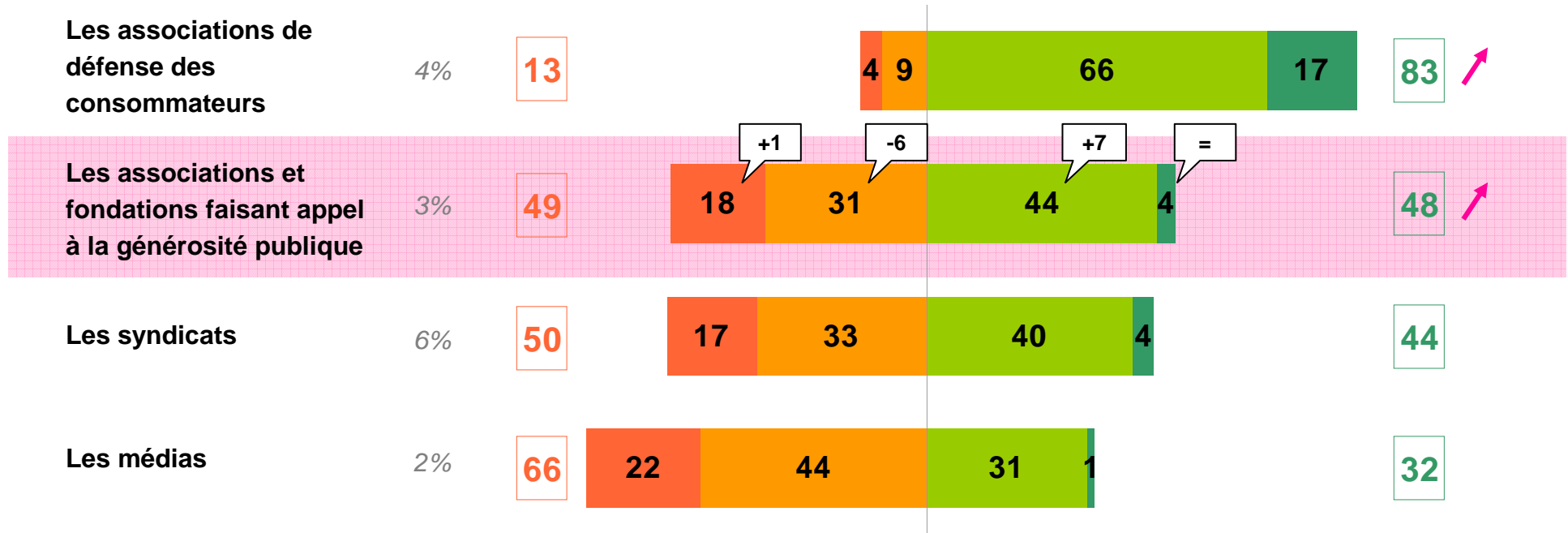
En %

■ Pas du tout ■ Plutôt pas ■ Plutôt ■ Tout à fait

NSP

ST "Pas confiance"

ST "Confiance"



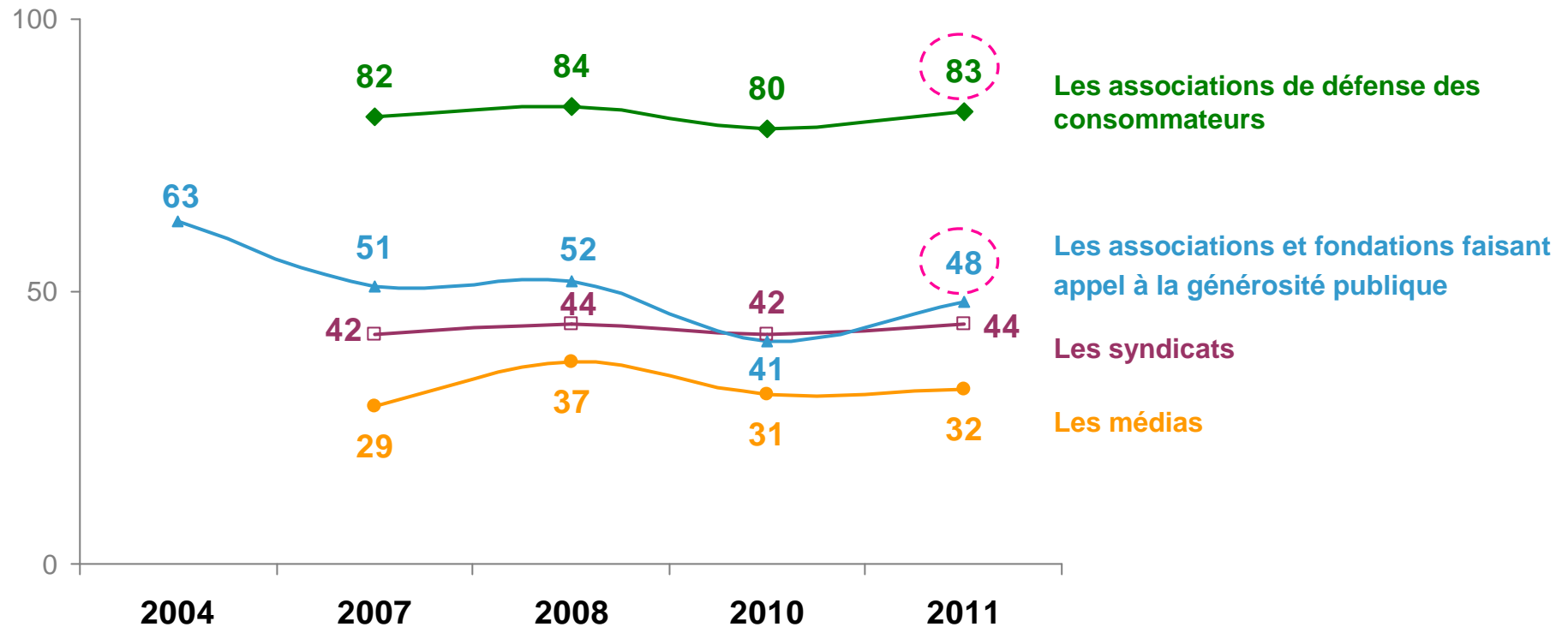
F1 Diriez-vous que dans l'ensemble vous avez tout à fait confiance, plutôt, plutôt pas ou pas du tout confiance dans ... ?

Base : Ensemble – n = 999

Après un creux en 2010, on observe un rebond net de la confiance à l'égard des associations et fondations



En % ST "Confiance"



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 soutiens traditionnels réaffirment leur confiance



En %

■ Pas du tout ■ Plutôt pas ■ Plutôt ■ Tout à fait

ST "Pas confiance"

ST "Confiance"

Les associations et fondations faisant appel à la générosité publique

49%

18

31

44

4

48%

Les moins confiants ...

- Les sympathisants de droite : 56% (-6 pts)
- Les 50-64 ans : 58% (-1 pt vs 2010)
- Les Non donateurs : 60% (-7 pts)
- Les personnes sans diplôme : 62% (+ 6 pts)

Les « plus » confiants ...

- + Les moins de 35 ans : 52% (+6 points vs 2010)
- + Les CSP+ : 55% (+6 pts)
- + Les diplômés Bac +2 ou plus : 55% (+ 4 pts)
- + Les sympathisants de gauche : 56% (+6 pts)
- + Les habitants de l'aggl. parisienne : 59% (+6 pts)
- + Les Donateurs : 59% (+3 pts) dont :
 - Les donateurs réguliers : 60% (+ 4 pts)
 - Les donateurs occasionnels : 57% (+ 15 pts)

