



# LA GÉNEROSITÉ DES FRANÇAIS ?

**13<sup>ème</sup> Edition**

Sous la direction de  
Cécile BAZIN – Jacques MALET

**24 Novembre 2008**

## QUI PORTE CETTE ETUDE ? UN NOUVEAU DEPART !

Après six années de publications sous l'égide de la Fondation de France, après avoir créé et dirigé le CerPhi, Jacques Malet reprend, avec toute son équipe et tous ses partenaires, l'ensemble des enquêtes, des études et des publications qu'il coordonne désormais, avec Cécile BAZIN et Marie DUROS, dans un centre de recherches sans but lucratif.

Recherches & Solidarités présente ainsi la 13<sup>ème</sup> édition de *La générosité des Français*. Dans la continuité, avec l'expérience, mais aussi avec un nombre de contributeurs experts de plus en plus important : ce travail complet sera édité sous forme d'ouvrage publié dans la collection *Associations et Citoyenneté* par GUALINO éditeur – Groupe LEXTENSO Edition.<sup>1</sup>

Le lecteur trouvera donc ici le résumé de l'essentiel de cette étude.

Cette observation de la générosité des Français prend ainsi, avec cet ouvrage, l'épaisseur que nous voulions lui donner pour en faire une véritable référence permettant d'éclairer les décideurs, mais aussi les Français, sur les progrès qu'il leur reste à accomplir.

- Un Français sur 25 donne aujourd'hui son sang annuellement,<sup>2</sup>
- Une famille sur 3 refuse encore le prélèvement d'organe<sup>3</sup> chez un proche décédé
- Un Français sur 7 manifeste un engagement bénévole relativement régulier<sup>4</sup>
- Un foyer sur 4 donne régulièrement, par chèque, virement ou Internet

Il faut ici oublier les comparaisons internationales, toujours difficiles à partir de situations très différentes, de cultures très spécifiques, et de sphères publiques à géométries très variables.

Le Français, prompt à considérer et à juger le monde entier à son image, mettra pour une fois cette « *qualité* » à contribution pour examiner précisément l'image que lui renvoient ces quelques chiffres incontestables.

Ceci est un résumé de l'ouvrage à paraître en début d'année 2009. Il nous a paru indispensable de diffuser ces informations, pour respecter notre rendez-vous habituel de fin d'année, mais aussi et surtout pour apporter les éclairages utiles concernant la générosité des Français, au moment où elle est tellement importante.

Cécile BAZIN – Jacques MALET

---

<sup>1</sup> LGDJ – MONTCHRESTIEN – GUALINO – DEFRENOIS – JOLY.

<sup>2</sup> *Donner son sang en France* – Etablissement français du sang – 2007.

<sup>3</sup> Lors du décès accidentel de l'un des leurs. Sur le sujet, voir l'enquête réalisée pour FRANCE ADOT, librement accessible sur le site [www.recherches-solidarites.org](http://www.recherches-solidarites.org)

<sup>4</sup> D'après l'enquête INSEE 2002, dernière en date de ce niveau sur le sujet.

## I – LA REALITE DU DON EN FRANCE

L'observatoire de la générosité et du mécénat<sup>5</sup> présente désormais chaque année les résultats d'une enquête auprès des Français, concernant leur générosité. S'agissant du don d'argent, ces données constituent aujourd'hui la référence pour tous ceux qui s'intéressent au sujet. La dernière livraison de cette enquête, publiée très récemment<sup>6</sup>, montre que près de 40% des Français donnent de l'argent au moins une fois par an. La proportion de ceux qui le font par chèque ou virement est de 26%, elle est en augmentation, et la proportion de ceux qui donnent de la main à la main est de 15%.

### UNE OBSERVATION PERMANENTE

Nous savons de par plusieurs enquêtes que nous avons déjà réalisées, que 80% des donateurs déclarent tout ou partie de leurs dons à l'administration fiscale. Et cette administration nous fournit depuis près de 15 ans le bilan de ces déclarations. Environ 23% des foyers fiscaux déclarent un don : et s'ils représentent 80% des foyers donateurs, on retrouve bien cette proportion de l'ordre de 26% des Français donnant de l'argent de manière significative (chèque, virement ou Internet).

Il y a donc concordance entre les résultats des enquêtes et la réalité des faits, vérifiée par le « *jugement fiscal*. » Et cette concordance montre en même temps, clairement, la marge de progression. Peut-on en effet se contenter d'une aussi faible proportion de donateurs ?

### LES DERNIERS RESULTATS DISPONIBLES

L'observation porte sur plus de 6 millions de foyers fiscaux, et un montant déclaré 1,6 milliard d'euros.

Tableau 1 - Bilan des dons déclarés au titre de l'année 2006

En milliers	Total
Montants déclarés (en €)	1 574 695
Réductions accordées (en €)	870 735
Foyers déclarant un don	6 065

Source DGFIP – Traitement R & S.

Ce bilan permet, certes avec un certain décalage dans le temps, de suivre l'évolution de la générosité des Français sur une très large échelle, et d'une manière objective. Il permet également de se faire une idée de ce que donnent globalement les Français.

### COMBIEN DONNENT LES FRANÇAIS ?

A partir de cette base que constituent les dons déclarés, et selon une démarche constante, construite à partir de travaux menés avec la Fondation de France, nous estimons que le montant total des dons des Français ont été de l'ordre de 2,8 milliards d'euros en 2006.<sup>7</sup>

Et de près de 3 milliards d'euros en 2007, selon les résultats de la collecte observée par nos soins, et évoqués plus loin.

<sup>5</sup> Fondation de France - [www.fdf.org](http://www.fdf.org).

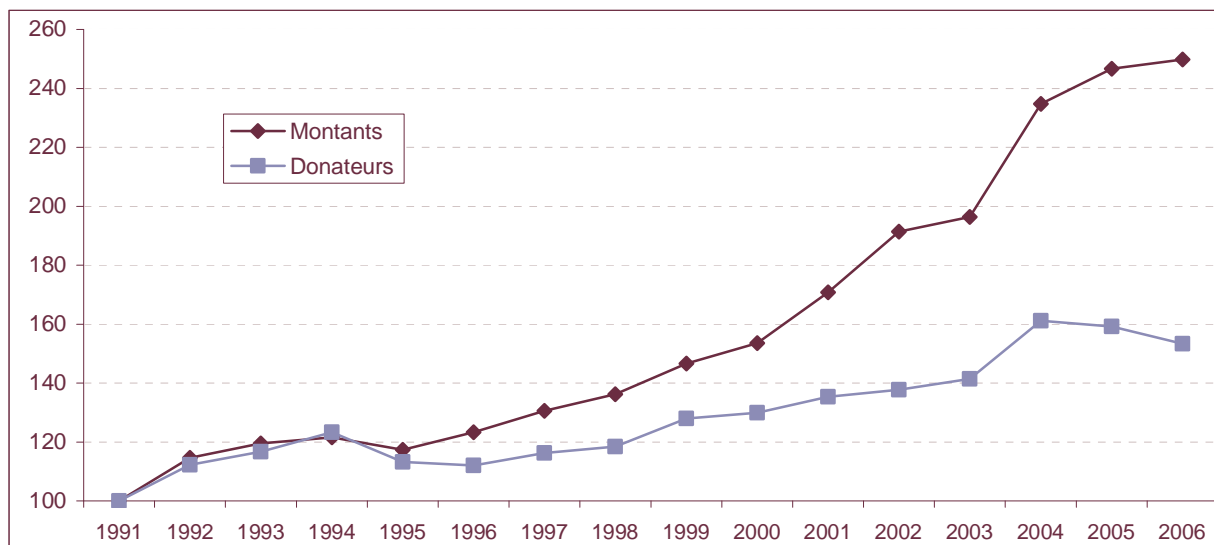
<sup>6</sup> Baromètre 2008 – Septembre 2008.

<sup>7</sup> Après intégration des dons par chèques, non déclarés à l'administration fiscale, et des dons en espèces.

## COMMENT EVOLUE LA GENEROSITE ?

Le graphique suivant montre les évolutions respectives, en base 100 en 1991, des montants déclarés à l'administration fiscale et du nombre de foyers déclarants.

Graphique 1 - Evolution du nombre de foyers fiscaux déclarant un don et des montants déclarés.



Source DGFIP – Traitement R & S. Lecture : Ce graphique est en base 100 à partir de l'année 1991.

○ Jusqu'en 1995, les évolutions respectives des montants déclarés et du nombre de foyers déclarant un don sont conformes. L'année 1995 a été marquée par des grèves en fin d'année, notamment dans la poste : elles ont fortement perturbé les associations, au moment le plus fort de leur collecte. La loi du 24 juin 1996 vient renforcer la bonification de l'Etat en faveur des dons. Le nombre des donateurs évolue mollement jusqu'en 2003, pendant que les montants déclarés semblent évoluer plus vite. En fait, si l'on prend en compte l'inflation annuelle, l'augmentation de l'ordre de 80%, entre 1995 et 2003, se réduit à 50% environ, en monnaie constante.

○ L'année 2004 traduit les effets de deux facteurs qui ont agi dans le même sens :

- l'élan en faveur de l'Asie, sachant que le drame intervenu en décembre s'est traduit par des dons plus nombreux aux associations, et qui ont été rattachés à l'année fiscale 2004, même s'ils ont été consentis jusqu'à la fin du mois de janvier 2005.

- un nouveau coup de pouce de l'Etat, avec une loi promulguée en août 2003, accordant une réduction d'impôt renforcée.

Le résultat est un bond de 20% du nombre de déclarants, et une évolution positive de près de 40% des montants déclarés.

○ Les années 2005 et 2006 marquent un tassement, avec une progression plus faible des montants déclarés, et deux baisses consécutives du nombre de déclarants.

On retiendra donc que l'élan constaté en réaction au drame qu'a connu l'Asie fin 2004 n'a pas véritablement fait l'objet d'une consolidation.

## LES CARACTERISTIQUES DES DONATEURS

*Les montants des dons dépendent forcément des revenus.*

Tableau 2 – Montants et nombre de donateurs selon le revenu des contribuables

Tranches de revenu imposable	Distribution des montants	Distribution des donateurs
0 à 12000 €	1%	1%
12001 à 13500 €	1%	1%
13501 à 15000 €	1%	2%
15001 à 19000 €	4%	8%
19001 à 23000 €	5%	9%
23001 à 31000 €	14%	21%
31001 à 39000 €	13%	17%
39001 à 78000 €	35%	32%
plus de 78000 €	26%	9%
Total	100%	100%

Source DGFIP – Traitement R & S.

Les contribuables situés dans des tranches de revenu imposable allant jusqu'à 15.000 euros net annuels (soit environ 1.650 euros par mois) déclarent 3% des montants et représentent 4% des foyers déclarant un don. Logique dans la mesure où leurs moyens ne leur permettent pas de faire plus et mieux.

Les contribuables situés dans une tranche de revenu, allant de 15.000 à 31.000 euros nets annuels (soit environ 3.500 euros par mois), déclarent des montants correspondant à 23% du total et ils représentent 38% des déclarants.

Les contribuables les plus aisés, dont le revenu imposable se situe au-dessus de 31.000 euros nets annuels, déclarent 75% des montants, et représentent 58% des déclarants.

*Mais quel est l'effort de don ?*

Tableau 3 – Comportement des contribuables

Tranche de revenu net imposable	Pourcentage de déclarants	Effort de don
0 à 15000 €	NS	NS
15001 à 19000 €	13%	0,75%
19001 à 23000 €	18%	0,71%
23001 à 31000 €	26%	0,66%
31001 à 39000 €	32%	0,64%
39001 à 78000 €	46%	0,59%
plus de 78000 €	59%	0,70%

Source DGFIP – Traitement R & S. Lecture : 13% des foyers imposables dont la tranche de revenu imposable se situe entre 15.001 et 19.000 euros ont déclaré un don en 2006. Le don moyen de ces foyers donateurs correspond à 0,75% du revenu moyen.

La proportion du nombre de foyers déclarant un don augmente avec les revenus. Mais le don moyen faiblit en proportion du revenu moyen, dès lors que ce dernier s'élève. C'est ainsi que ce don moyen représente 0,75% du revenu moyen, chez les contribuables dont le revenu moyen annuel se situe entre 15.000 et 19.000 euros, pour se situer au-dessous de 0,6% chez ceux qui déclarent un revenu annuel situé entre 39.000 et 78.000 euros nets.

## POUVOIR D'ACHAT : L'INTOXICATION

Personne n'oserait contester aujourd'hui qu'il existe une difficulté en matière de pouvoir d'achat. Laissons aux analystes économiques, du moins s'ils disposent de véritables arguments à proposer, le soin de distinguer les foyers dans lesquels ce sujet est une réalité de tous les jours, cruciale pour les plus modestes, et les foyers dans lesquels une simple limitation de certains gaspillages suffira amplement à régler l'affaire.

Personne n'oserait contester aujourd'hui que ces difficultés ont et auront des effets très importants sur les montants de collecte que vont enregistrer des associations en fin d'année 2008 et en 2009. Pour autant, notre objectif est ici de distinguer, dans cette évolution, ce qui relève des « effets mécaniques », ce qui relève des « effets psychologiques et/ou de précaution », et ce qui relève du mauvais prétexte.

Précision méthodologique : Une profonde modification fiscale est intervenue en 2006, avec la suppression de la réduction forfaitaire de 20% sur le montant des revenus imposables. Elle s'est accompagnée d'une réduction du barème de l'impôt à due concurrence. Nous avons donc soigneusement évité le piège qui aurait consisté à comparer les montants des dons, entre les deux années, pour des tranches de revenus qui ont fortement évolué. Et à déduire à tort que les plus faibles tranches avaient donné moins, alors que cela s'explique simplement par le fait que les contribuables correspondants étaient moins nombreux.

Tableau 3 – Proportion de foyers déclarant en don

Tranches de revenu	2001	2002	2003	2004	2005	2006
0 -15 000 €	8%	7%	7%	8%	8%	5%
15 001 - 31 000 €	26%	26%	27%	29%	28%	20%
31 001 à 78 000 €	45%	45%	45%	51%	51%	41%
Plus de 78 000 €	53%	53%	60%	61%	63%	59%

Source DGFIP – Traitement R & S. Lecture : 8% des foyers dont le revenu imposable était inférieur à 15.000 euros ont déclaré un don au titre de l'année 2001.

Ce tableau permet tout à la fois d'observer l'effet Tsunami en 2004 et 2005, et le repli en 2006. Si l'on considère que c'est au cours du deuxième semestre 2006 que l'on a commencé à évoquer cette notion de pouvoir d'achat, et si l'on voulait en voir la conséquence dans le repli observé au cours de cet exercice. Examinons les variations pour en voir la conséquence dans le repli observé au cours de cet exercice.

Les effets mécaniques peuvent effectivement se traduire pour les revenus imposables inférieurs à 15.000 euros (1.600 euros mensuels environ) : la proportion de foyers déclarant est passée de 8% en 2005 à 5% en 2006, proportion inférieure à ce qu'elle était en 2003, avant l'effet Tsunami. N'oublions pas toutefois un « effet fiscal », dans la mesure où les contribuables de cette tranche ont été moins nombreux, cette tranche ayant perdu ceux que la suppression de la réduction de 20% a fait passer dans la tranche supérieure.

Mais que dire de la baisse de 8 points pour la tranche de 15.000 à 31.000 euros, et surtout de 10 points pour la tranche de 31.000 à 78.000 euros ? Et les foyers déclarant plus de 78.000 euros ont-ils à ce point connu des difficultés que leur proportion de donateurs soit passée de 63% en 2005 à 59% en 2006 ? Et que dire du bilan ci-dessous, concernant les dons moyens déclarés pour chaque tranche de revenus imposables ?

Tableau 4 – Evolution du don moyen déclaré

Tranches de revenu	Don moyen 2005 (en €)	Don moyen 2006 (en €)	Variation
0 -15 000 €	132	134	1%
15 001 - 31 000 €	172	150	-13%
31 001 à 78 000 €	304	256	-16%
Plus de 78 000 €	925	733	-21%

Source DGFIP – Traitement R & S.

La baisse du don moyen observé en 2006, par rapport à l'année 2005 est proportionnelle aux revenus, pour dépasser 20% dans la plus haute tranche.