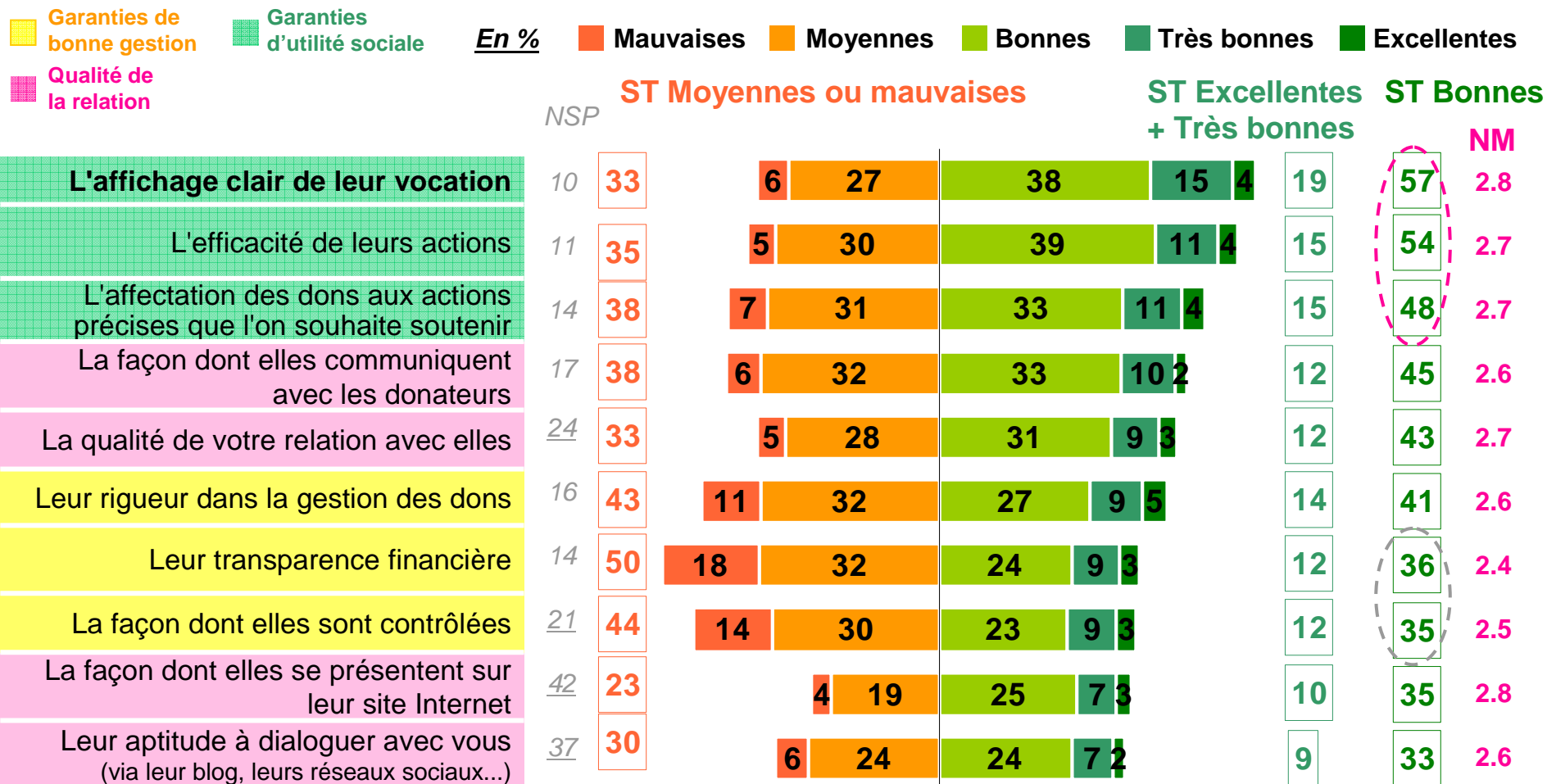
Base : Ensemble – n = 999

Les leviers de la confiance

1.2

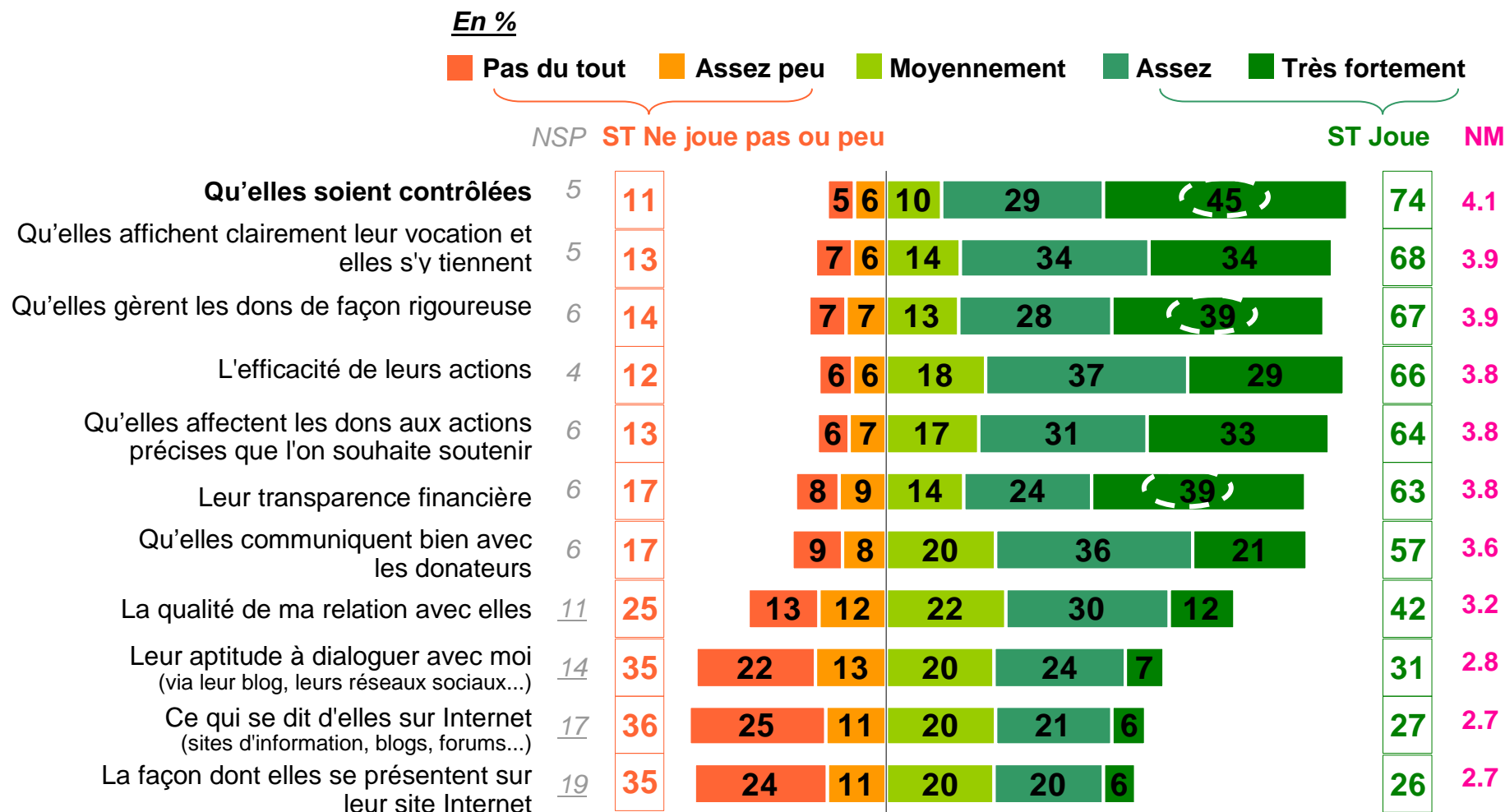


L'utilité sociale des associations et fondations est moins sujette à caution que la qualité de leur gestion.



F3 J'aimerais à présent que vous évaluiez la performance des associations ou fondations faisant appel à la générosité publique sur ces mêmes critères. Pour chacun d'entre eux, dites-moi en quoi les associations ou fondations vous semblent aujourd'hui excellentes, très bonnes, bonnes, moyennes ou mauvaises.

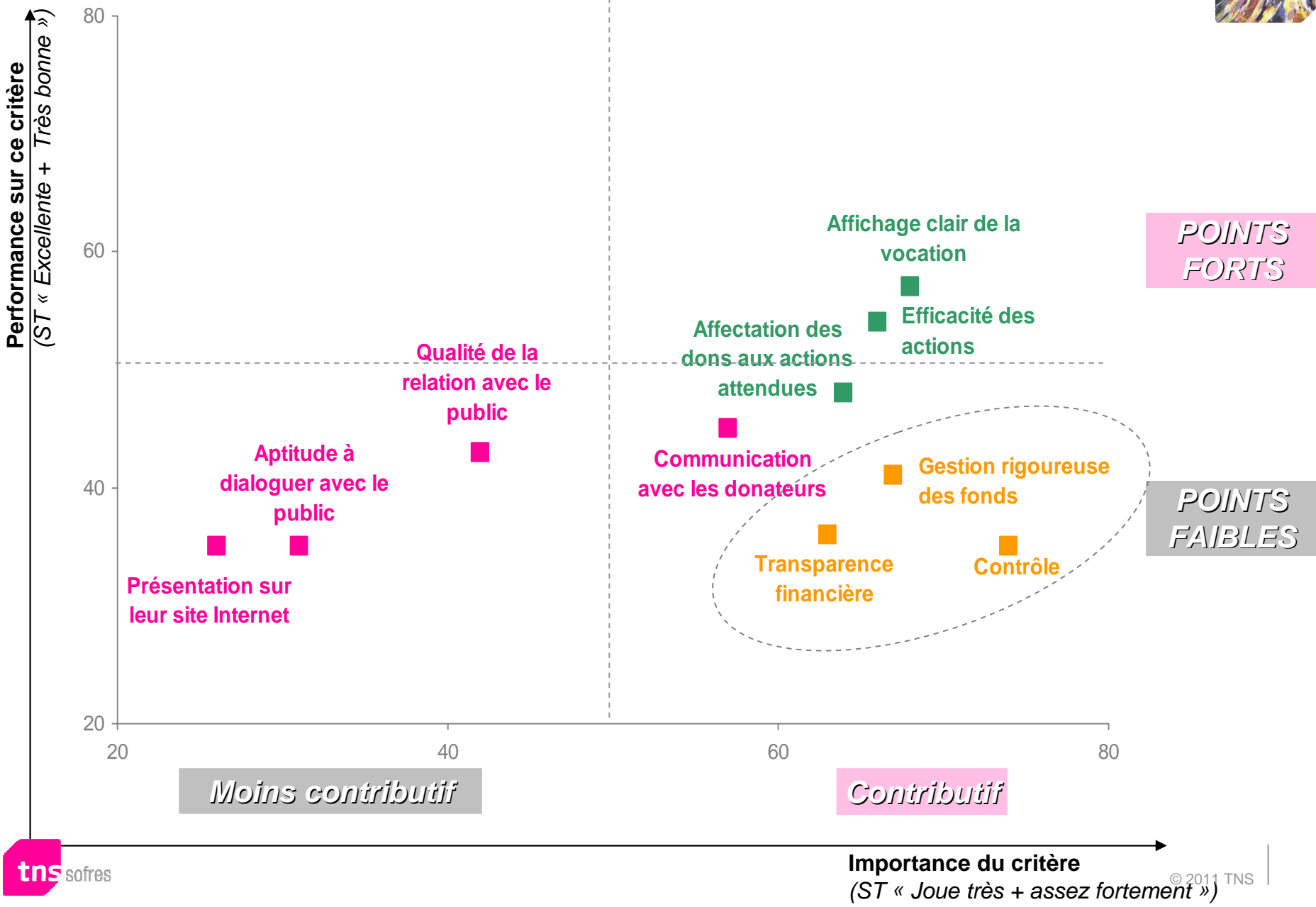
L'existence d'un contrôle reste le premier levier de confiance. Celui-ci doit porter sur l'affectation des fonds aux causes annoncées tout autant que sur la bonne gestion