Non seulement l'INSEE a démontré qu'il n'y avait, en fait, pas eu de baisse de pouvoir d'achat en 2006 et 2007, mais si tel avait été le cas, elle n'aurait pas agi comme on vient de le voir. Il faut donc voir ici un effet de ce que Philippe MOATI et Robert ROCHEFORT ont nommé « *une perception des ménages en porte-à-faux vis-à-vis des données officielles* »<sup>8</sup>

## LA GENEROSITE N'ATTEND PAS LE NOMBRE DES ANNEES

Tableau 5 – Répartition des donateurs et des montants en fonction de l'âge

Tranche d'âge du déclarant	Distribution des donateurs	Distribution des montants
Jusqu'à 29 ans	3%	2%
De 30 à 39 ans	9%	7%
De 40 à 49 ans	16%	14%
De 50 à 59 ans	20%	19%
De 60 à 69 ans	19%	20%
70 ans et plus	33%	38%
Total	100%	100%

Source DGFIP – Année 2006 - Traitement R & S. Lecture : sur 100 contribuables déclarant un don, 3 ont moins de 30 ans. Sur le montant total déclaré, 2% émanent de contribuables de moins de 30 ans.

Aujourd'hui, près de 40% des montants déclarés émanent de donateurs ayant au moins 70 ans. Question de moyens disponibles ? Question de générosité ? Ou tout simplement question de sollicitations trop exclusives de la part des collecteurs ? Le débat est ouvert dans cette étude.

Tableau 6 – Proportion de donateurs et don moyen en fonction de l'âge

Tranche d'âge du déclarant	Proportion de déclarants	Don moyen déclaré (en €)
Jusqu'à 29 ans	3,4%	156
De 30 à 39 ans	8,5%	191
De 40 à 49 ans	14,6%	231
De 50 à 59 ans	20,5%	253
De 60 à 69 ans	29,3%	267
70 ans et plus	31,0%	304
Total	17,0%	260

Source DGFIP – Année 2006 - Traitement R & S. Lecture : 3,4% des contribuables de moins de 30 ans déclarent un don, et leur don moyen est de 156 euros.

Sophie RIEUNIER<sup>9</sup> démontre que les jeunes générations sont beaucoup moins sollicitées que les générations âgées, mais aussi que les formes de sollicitation ne les interpellent pas correctement. Pourtant, la proportion significative de près de 15% des quadragénaires déclarant un don, et le montant moyen déclaré très proche de celui des générations âgées, montrent que la générosité n'attend pas le nombre des années, et que les collecteurs seraient bien inspirés de se préoccuper d'élargir le vivier de leurs donateurs, au risque de laisser celles et ceux vers lesquels ils se tournent inlassablement.

<sup>8</sup> Rapport réalisé pour le Conseil d'analyse économique – Documentation Française – 2008.

<sup>9</sup> Maîtresse de conférences - IAE - Université Paris I

Tableau 7 – Evolution de la proportion de donateurs en fonction de l'âge

Tranche d'âge	2002	2005	2006
moins de 30 ans	3%	4%	3%
entre 30 et 40 ans	11%	11%	9%
entre 40 et 50 ans	16%	16%	16%
entre 50 et 60 ans	19%	20%	20%
entre 60 et 70 ans	21%	18%	19%
Plus de 70 ans	30%	31%	33%
ensemble	100%	100%	100%

Source DGFIP – Année 2006 - Traitement R & S. Lecture : Sur 100 contribuables déclarant un don en 2002, 30 ont plus de 70 ans, ils sont 31 en 2005 et 33 en 2006.

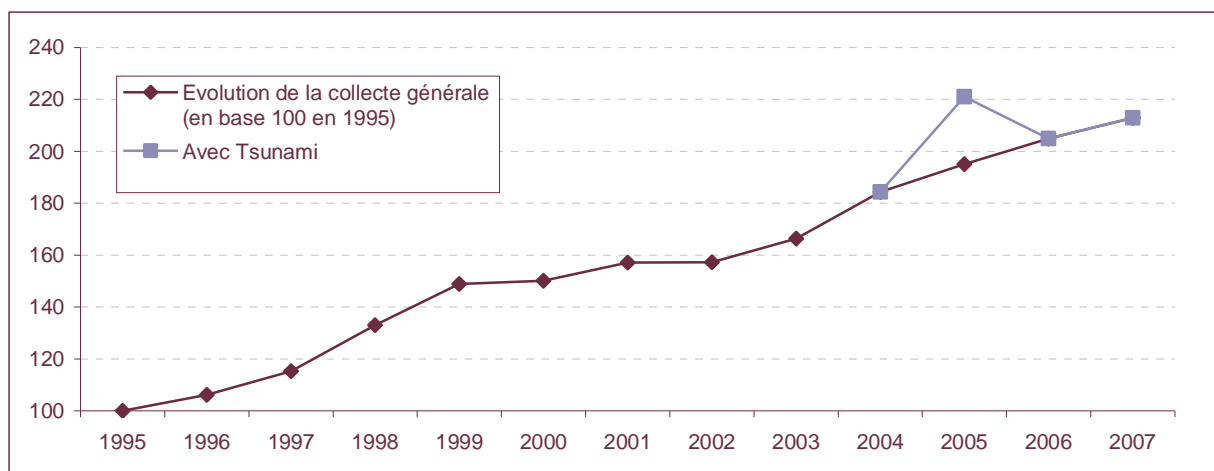
La situation se tend régulièrement : la proportion des plus de 70 ans gagne chaque année. Entre 2005 et 2006, on a perdu 3% de moins de moins de 40 ans et « gagné » 3% de plus de 60 ans. Il est possible que cette évolution corresponde pour partie à l'évolution de la pyramide des âges. Mais nous en doutons car selon l'INSEE, la proportion des plus de 65 ans était de 16% en 2002, et de 16,2% en 2006.<sup>10</sup>

Pour autant, personne ne peut se satisfaire durablement d'une telle fragilité. Et pourquoi se priver d'une générosité bien répartie entre les générations ? En croisant les âges, les niveaux de revenu et le don moyen déclaré, on constate que pour des revenus comparables, le don moyen déclaré est sensiblement le même entre 30 et 70 ans.

## EVOLUTION DE LA COLLECTE EN FRANCE

Nous travaillons sur un échantillon correspondant à près de 80 collecteurs, actifs dans tous les domaines d'intervention, et réunissant près de 1,3 milliard d'euros.

Graphique 2 : Evolution de la collecte en euros courants (base 100 en 2005).



Source : Recherches & Solidarités

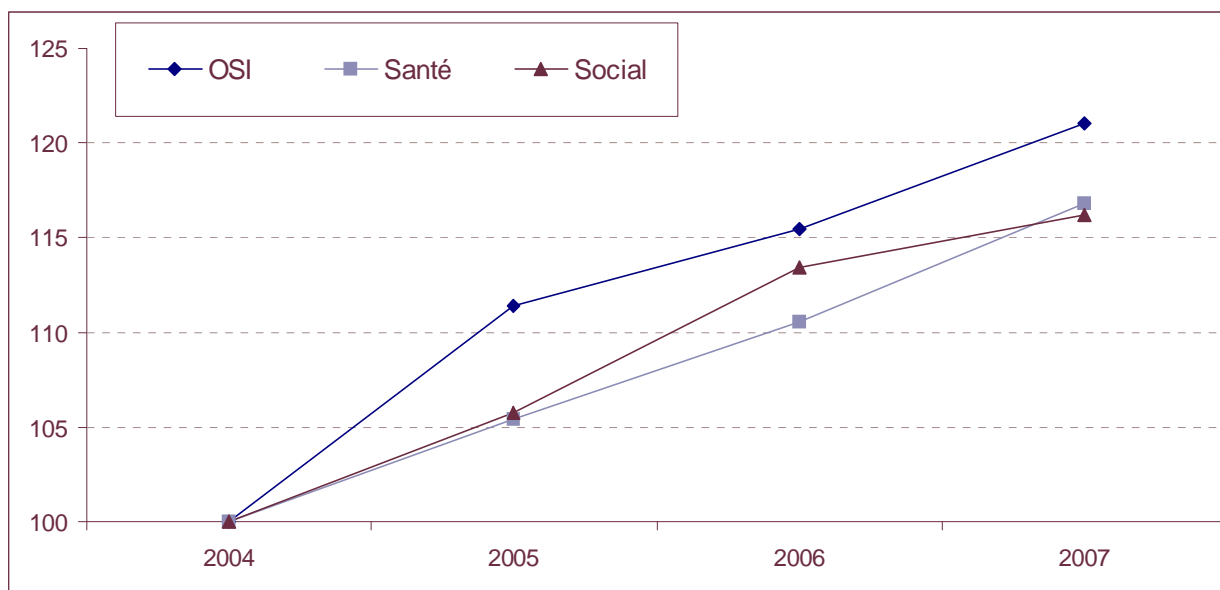
Si l'on fait abstraction de la collecte spécifique en faveur de l'Asie, que les associations ont généralement attribuée à l'exercice 2005, la courbe de la collecte générale n'a subi qu'une inflexion liée à la mise en œuvre d'un dispositif fiscal plus attractif en 2003, et qui s'est traduit à partir de 2004. Il n'y a manifestement pas eu de prolongement de l'effort des donateurs, au profit d'autres causes, au-delà de l'année 2005.

L'évolution de la collecte est différente, selon les secteurs d'intervention. C'est ainsi que l'environnement suscite des dons en augmentation constante et rapide. Ce secteur ne figure pas

<sup>10</sup> Sources : Insee, statistiques de l'état civil et « enquête Villes ».



dans le graphique suivant qui montre en base 100 les évolutions respectives de trois secteurs importants : l'aide internationale, la santé et le domaine social en France. Il est bien précisé que cette évolution est présentée, hors collecte spécifique liée au Tsunami.



Source : Recherches & Solidarités ; Lecture : Evolution de la collecte enregistrée par les associations, en base 100 en 2004, et hors produits de collecte affectés au Tsunami.

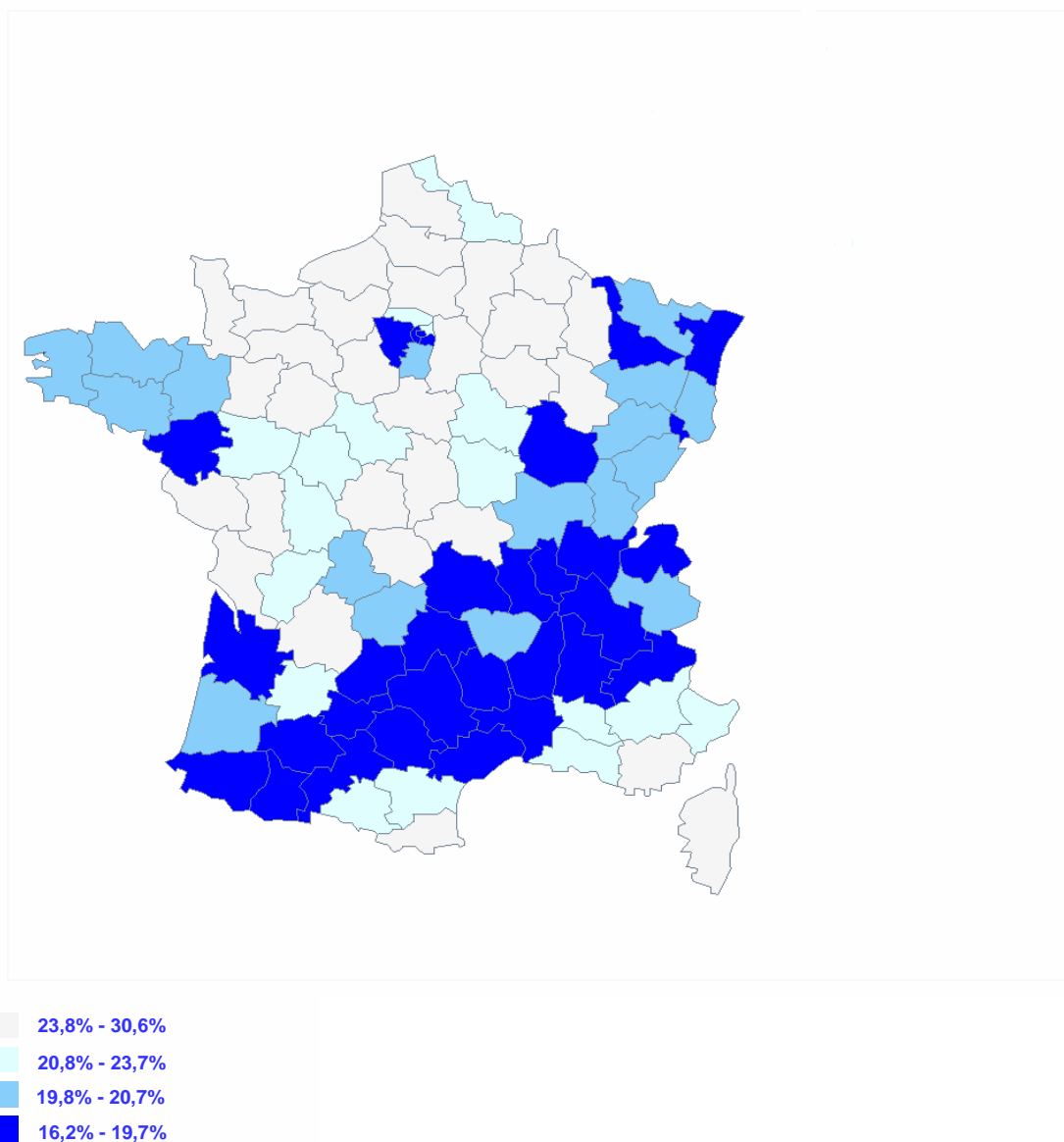
La solidarité internationale est tirée vers le haut par la solidarité en faveur des enfants (parrainages notamment) qui enregistre en 2007 une augmentation de 5,7%, contre 3,5% pour la solidarité internationale de développement ou de catastrophe.

Le secteur social a connu deux années de forte augmentation, en 2005 et 2006, et semble marquer une pause en 2007 (2,6% en euros courants, et 1,2% en euros constants). Le secteur de la santé a enregistré une hausse de 6,3% en 2007.

## LA GENEROSITE EN FRANCE : UNE DIAGONALE GENEREUSE.

Méthode : La proportion indiquée correspond au nombre de foyers fiscaux déclarant un don à l'administration fiscale, sur l'ensemble des foyers fiscaux. Cette proportion varie fortement, de 16% à plus de 30%, selon les départements.

### LA DENSITE DES DONATEURS DANS LES DEPARTEMENTS



Carte réalisée avec Philcarto <http://philcarto.free.fr>

Source : Direction Générale des Finances Publiques (DGFIP - ex DGI) – Traitement R & S.

Il s'agit des dons déclarés en 2007. Cette diagonale généreuse est constante, et couvre des régions au climat ou aux conditions de vie un peu plus difficiles (Massif Central, Auvergne, Vosges...), et dans lesquelles les réflexes de solidarité sont plus répandus. Figurent également parmi les plus généreux des territoires dans lesquels le sentiment d'appartenance est très fort, et favorise les actions communes et solidaires (Pays basque, Bretagne...).

## II – LE COMPORTEMENT DES DONATEURS

### A - UN DISPOSITIF PERMANENT : « A L'ÉCOUTE DES DONATEURS »

Ce projet, centré sur les donateurs, vient en complément du baromètre de la générosité que la Fondation de France a mis en place depuis de nombreuses années, et qui s'adresse à l'ensemble des Français. L'observatoire de la générosité et du mécénat constitue en effet la référence de ce point de vue.

A notre place, et en prenant le soin d'échanger avec le plus grand nombre, nous souhaitons rassembler les informations utiles, les confronter avec d'autres sources, engager le débat et les échanges avec les chercheurs et les experts, et leur donner la parole dans nos publications, comme nous le faisons depuis cinq ans.

Ce projet est mis en place pour répondre aux questions que se posent les collecteurs et qui n'ont pas encore trouvé de réponses utiles par ailleurs. Qu'il soit bien clair que, comme notre statut non lucratif le signifie, nous n'avons rien à vendre, seulement tout à partager : les informations principales seront mises en ligne à la disposition de tous, et les informations détaillées seront diffusées à nos adhérents.<sup>11</sup>

Il nous a d'ailleurs paru primordial de mettre ce dispositif d'enquête gracieusement à la disposition des associations qui le souhaitent, pour qu'elles aient la possibilité d'interroger leurs propres donateurs et de rapporter leurs réponses aux résultats généraux obtenus.

A l'écoute des donateurs, c'est aussi un moyen d'attirer l'attention de tous les acteurs concernés, et de sensibiliser le grand public et les médias au don d'argent.