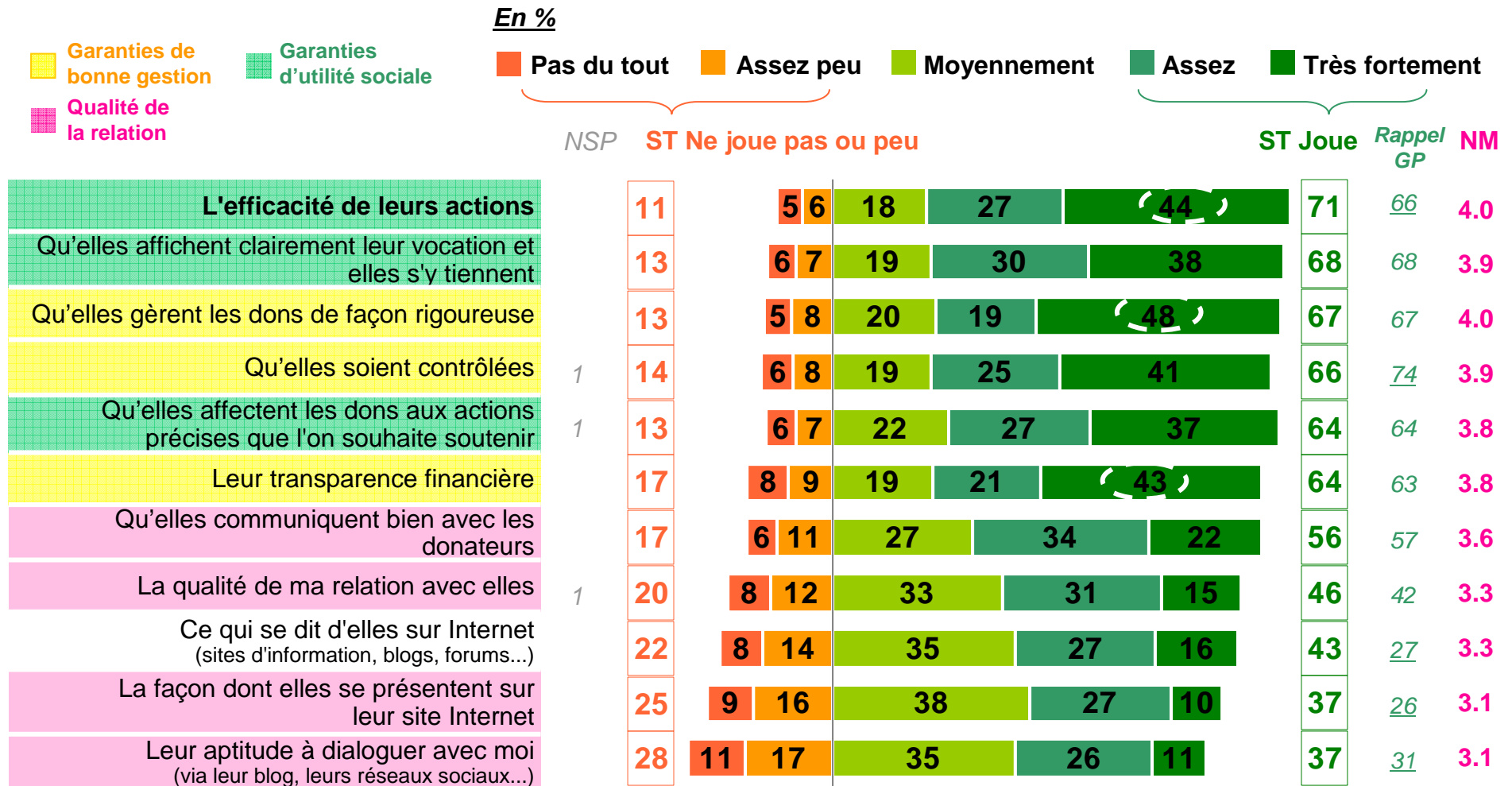
F2 Je vais vous citer un certain nombre de critères. Pour chacun d'entre eux, vous m'indiquerez si d'après vous il joue très fortement, assez, moyennement, assez peu ou pas du tout dans la confiance que vous accordez aux associations ou fondations faisant appel à la générosité publique.



Attentes vs Performances des organismes : les garanties de bonne gestion sont le point faible le plus important



Chez les jeunes : L'exigence de résultats prime, les procédures de contrôle pèsent un peu moins lourd alors qu'Internet, comme canal d'information, prend de l'importance.



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.

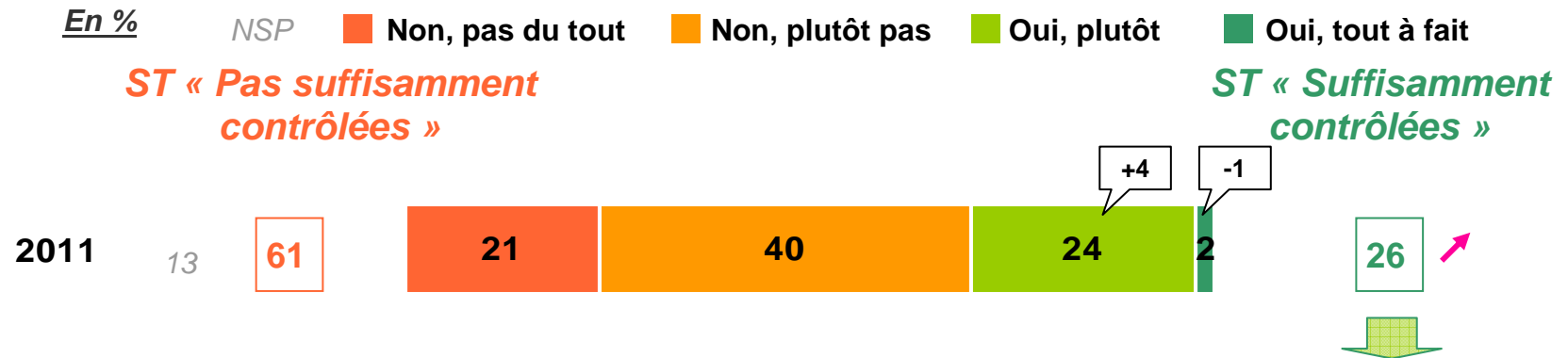
La perception du contrôle

1.3



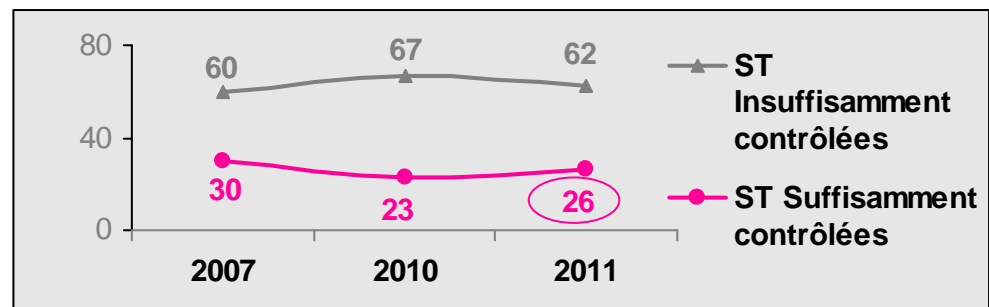


Le quart des Français considère que les associations et fondations sont suffisamment contrôlées, un score en progression.



Les catégories de population plus positives :

- les CSP+ (33%), habitants d'IDF (35%), diplômés de l'enseignement supérieur (34%), sympathisants de gauche (33%)
 - les donateurs (32%).
 - ceux qui connaissent le Comité de la Charte au moins de nom (40%)
 - ceux qui ont reconnu la marque d'agrément du Comité de la Charte (41%)
 - ceux qui font confiance aux associations et fondations (44%)



F5 Pensez-vous que les associations ou fondations faisant appel à la générosité publique soient suffisamment contrôlées ?

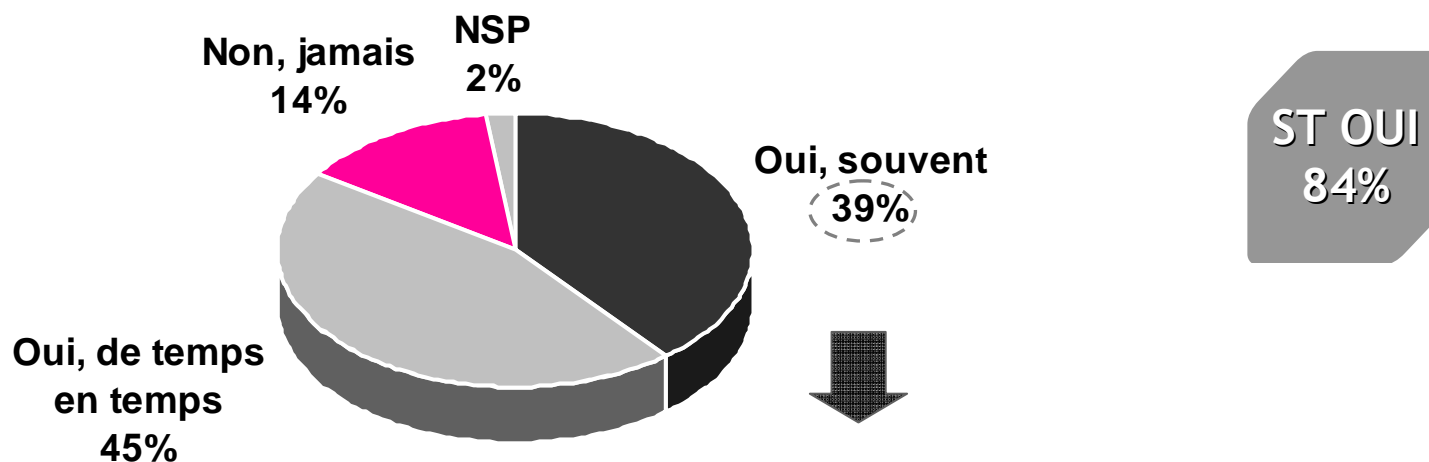
Base : Ensemble – n = 999

* Libellé posé jusqu'en 2010 : Pensez-vous que les associations ou fondations faisant appel à la générosité du public soient suffisamment contrôlées ?

Le sentiment de *méfiance* à l'égard des associations et fondations

2

Une grande majorité de la population française a déjà ressenti de la méfiance à l'égard des associations et fondations.
 A surveiller : la part des « méfiants réguliers » (39%)



- Les plus méfiants :**
- Les **50-64 ans** : 46%
 - Les personnes **sans diplôme** : 48%
 - Ceux qui considèrent que **les organismes sont insuffisamment contrôlés** : 53%
 - Ceux qui **ne font pas confiance** aux associations et fondations : 58%
 - Les **non donateurs** : 45%
- A noter, les **donateurs réguliers** : 33%

F16 Vous arrive-t-il souvent, de temps en temps ou jamais de ressentir de la méfiance à l'égard d'associations ou de fondations qui font appel à la générosité publique ?

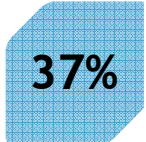
Base : ensemble – n = 999

Parmi les raisons de défiance citées, le manque de traçabilité ressort...ainsi que le manque d'honnêteté

REPROCHES SUR LE FONCTIONNEMENT

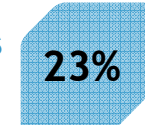


ST Manque d'informations



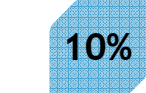
- Le manque de traçabilité, de transparence financière / On ne sait plus où vont réellement les fonds 29%
- Le manque de clarté, d'informations / le fonctionnement flou 10%

ST Gestion des fonds insatisfaisante



- Des fonds non utilisés ou partiellement utilisés pour la cause annoncée au départ 14%
- La mauvaise gestion, la mauvaise répartition des fonds 7%
- Les frais de fonctionnement trop importants (salaires, autres frais...) 5%

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

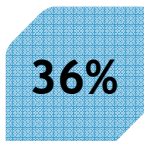


- Les associations sollicitent trop / sentiment de harcèlement 4%
- Les procédés de collecte par Internet, dans la rue... 4%

MAUVAIS EXEMPLES



Dont :
ST Manque d'honnêteté / détournements

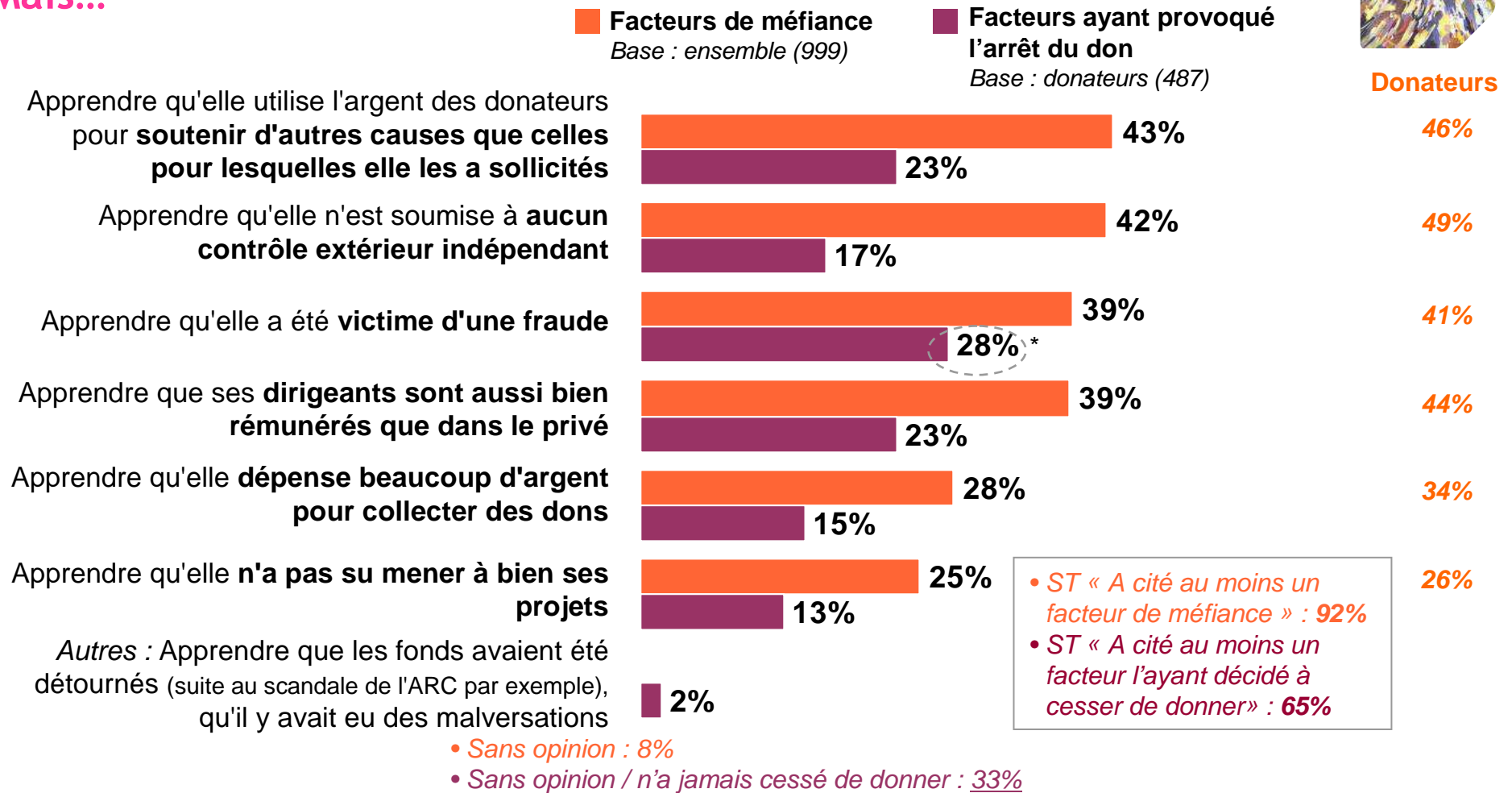


- Les fraudes / l'argent détourné par les dirigeants 17%
- Les scandales médiatisés / ce que l'on peut lire dans la presse 15%
- Citations d'un fait (Scandale de l'ARC, la rumeur de la Porsche de David Douillet payée par l'opération Pièces Jaunes...) 10%

Sans opinion : 3%

F17 Qu'est-ce qui peut faire qu'elles vous inspirent de la méfiance ?
Base : ressentent de la méfiance – n = 844

Méfiance ne veut pas toujours dire arrêt du don, Mais...



** Note de lecture : 28% des donateurs ont déjà décidé de cesser de donner à une association / fondation, après avoir appris qu'elle avait été victime d'une fraude (→ cette question ne nous permet pas de savoir quel % - parmi les donateurs qui ont appris qu'elle avait été victime d'une fraude, ont cessé de donner et quel % ont décidé de continuer)*

(Base : ensemble) F18 Parmi les situations suivantes, quelles sont celles qui vous inciteraient le plus à la méfiance vis-à-vis d'une association ou d'une fondation qui fait appel à la générosité publique ?