### B - UNE METHODOLOGIE

Notre comité d'experts garantit la rigueur de l'approche et la robustesse des échantillons. Ils sont exclusivement composés de donateurs, et observés selon la méthode des quotas, comportant les critères de genre, d'âge, de région, de montant des dons. S'agissant des moyens disponibles, nous avons délibérément choisi de mesurer l'aisance ressentie, plutôt que de partir des revenus.<sup>12</sup> Les échantillons sont également construits de manière à représenter à la fois la diversité des collecteurs et la diversité des causes.

Ce dispositif inédit a été lancé au mois de juin 2008 et a permis de faire la connaissance des donateurs, et de fixer quelques grands repères quant à leurs préférences et quant à leur comportement. Il a été prolongé par une enquête de conjoncture, dont les questions ont été soigneusement préparées en lien avec des collecteurs partenaires.

Une enquête de base, en ligne, et recoupée par des entretiens téléphoniques, a été menée entre le 17 et 29 juin 2008, auprès de 1.390 donateurs, dont près de 300 donateurs de plus de 60 ans. Une enquête de conjoncture a été menée auprès de 1035 donateurs, entre le 17 et le 22 novembre, dont 253 donateurs de 60 à 70 ans, et 109 donateurs de plus de 70 ans.<sup>13</sup> Pour assurer un suivi cohérent entre les deux vagues, nous disposons d'un panel de 508 donateurs ayant participé aux deux vagues. Au bilan, 1.926 donateurs différents ont participé à cette démarche de dialogue.

<sup>11</sup> Le Conseil d'administration de Recherches & Solidarité a fixé le montant de la cotisation 2008-2009, entre 290 et 630 euros, selon la taille de l'association.

<sup>12</sup> Le revenu ne signifie pas grand-chose s'il n'est pas rapporté aux charges, dont la composition de la famille. Et nous avons souhaité rapporter la perception d'aisance – ou de difficulté rencontrée en termes de moyens – à la générosité exprimée.

<sup>13</sup> Ceci pour bien mesurer les enjeux, puisque – selon les données de Bercy – près de 60% des montants des dons provient des donateurs de plus de 60 ans, dont près de 40% de la part des seuls donateurs de plus de 70 ans.

## C - MIEUX CONNAITRE LES DONATEURS

L'enquête de base nous permet de fixer quelques grands traits concernant les préférences et attentes des donateurs, mais aussi leurs déceptions éventuelles. Notre liberté et notre indépendance nous permettent de délivrer ces résultats sans concession, y compris s'ils peuvent parfois déplaire.

Tous ceux qui suivent ou connaissent ces sujets savent que des résultats n'ont de sens que s'ils sont exprimés d'une façon fine. Ainsi, n'en déplaise aux médias qui aiment souvent des raccourcis et des chiffres frappants, nous présentons les résultats selon trois critères majeurs pour bien comprendre les enjeux.

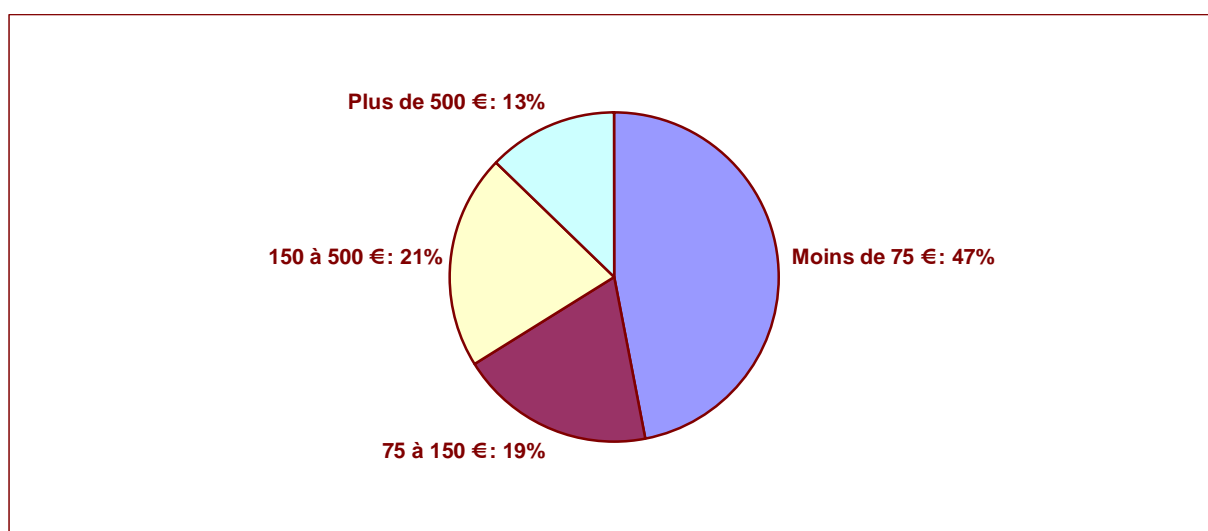
○ Le critère d'âge est indispensable, lorsque l'on sait l'importance des plus de 60 ans qui représentent respectivement 52% des donateurs et 58% des montants des dons. Nous avons retenu trois tranches, pour simplifier, mais nous disposons de résultats selon 11 tranches d'âge différentes.

○ Le critère de générosité, basé sur le montant annuel des dons, n'est pas moins important. Nous avons identifié quatre tranches principales, et vérifié que notre échantillon était de ce point de vue représentatif de l'ensemble des donateurs, notamment en constatant une grande convergence avec les données mesurées par la Fondation de France.

○ Le critère de moyens n'est pas moins important : notamment pour identifier les marges de progression en matière de collecte et de produit de collecte. Il est clair que par rapport à une famille aisée – le donateur se considérant lui-même ainsi puisque telle est notre approche, et par rapport à une famille à la limite des difficultés, les enjeux ne sont pas les mêmes.

Les résultats seront donc présentés selon ces trois critères, avec si besoin une référence aux différences entre les réponses des femmes et des hommes, sauf si les réponses sont sensiblement les mêmes pour tous les donateurs, le résultat global étant alors suffisant.

### 1 – REPARTITION DES DONATEURS SELON LES MONTANTS ANNUELS



Source : Enquête R & S – Juin 2008.

Près de la moitié des donateurs indiquent donner moins de 75 euros, globalement chaque année. Près de 35% donnent plus de 150 euros. Il est maintenant utile de croiser les moyens perçus et les montants donnés.

## 2 - LES CONDITIONS DU DON EN FONCTION DE L'ÂGE

Comme indiqué plus haut, nous avons préféré laisser les donateurs exprimer leur perception des moyens dont ils disposent : cela leur permet de les évaluer en fonction de la composition de leur famille, de leurs charges en général, et de ceux qu'ils estiment disponibles.

Je dispose de moyens financiers	Moins de 40 ans	40 - 60 ans	Plus de 60 ans	Ensemble
Très convenables	9%	15%	15%	14%
Convenables	40%	53%	60%	52%
Sous total	49%	68%	75%	66%
Limités	36%	26%	22%	27%
Très limités	15%	6%	3%	7%
Sous total	51%	32%	25%	34%
Total	100%	100%	100%	100%

Source : Enquête R & S – Juin 2008. Lecture : Sur 100 donateurs de moins de 40 ans, 9% estiment disposer de moyens financiers très convenables. Cette proportion est de 15% chez les plus de 60 ans.

Ce tableau mérite une explication très précise : nous raisonnons ici exclusivement à partir des donateurs, d'une part, et il faut tenir compte de la répartition générale des moyens disponibles, d'autre part.

Ceci posé, on observe des différences très nettes selon les âges : ainsi, les personnes de plus de 60 ans ont manifestement besoin de disposer de moyens convenables pour donner, 75% des donateurs de cet âge sont dans ce cas. D'un autre côté, les moins de 40 ans semblent moins freinés par des moyens limités pour donner : 51% sont dans ce cas.

Ceci est une tendance qu'il faut sans doute corriger par le fait que la notion de moyens est forcément différente selon les âges, un peu moins contraignante avec l'âge, mais ce résultat va tout à fait à l'encontre de l'affirmation aussi gratuite que courante, selon laquelle la générosité se développerait avec l'âge.