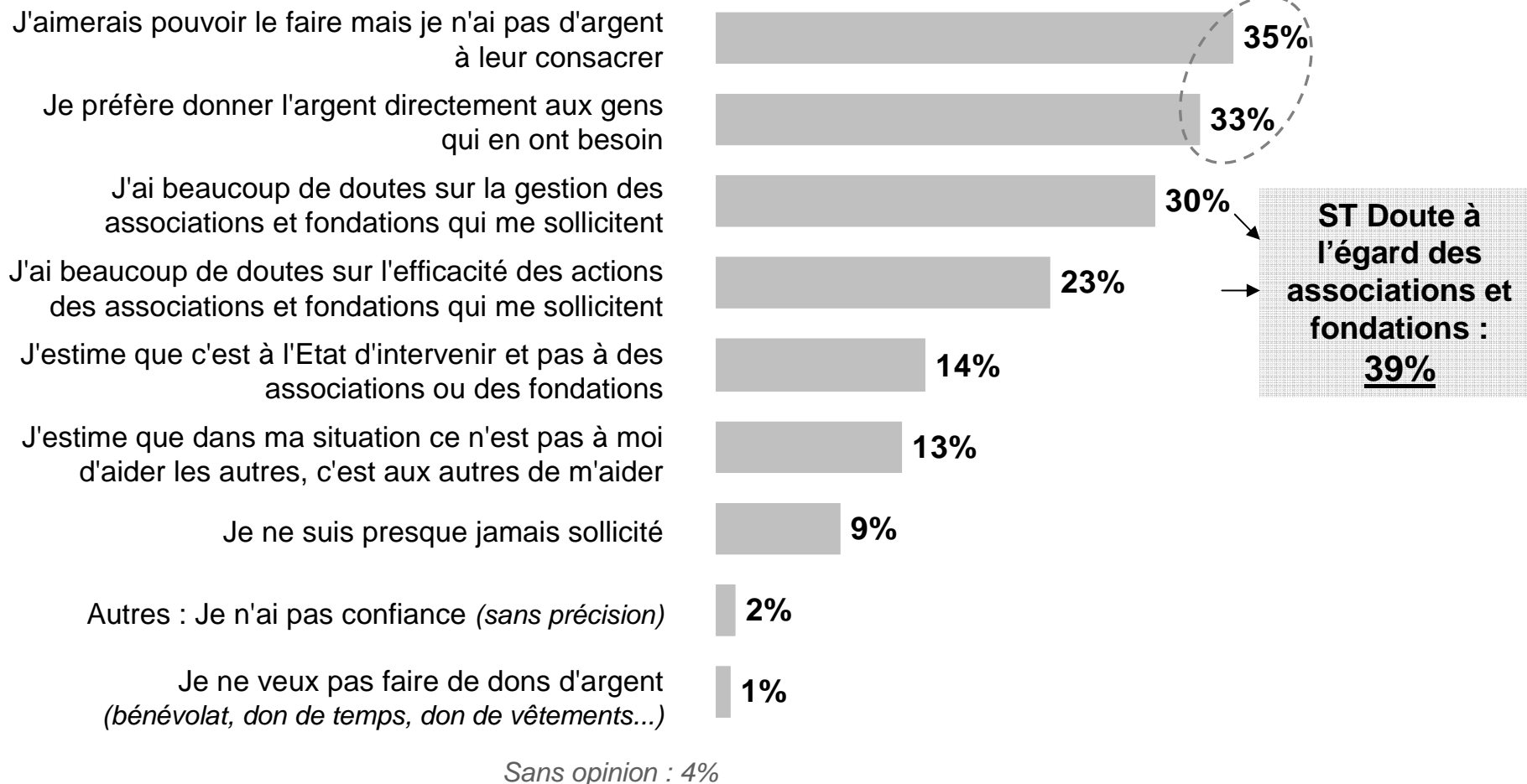
(Base : donateurs - c-à-d ceux qui donnent « plusieurs fois par an, environ une fois par an, tous les 2-3 ans ») F18B Et parmi les situations suivantes, quelles sont celles qui vous ont déjà décidé à cesser de donner à une association ou fondation faisant appel à la générosité publique ?

Les raisons du non don

3



Quatre non donateurs sur dix évoquent un manque de confiance dans les organisations



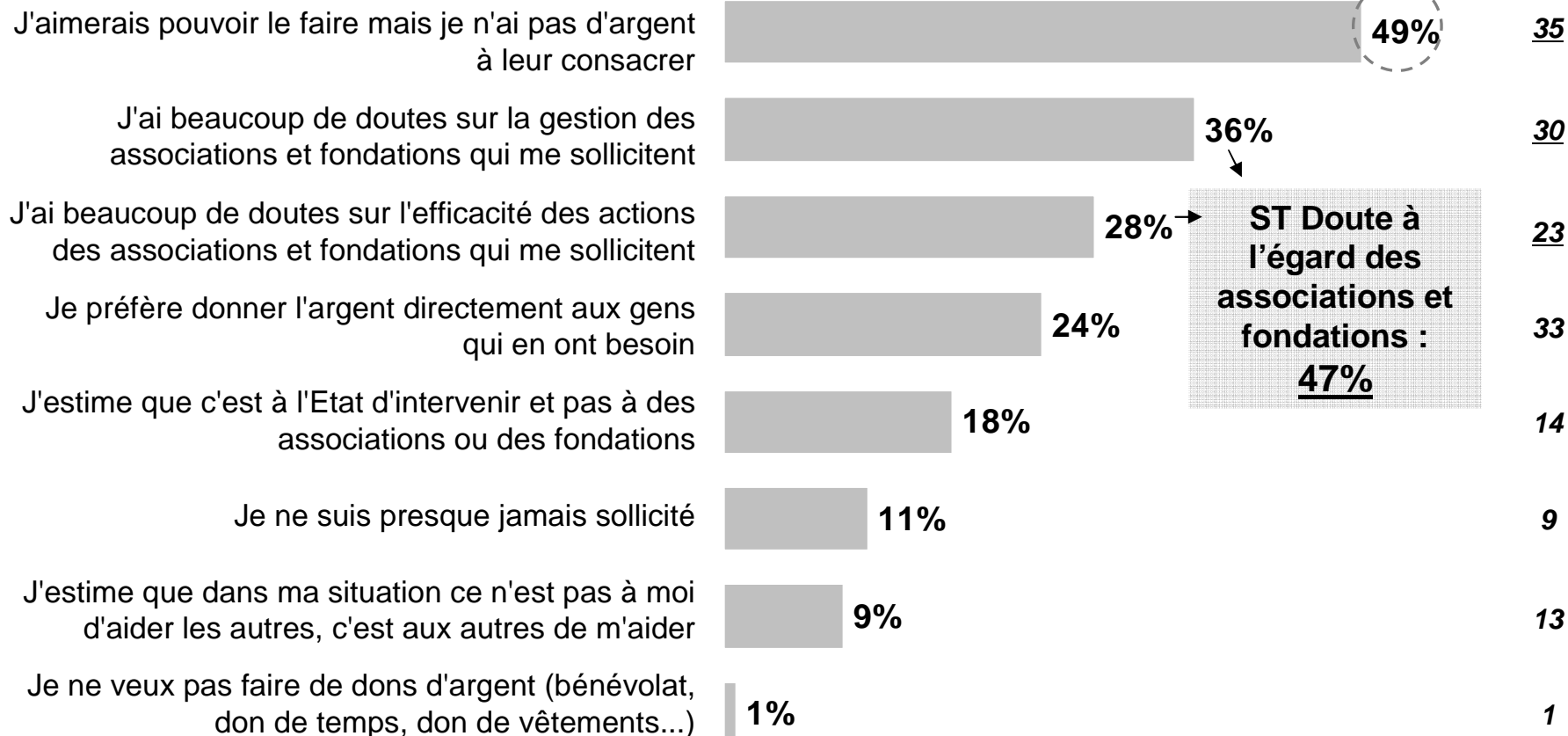
F12B Pour quelles raisons ne donnez-vous pas, ou seulement très rarement de l'argent à des associations ou des fondations qui font appel à votre générosité ?

Base : les non donateurs (donnent « moins souvent que tous les 2-3 ans ou jamais ») – n = 512

Chez les jeunes, le manque de ressources est davantage mis en avant. Ressort également plus le scepticisme sur la gestion des associations et l'efficacité de leurs actions.



Rappel
GP



F12B Pour quelles raisons ne donnez-vous pas, ou seulement très rarement de l'argent à des associations ou des fondations qui font appel à votre générosité ?

Base : les non donateurs (donnent « moins souvent que tous les 2-3 ans ou jamais ») – n = 577

Etat ou associations / fondations : à qui fait-on le plus confiance ?

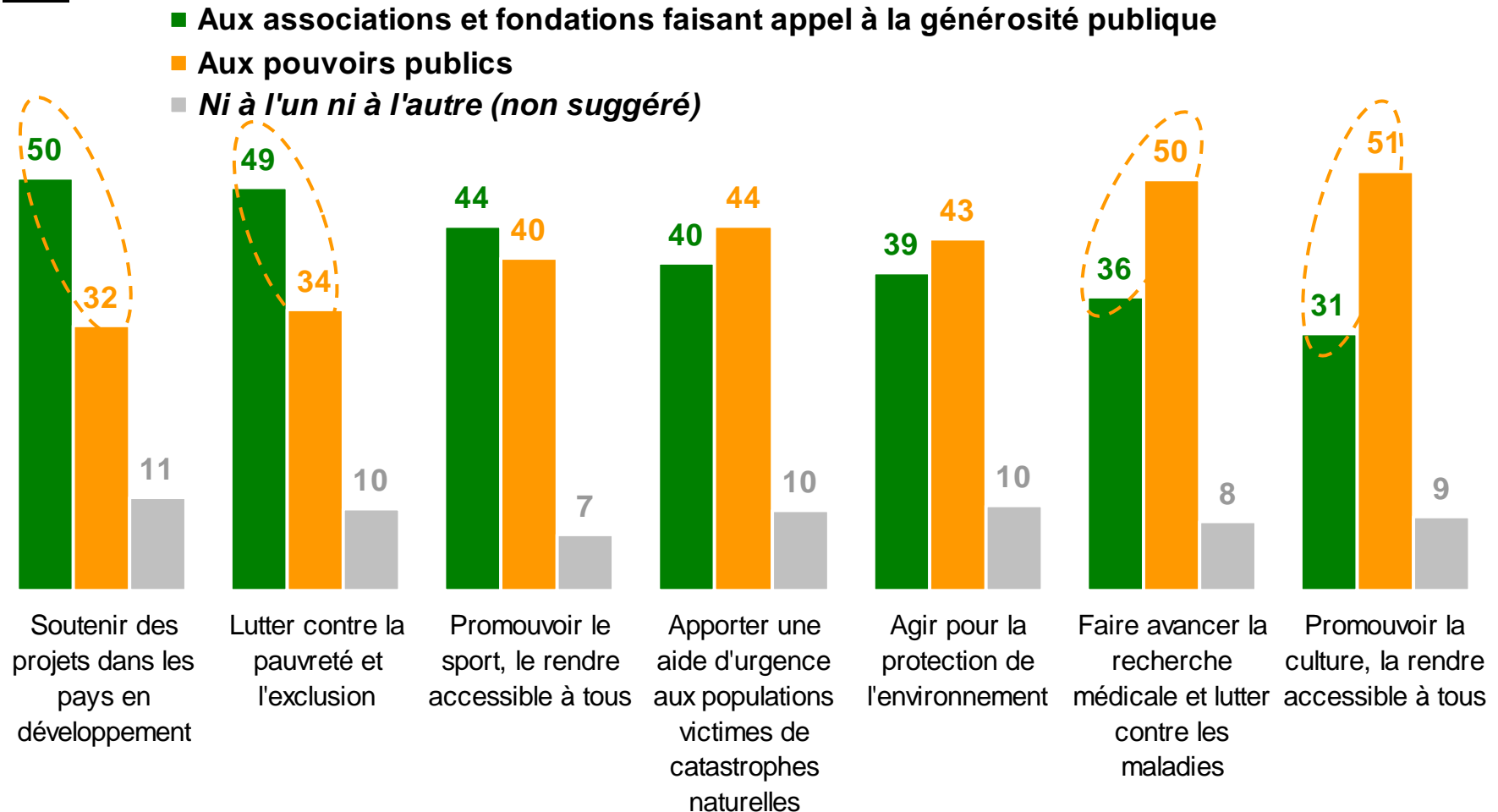
4



A qui fait-on le plus confiance ?

Des réponses très contrastées selon les domaines

En %



NB : la somme des scores est différente de 100%. Le différentiel correspond au score de Sans opinion

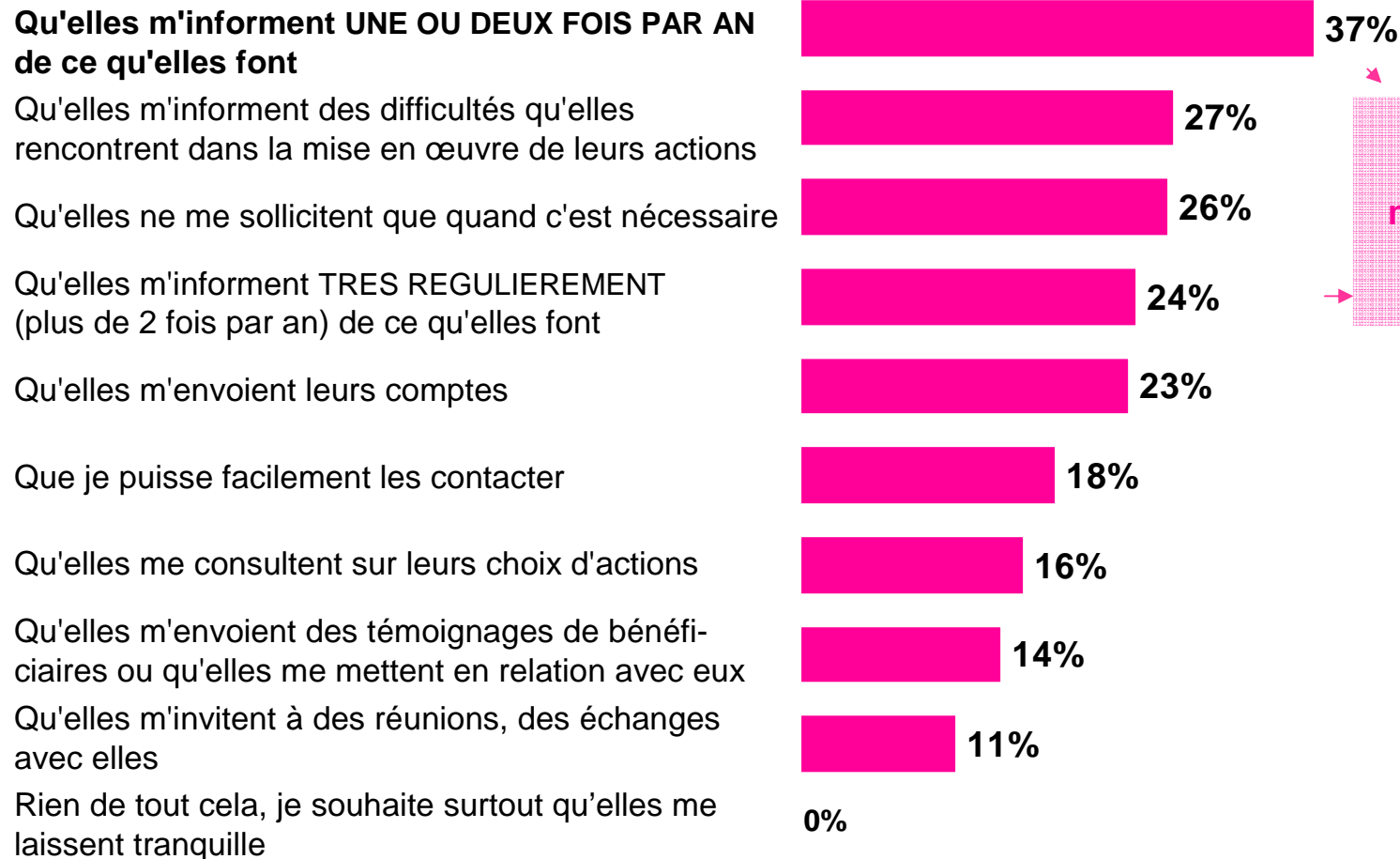
F20 Faites-vous davantage confiance aux pouvoirs publics ou aux associations et fondations faisant appel à la générosité publique pour... ?

e : ensemble – n = 999

Relation organismes / donateurs : Attentes et évaluation

5

Fréquence de relation et quantité d'information souhaitées : l'optimum n'est pas le maximum