## 3 – DES MOYENS DISPONIBLES AUX DONNS CONSENTIS

Compte tenu de l'ensemble de vos charges, vous estimez disposer :

Je dispose de moyens financiers :	Je donne globalement chaque année : (en euros)				Total
	Moins de 75	Entre 75 et 150	Entre 150 et 500	Plus de 500	
Très convenables	3%	9%	23%	65%	100%
Convenables	10%	16%	40%	34%	100%
Limités	43%	19%	25%	13%	100%
Très limités	68%	15%	14%	3%	100%
Ensemble	47%	19%	21%	13%	100%

Source : Enquête R & S – Juin 2008.

La corrélation est forte entre les moyens financiers disponibles et le montant des dons consentis : encore heureux... Pour autant, 12% des donateurs déclarant disposer de moyens très convenables et 26% de ceux qui déclarent disposer de moyens financiers convenables, donnent moins de 150 euros par an. D'un autre côté, 38% des donateurs indiquant disposer de moyens financiers limités, et 17% des donateurs indiquant disposer de moyens très limités, donnent plus de 150 euros par an.

Les lignes peuvent sans doute bouger : non pas du côté de ceux qui donnent beaucoup compte tenu de leurs moyens, mais du côté de ceux qui n'ont peut-être pas encore trouvé des propositions d'actions correspondant à leurs attentes et un discours des associations en rapport avec leurs souhaits.

Un tableau plus fin, distinguant hommes et femmes, montre quelques différences significatives qui peuvent très clairement intéresser les associations qui collectent.

Vos dons annuels (en €)	Compte tenu de vos charges, vous estimez disposer de moyens financiers :							
	Très convenables		Convenables		Assez limités		Très limités	
	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes
Moins de 45	25%	9%	12%	17%	25%	28%	40%	45%
45 - 75	8%	5%	4%	16%	15%	23%	16%	17%
75 - 150	14%	21%	21%	14%	16%	21%	17%	15%
150 - 500	17%	33%	29%	33%	21%	17%	15%	12%
Plus de 500	36%	28%	33%	16%	16%	5%	5%	2%
Non réponse	0%	4%	1%	4%	7%	6%	7%	9%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Source : Enquête R & S – Juin 2008

Parmi les donateurs dont les moyens financiers sont très convenables, selon leur propre opinion, force est de constater que c'est tout ou rien chez les hommes : ou bien ils demeurent insensibles aux projets que leur proposent les associations (25% donnent moins de 45 euros), ou bien ils consentent des dons significatifs (36% font des dons dépassant 500 euros). De ce point de vue, les femmes expriment une générosité en corrélation avec leurs moyens financiers.<sup>14</sup>

*Les hommes tiennent encore les chèquiers...*

Dans les autres groupes de donateurs, les différences entre hommes et femmes sont plus limitées, à une exception près : la proportion des hommes donnant plus de 500 euros est toujours supérieure, et ce d'autant plus que les moyens financiers sont limités.

Précision méthodologique : Ces trois approches du groupe des donateurs sont destinées à éclairer la lecture des résultats. Au-delà du critère d'âge, très discriminant dans cet acte de don, les deux critères concernant les moyens disponibles, d'une part, et le montant des dons, d'autre part, doivent être examinés consécutivement : même si une corrélation apparaît entre les deux informations, les différences sont telles qu'un examen séparé est nécessaire.

#### 4 - COMMENT CONTACTER LES DONATEURS ?

Vous préférez être contacté :	Moins de 40 ans	40 - 60 ans	Plus de 60 ans
Plutôt par courrier	19	30	42
Plutôt par téléphone	0	1	0
Plutôt par courriel	14	10	8
Plutôt par SMS	2	1	0
Dans la rue	5	3	2
Vous préférez donner spontanément	57	51	42
Non réponse	3	4	6
Total	100	100	100

Source : Enquête R & S – Juin 2008.

<sup>14</sup> Vu les écarts, on ne peut nier la différence. Cependant, n'oublions pas que s'agissant des dons s'effectuent aussi en couple. Celui ou celle qui répond à l'enquête peut le faire au nom des deux. Du reste, c'est une précision que nous introduirons dans les vagues d'enquête à venir.

Le courrier a encore de beaux jours devant lui, mais il est moins prisé par les plus jeunes. Le téléphone constitue un paradoxe : vous ne trouverez jamais personne dans votre entourage appréciant d'être contacté par téléphone, et ces réponses le confirment. Pourtant, les collecteurs constatent que ce mode de sollicitation est efficace, du moins si l'on en juge par l'usage qu'ils font du « *phoning* ». Peut-être en est-il de même de cette approche comme il en est du « *mailing* » ? Le donateur – et plus encore le donateur potentiel – a sans doute des limites de tolérance, et ce d'autant plus que les sollicitations des différents collecteurs se cumulent en direction de certains « *privilégiés...* » dont la boîte aux lettres ne désemplit pas.

Autre paradoxe d'importance : un nombre de donateurs d'autant plus important qu'ils sont jeunes, préfèrent donner spontanément, mais l'expérience montre qu'en dehors de ceux qui ont consenti un prélèvement automatique, cette spontanéité ne joue pratiquement pas.

#### *Autres critères*

Il y a une corrélation entre la préférence pour le courrier et la propension à donner beaucoup, de 17% chez les plus petits donateurs à 42% chez les plus gros. La préférence pour le courriel augmente avec le montant du don, alors qu'elle diminue avec l'âge.

Plus on estime avoir des revenus élevés, plus on choisit le courrier et plus on choisit le courriel. S'agissant du genre des donateurs, les femmes ont une moindre préférence pour le courrier et le courriel, mais une nette préférence (52% contre 47% chez les hommes) pour le don spontané.

## **5 – COMMENT DONNE-T-ON ?**

L'observatoire de la Fondation de France suit très régulièrement le mode opératoire des donateurs. Il est clair que le chèque ou le virement sont très majoritaires encore. Nous avons voulu compléter cette observation, en nous intéressant tout particulièrement à deux modes minoritaires mais qui ne peuvent qu'intéresser les collecteurs, le prélèvement automatique qui réduit les coûts de traitement et assure une bonne visibilité en matière de ressources de collecte, et le don en ligne, véritable solution pour demain.

#### *Prélèvement automatique :*

On a trois fois plus de chances de trouver des donateurs ayant recours au prélèvement automatique chez ceux qui donnent plus de 75 euros que chez ceux qui donnent moins. Ce seuil de 75 euros est le seul pertinent, car au-delà, la proportion de ceux qui ont recours au prélèvement automatique ne varie pratiquement pas.

Au regard des moyens disponibles, il y a un tiers de chances en plus de trouver des prélèvements automatiques chez ceux qui estiment disposer de moyens suffisants. On note également une légère préférence des femmes pour le prélèvement automatique.

#### *Don en ligne*

La propension à donner en ligne augmente régulièrement avec le montant annuel du don, jusqu'au seuil de 150 euros, au-delà duquel la proportion de donateurs en ligne ne varie plus. Par ailleurs, on a deux fois plus de chance de trouver des donateurs en ligne chez ceux qui estiment bénéficier de moyens suffisants. Et cette fois la différence entre les hommes et les femmes est nette : sur 100 donateurs en ligne, 43 sont des femmes et 57 des hommes. Et ceci recoupe les données de la pratique Internet, fournies par l'INSEE.

Personne ne sera étonné de constater que l'on a deux fois moins de chance de trouver des donateurs en ligne chez les plus de 60 ans, par rapport aux moins de 40 ans. Mais les données communiquées régulièrement par l'INSEE sur la pratique d'Internet montrent qu'une évolution assez rapide s'observe au fil des années.

Pour ne prendre que ces deux tranches d'âge, l'INSEE<sup>15</sup> nous indique que près de 70% des 40 - 50 ans naviguent régulièrement sur Internet, et que 35% environ ont déjà effectué un achat par ce moyen. Ces proportions sont respectivement de plus de 50% et de l'ordre de 25% chez les 50-60 ans.

Notre enquête révèle que parmi les donateurs qui ont déjà effectué au moins un don par Internet, plus de la moitié l'ont fait délibérément, et plus de 20% répondaient à une sollicitation d'une association : même s'ils ne sont pas encore proportionnellement très nombreux, ceux qui sont concernés agissent très majoritairement d'une manière construite.

## 6 - DES DONATEURS MAJORITAIREMENT FIDELES

Au cours de l'année, vous donnez à :	Moins de 40	40 - 60	Plus de 60
Une seule association, toujours la même	21	21	13
Plusieurs associations, toujours les mêmes	30	35	43
Une association, toujours la même, et d'autres qui peuvent changer	11	10	12
Sous total donateurs fidèles	62	67	69
Une seule association qui peut changer	8	3	1
Plusieurs associations qui peuvent changer	20	19	24
Sous total donateurs changeants	28	22	25
Ne souhaite pas répondre	8	7	2
Ne sait pas	2	4	4
Total	100	100	100

Source : Enquête R & S – Juin 2008.