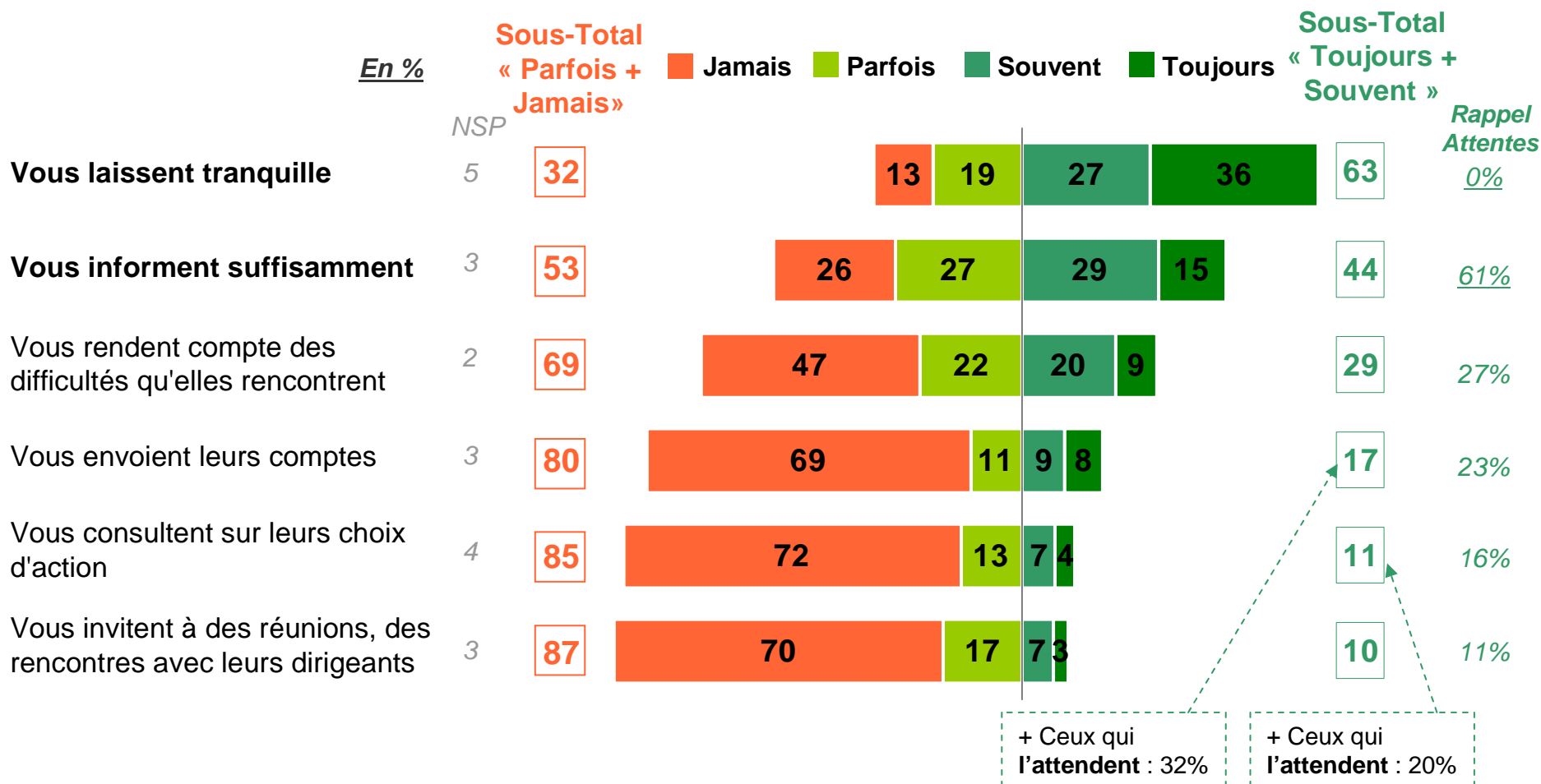
Sous-Total
 « Qu'elles m'informent de ce qu'elles font » :
 61%

Sans opinion : 13%

F14 Quelle relation souhaitez-vous avoir avec les organisations auxquelles vous donnez de l'argent ?

Base : les donateurs (donnent « plusieurs fois par an, environ une fois par an, tous les 2-3 ans ») – n = 487

Dans les faits, il n'est pas facile de donner à chaque donateur ce qu'il attend...



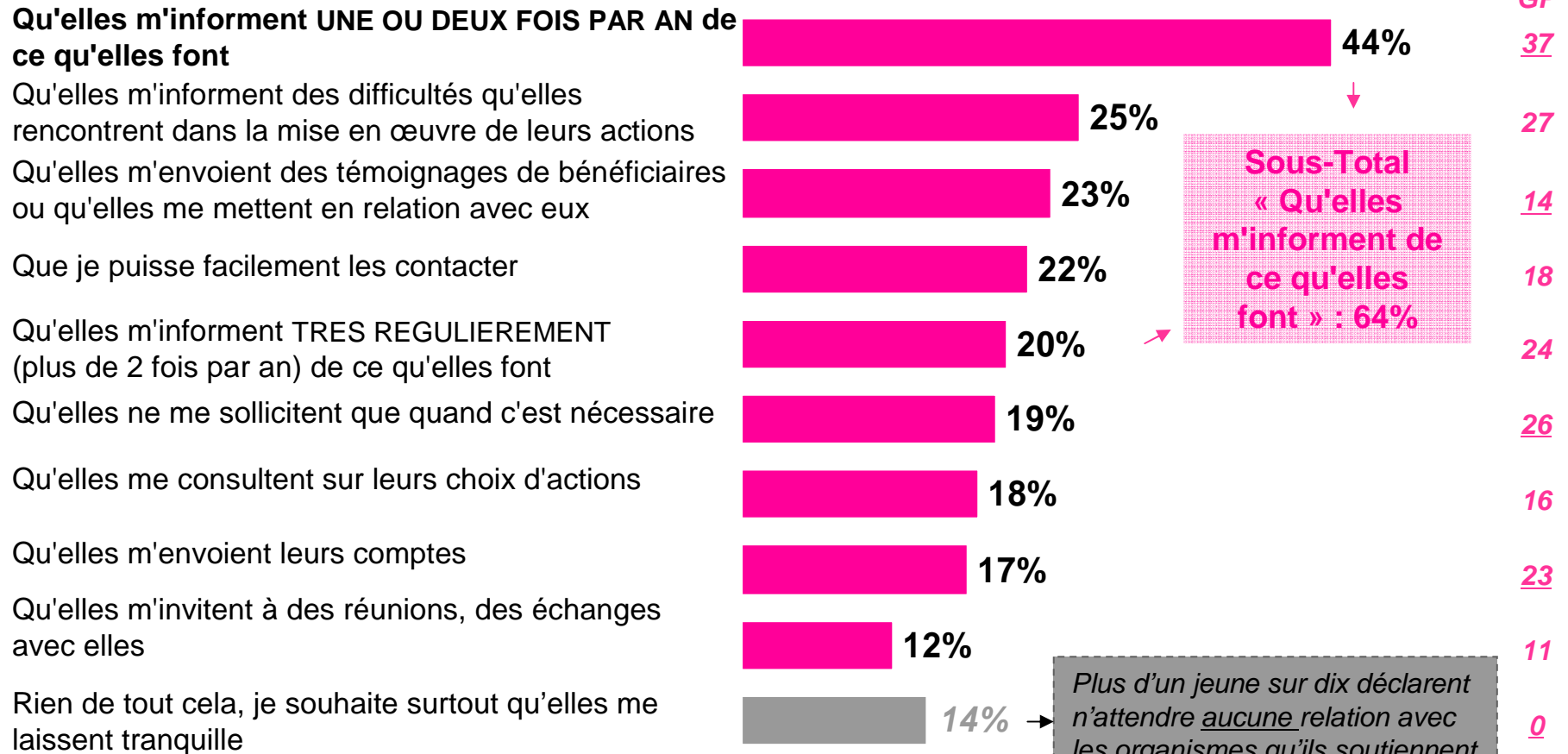
F15 Diriez-vous que les associations ou fondations auxquelles vous avez récemment fait des dons :

Base : les donateurs – n = 487

Les jeunes donateurs privilégient aussi une information annuelle sur les actions menées. En cohérence avec leurs attentes de preuves, ils se disent également sensibles aux témoignages.



Rappel GP



F14 Quelle relation souhaitez-vous avoir avec les organisations auxquelles vous donnez de l'argent ?

Base : les donateurs (donnent « plusieurs fois par an, environ une fois par an, tous les 2-3 ans ») – n = 423

La « confiance numérique » : état des lieux

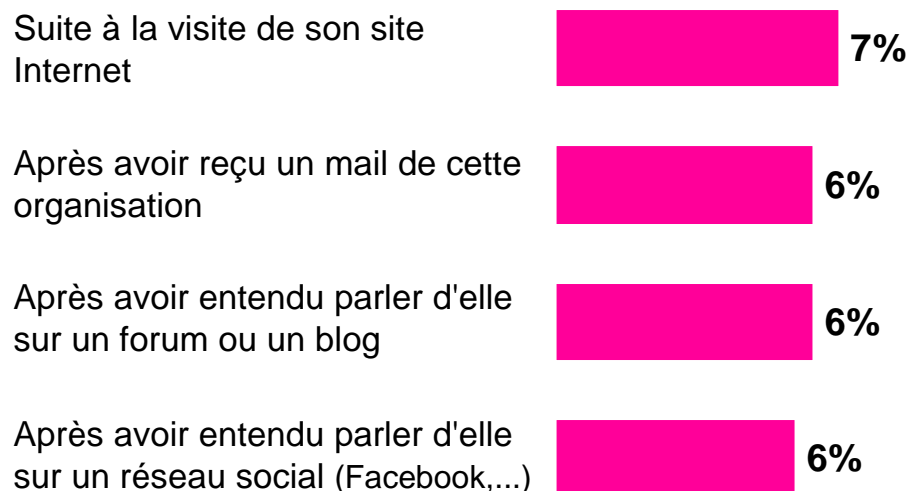
5



Une influence encore limitée d'Internet et des réseaux sociaux sur l'incitation au don, en positif comme en négatif...



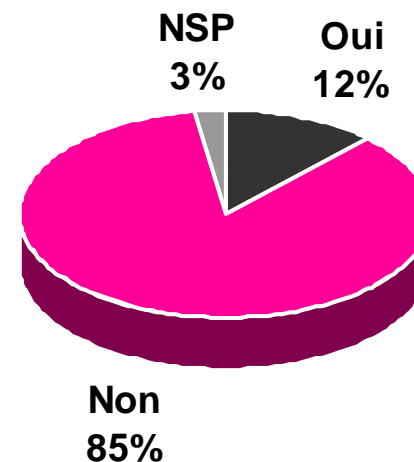
■ % A décidé de faire un don



F24 Avez-vous déjà décidé de faire un don à une organisation faisant appel à la générosité publique... ?