Les deux tiers des donateurs s'appuient régulièrement sur une ou sur plusieurs associations pour construire leur don. Cette caractéristique de fidélité augmente certes avec l'âge, mais dans des proportions limitées, notamment à partir de 40 ans.

En revanche, la principale influence de l'âge se situe dans le nombre des associations auxquelles on donne régulièrement : à moins de 40 ans, la moitié des donateurs fidèles donnent régulièrement à plusieurs associations (30% sur 62%) ; au-delà de 60 ans, ce sont près des deux tiers qui sont dans cette situation (43% sur 69%).

Parmi ceux qui ne souhaitent pas ou ne savent pas répondre, on note une différence entre les moins de 60 ans (autour de 10%), et les plus de 60 ans, plus déterminés (6% de non réponses).

<sup>15</sup> Avril 2007.



## Autres critères

Selon ce que l'on donne globalement chaque année, les comportements varient assez fortement, comme le montre le tableau suivant.

Au cours de l'année, vous donnez à :	Je donne globalement chaque année			
	Moins de 75	75 à 150	150 à 500	Plus de 500
Une seule association, toujours la même	25%	16%	14%	6%
Plusieurs associations, toujours les mêmes	25%	45%	49%	58%
Une même association et à d'autres qui varient	8%	16%	16%	11%
Sous total donateurs fidèles	58%	76%	78%	75%
Une seule association qui peut changer	10%	3%	0%	0%
Plusieurs associations qui peuvent changer	20%	18%	20%	23%
Sous total donateurs changeants	30%	21%	21%	23%
Vous ne savez pas vraiment répondre	9%	2%	0%	0%
Non réponse	3%	1%	1%	2%
Total	100%	100%	100%	100%

Source : Enquête R & S – Juin 2008.

Les caractéristiques de fidélité changent nettement dès que l'on dépasse un don annuel de 75 euros : on passe d'une proportion de moins de 60% à une proportion de plus de 75% de donateurs donnant régulièrement à une ou plusieurs associations.

Lors que l'on franchit la barre des 500 euros annuels, on répartit ses dons entre plusieurs associations, toujours les mêmes (58% des donateurs), et on les limite rarement à une seule (6%). Ces donateurs n'hésitent pas pour autant à modifier leur comportement de don en allant vers de nouvelles associations (23% d'entre eux).

Ce constat est particulièrement important pour les collecteurs qui doivent donc savoir qu'ils ont à partager la générosité de leurs donateurs. Mais aussi qu'ils peuvent les perdre dès lors que près d'un quart d'entre eux n'hésitent pas à changer d'associations. Dès lors que seulement 6% de ces donateurs se limitent à une seule association, cela peut vouloir dire qu'ils ont à cœur de répartir leur générosité – version positive – ou bien qu'aucune association n'a réussi à les convaincre de se mobiliser exclusivement pour ses projets – version plus préoccupante.

Lorsque l'on observe le comportement de don en fonction des moyens disponibles estimés, on remarque des distorsions par rapport aux comportements en fonction des montants des dons : ainsi, lorsqu'il n'y avait que 6% de donateurs de plus de 500 euros à donner régulièrement à une seule association, ils sont 14% chez ceux qui estiment disposer de moyens financiers très convenables.

Et ce sont ces donateurs disposant de moyens très convenables qui se disent, proportionnellement, les moins fidèles aux associations auxquelles ils donnent : 61% contre 75% des donateurs de plus de 500 euros, et contre 64% des donateurs estimant disposer de moyens financiers très limités.

Ceux qui changent d'associations, le font presque exclusivement en faveur de plusieurs associations en même temps (35% contre 20% environ pour les autres donateurs).

Manifestement, les plus hauts revenus ne sont pas ceux qui donnent le plus, comme nous l'avons déjà observé régulièrement, mais ils ne sont pas non plus ceux qui se fixent le plus régulièrement sur certaines associations. Ils sont tout de même proportionnellement assez nombreux à se limiter à une seule association à laquelle ils demeurent fidèles.

Il n'y a aucune différence significative entre les réponses des femmes et celles des hommes, concernant cette question.

## 7 - NOMBRE ANNUEL DE DON EN CORRELATION AVEC L'AGE ET LES MONTANTS

Les donateurs de moins de 40 ans sont environ 20% à donner au moins deux fois par an. Chez les 40-60 ans, cette proportion est de l'ordre de 35%, pour grimper à 56% chez les plus de 60 ans. Mais le critère important en la matière est le montant annuel des dons, abordé dans le tableau suivant.

Mon rythme de dons :	Je donne globalement chaque année (en euros)				
	Moins de 45	45 à 75	75 à 150	150 à 500	Plus de 500
Un don de temps en temps	44%	16%	13%	10%	7%
Au moins un don chaque année	23%	37%	24%	20%	19%
Deux à cinq dons chaque année	2%	23%	33%	29%	25%
Plus de cinq dons chaque année	1%	9%	18%	30%	44%
Vous ne savez pas répondre	8%	2%	1%	1%	1%
Non réponse	22%	13%	11%	10%	5%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Source : Enquête R & S – Juin 2008.

Il n'est pas étonnant de constater que ceux qui donnent moins de 45 euros le font de temps en temps ou une fois par an (67%), et ont une mémoire relative de ce rythme : 30% ne répondent pas. A l'inverse, et selon une corrélation liée aux montants des dons, ceux qui donnent plus de 500 euros chaque année, globalement, sont 44% à dépasser les cinq dons dans l'année, et ne sont que 6% à ne pas répondre.

On observe une très légère différence entre les hommes qui semblent donner un peu plus souvent que les femmes.

## 8 – UNE IMAGE CLAIRE DE L'ASSOCIATION

Pour soutenir une association, le donateur veut impérativement disposer « d'une présentation claire de sa vision, de ses valeurs et de ses missions » : et ceci dans une proportion très importante, nettement supérieure à 60%. Cette proportion passe sous la barre des 60% chez les plus de 60 ans, mais ce n'est peut-être pas le signe d'une moindre exigence, mais d'une meilleure connaissance de l'association ou des associations auxquelles ils sont fidèles depuis longtemps. Le tableau suivant montre que cette exigence est en revanche proportionnelle au montant des dons consentis.

Pour soutenir une association, vous attendez :

Une présentation claire de sa vision, de ses valeurs et de ses missions :	Je donne globalement chaque année (en euros)			
	Moins de 75	75 à 150	150 à 500	Plus de 500
Oui, impérativement	59%	64%	69%	70%
Oui, si possible	31%	26%	26%	21%
Ce n'est pas vraiment votre critère de choix	8%	8%	5%	9%
Vous ne savez pas vraiment répondre	2%	2%	0%	0%
Non réponse	1%	1%	0%	0%
Total	100%	100%	100%	100%

Source : Enquête R & S 2008.

Moins de 10% des donateurs se désintéressent de ce critère, comme si au fond leur geste de don importait bien plus que ce que l'association a construit comme projet. C'est sans doute ce que l'on peut nommer le « *don libérateur* ».

Il est donc utile de voir comment se répartissent les 90% des donateurs qui attachent une certaine importance à ce critère : il y a ceux pour lesquels cette condition est incontournable, et dont la proportion augmente avec le montant des dons. Mais il y a aussi ceux qui aimeraient bien en savoir assez sur la vision, les valeurs et les missions de l'association.

Cette fois, le critère des moyens financiers disponibles est discriminant : il y a environ 10 points d'écart en faveur des donateurs dont les moyens sont confortables, par rapport à ceux dont les moyens sont plus limités, et qui semblent moins exigeants. Il n'y a, en revanche, pas de différence significative entre les réponses des femmes et celles des hommes.

Les associations qui collectent retiendront que les donateurs attendent massivement des informations sur leur vision, leurs valeurs et leurs missions. Et ces messages méritent manifestement d'être travaillés, et d'être adaptés aux attentes. Mais comme on le verra plus loin, sans forcément y consacrer des dépenses importantes de communication. Les sites Internet constituent une réponse très convenable : peu coûteux pour les associations, accessibles en permanence aux donateurs. A ces derniers toutefois de se donner la peine de les consulter régulièrement et d'interpeller éventuellement les associations par ce moyen.