Base : les donateurs – n = 487

Arrêt du don ou décision de ne pas donner, après avoir obtenu des informations sur des blogs, forums ou réseaux sociaux



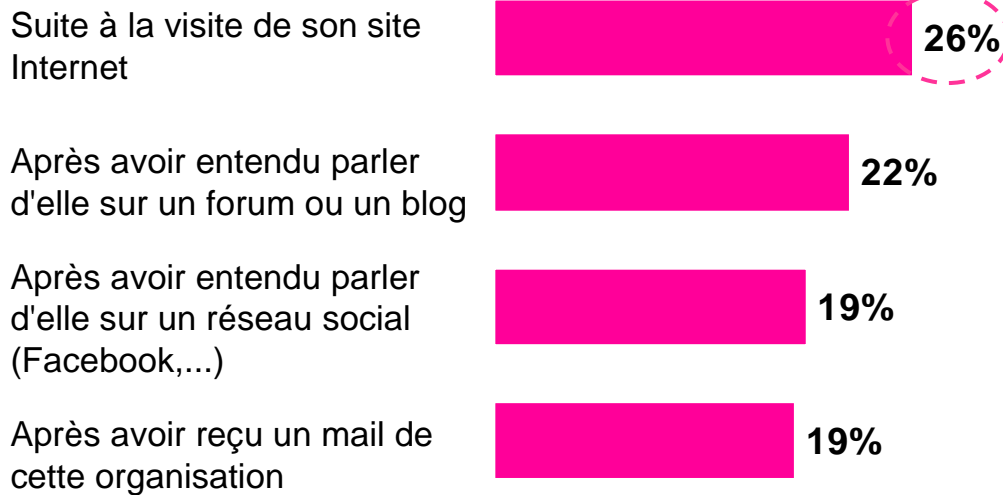
F25 Avez-vous déjà cessé de donner ou décidé de ne pas donner à une organisation faisant appel à la générosité publique après avoir obtenu des informations à son sujet, sur des blogs, forums ou réseaux sociaux ?

Base : les donateurs – n = 487

... Mais, **les jeunes** y sont, en toute logique, plus sensibles

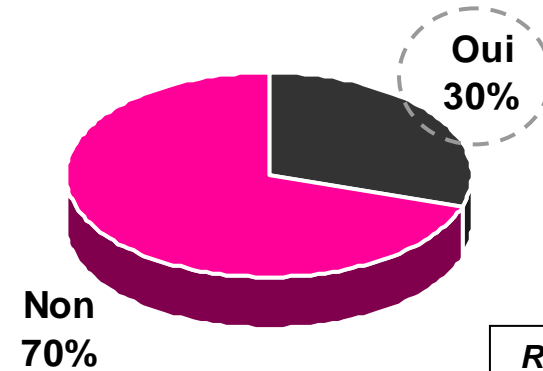


■ % A décidé de faire un don



F24 Avez-vous déjà décidé de faire un don à une organisation faisant appel à la générosité publique... ?
 Base : les donateurs – n = 423

Arrêt du don ou décision de ne pas donner, après avoir obtenu des informations sur des blogs, forums ou réseaux sociaux



Rappel GP : 12%

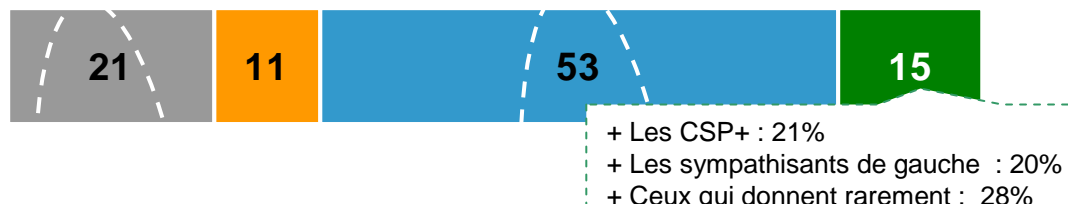
F25 Avez-vous déjà cessé de donner ou décidé de ne pas donner à une organisation faisant appel à la générosité publique après avoir obtenu des informations à son sujet, sur des blogs, forums ou réseaux sociaux ?
 Base : les donateurs – n = 423

Au sein du grand public, influence positive et négative de la communication numérique se compensent

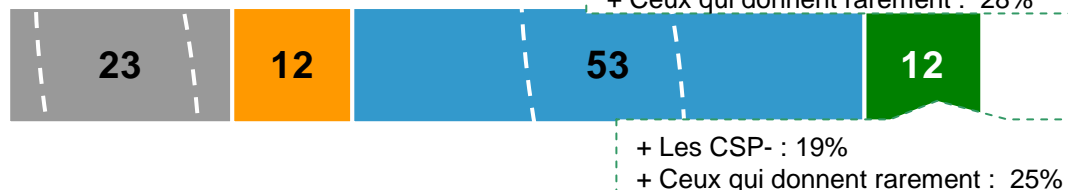


En % ■ NSP ■ Diminue plutôt la confiance ■ N'influence pas (non suggéré) ■ Renforce plutôt la confiance

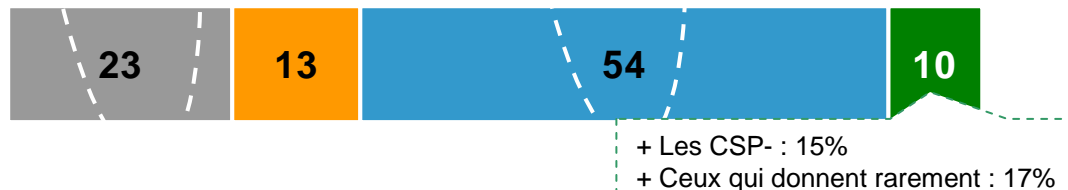
Ce que les organisations disent d'elles sur leur site Internet



Ce qui se dit des organisations sur les blogs et les forums



Ce qui se dit des organisations sur les réseaux sociaux (Facebook,...)



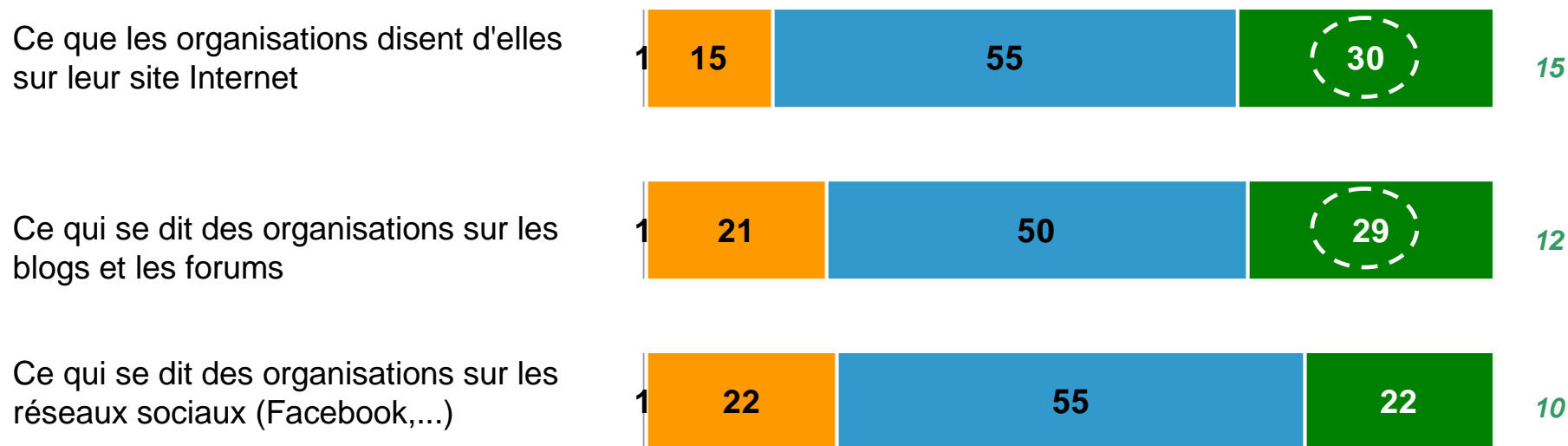
F26 Pour chacune des sources d'information que je vais vous citer, dites-moi si elle contribue plutôt à renforcer ou à diminuer la confiance que vous avez à l'égard des associations et fondations.

Base : ensemble – n = 999

Les jeunes ont une écoute plus positive que leurs aînés, aussi bien au sujet de l'information institutionnelle délivrée sur les sites que des opinions personnelles partagées sur blogs et forums



En % ■ NSP ■ Diminue plutôt la confiance ■ N'influence pas (non suggéré) ■ Renforce plutôt la confiance



F26 Pour chacune des sources d'information que je vais vous citer, dites-moi si elle contribue plutôt à renforcer ou à diminuer la confiance que vous avez à l'égard des associations et fondations.

Base : ensemble – n = 1000