## 9 – COMMENT SE DECLENCHÉ LE DON ?

Lorsque vous donnez, c'est :	Moins de 40 ans	40 - 60 ans	Plus de 60 ans
Avant tout sur un coup de cœur	19	15	8
Plutôt après mûre réflexion en faveur d'une action précise	31	42	48
Des deux manières selon les circonstances	42	34	39
Vous ne savez pas vraiment répondre	7	5	2
Non réponse	1	4	3
Total	100	100	100

Source : Enquête R & S 2008.

Ce tableau précise ce que l'on avait déjà perçu d'une manière générale dans certaines enquêtes : le coup de cœur intervient d'autant plus que l'on est jeune, la construction du don est d'autant plus réelle que l'on avance en âge. La corrélation est vérifiée et on notera que l'hésitation sur cette question diminue avec l'âge.

Par ailleurs, ce qui est bien légitime, plus du tiers des donateurs de chaque tranche veulent rester libre de réagir ou d'agir selon les circonstances. Et c'est ce que nous pourrions vérifier plus loin, en dénombrant les donateurs qui réfléchissent actuellement, quant aux dons qu'ils feront en fin d'année 2008.

### Autres critères

Lorsque vous donnez, c'est :	Je donne globalement chaque année (en euros)			
	Moins de 75	75 à 150	150 à 500	Plus de 500
Avant tout sur un coup de cœur	24%	7%	2%	6%
Après réflexion en faveur d'une action précise	30%	46%	50%	51%
Des deux manières en fonction des circonstances	38%	44%	44%	39%
Ne sait pas répondre	6%	2%	3%	2%
Ne souhaite pas répondre	2%	1%	1%	2%
Total	100%	100%	100%	100%

Source : Enquête R & S 2008.

Contrairement à ce que l'on pouvait imaginer, la construction du don n'est pas exactement proportionnelle au montant donné : en dehors des « *petits donateurs* » dont le quart privilégie le coup de cœur, le comportement est assez constant, au-delà de 75 euros et quel que soit le montant. Le coup de cœur systématique est rare et la réflexion systématique est un comportement constant pour la moitié des donateurs, dès lors qu'ils dépassent un montant de 75 euros annuels.

Cela doit faire réfléchir les collecteurs qui pourraient être tentés de se limiter à leurs démarches classiques d'interpellation des donateurs sur un mode affectif, et qui seraient bien inspirés de prendre en compte cette moitié des donateurs qui attendent manifestement une autre démarche.

Par ailleurs, il est très important d'indiquer que le critère des moyens financiers n'intervient absolument pas dans la construction du don. Il n'intervient que dans la proportion de ceux qui ne répondent pas, baissant de 11% chez ceux dont les moyens sont le plus limités, à 1%, chez ceux dont les moyens sont les plus confortables. Le critère de genre est en revanche influent, comme le montre le tableau suivant.

Lorsque vous donnez, c'est :	Hommes	Femmes
Avant tout sur un coup de cœur	13%	14%
Plutôt après mûre réflexion en faveur d'une action précise	46%	34%
Des deux manières en fonction des circonstances	33%	44%
Ne sait pas répondre	6%	5%
Ne souhaite pas répondre	3%	3%
Total	100%	100%

Source : Enquête R & S 2008.

La proportion des donateurs agissant exclusivement sur un coup de cœur est identique chez les femmes et les hommes. En revanche, la grande différence se situe dans la proportion de ceux qui construisent systématiquement leur don : les hommes sont 46% et les femmes 34%, qui préfèrent agir selon les circonstances.

Ainsi, moins d'un donateur sur sept agit exclusivement sur un coup de cœur, et ce sont surtout des jeunes. Sinon, les donateurs se répartissent à peu près en deux moitiés : l'une privilégiant systématiquement la réflexion pour construire véritablement le don, plus particulièrement avec l'âge, et chez les hommes ; l'autre se donnant la possibilité d'arbitrer en permanence entre le coup de cœur quand les circonstances le méritent, et la construction de l'acte de don, plus particulièrement chez les femmes. Deux critères n'interviennent pas ou très peu dans cette répartition : les moyens financiers disponibles, et le montant des dons.



Nous venons de terminer la série des questions qui ont trait au comportement du donateur, jusqu'au moment du don. Il convient d'en venir maintenant à ce qui se passe pour ce que l'on pourrait nommer le « *service après - don* ». Qu'attend le donateur ? Quels sont les éléments qui pourraient le dissuader de redonner ?

## 10- QUELLE INFORMATION EN RETOUR ?

Parmi les retours d'information après le don, pratiquement aucun donateur ne souhaite de cadeau (moins de 3%). En revanche, les deux tiers attendent un retour d'information sur l'action qu'ils ont soutenue. Ils sont aussi nombreux à être attaché au reçu fiscal, d'autant plus avec l'âge. Mais ici le critère le plus discriminant est le montant du don.

Ce que vous attendez de l'association en retour de votre don d'argent	Je donne globalement chaque année (en euros)				
	Moins de 45	45 à 75	75 à 150	150 à 500	Plus de 500
Le reçu fiscal prouvant qu'elle a bien reçu votre don	43%	62%	64%	75%	85%
Une information précise sur l'action menée	57%	62%	73%	72%	70%
Une information financière sur l'utilisation de votre don	37%	40%	45%	37%	43%
Des remerciements en même temps que le reçu fiscal	16%	14%	16%	11%	16%
Un petit cadeau de remerciement	4%	1%	1%	1%	1%
Rien de particulier	31%	23%	17%	14%	13%
Vous ne savez pas vraiment répondre	1%	0%	0%	0%	0%

Source : Enquête R & S 2008. *Plusieurs réponses possibles*

Le reçu fiscal prend d'autant plus d'importance que le montant des dons est élevé. L'information a nettement plus d'importance au-dessus du seuil de 75 euros. L'information financière, pour importante qu'elle soit, pour près de la moitié des donateurs, n'est pas plus attendue que le don est élevé. Les femmes sont encore moins sensibles que les hommes aux remerciements, mais plus sensibles qu'eux aux informations financières (40% contre 36%).

Et s'il fallait une preuve des économies que bien des collecteurs pourraient réaliser en évitant de faire des cadeaux aux donateurs, on notera que moins de 15% sont sensibles aux remerciements, qu'une infime minorité attend autre chose. Se contenter d'informer les donateurs sur les ambitions de l'association, sur les bilans des actions réalisées et le compte d'emploi des ressources collectées, veiller à faire parvenir le reçu fiscal permettant une réduction de l'impôt : voilà qui suffit bien au bonheur du donateur.

## 11 - UN RETOUR D'INFORMATION SOUS QUELLE FORME ?

En termes d'informations, les donateurs sont sensibles aux courriers personnels, dans une proportion de l'ordre de 25%. Un bulletin des donateurs intéresse moins, sauf les personnes de plus de 50 ans (19%) et de plus de 60 ans (24%). Les moyens modernes d'information (sites Internet et newsletters) sont prisés par les plus jeunes (près de 50% des moins de 40 ans), restent très prisés chez les 40-60 ans. Un décalage assez net apparaît au-delà de 60 ans (15% environ).

En retour du don, vous préférez être informé :	Je donne globalement chaque année (en euros)				
	Moins de 45	45-75	75 à 150	150 à 500	Plus de 500
Par courrier personnel	23%	23%	20%	17%	15%
Dans un "journal" des donateurs	7%	16%	17%	19%	24%
Par Internet, sur le site de l'association	19%	15%	13%	16%	17%
Par une newsletter	17%	19%	28%	26%	23%
Dans les médias (TV, radio, journaux)	5%	3%	3%	1%	2%
Cela vous est indifférent	24%	23%	15%	19%	17%
Vous ne savez pas vraiment répondre	4%	0%	2%	2%	3%
Non réponse	1%	1%	1%	0%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Source : Enquête R & S 2008.

Il n'y a pas de différences significatives dans les réponses, selon les moyens disponibles, en revanche, elles sont manifestes, selon le montant des dons consentis : il y a une corrélation entre la préférence du courrier et la propension à effectuer des petits dons, et une corrélation entre la préférence d'une newsletter ou d'un journal des donateurs et la propension à consentir des dons importants. Le retour d'informations par les médias ne fait pas recette, et cela correspond bien aux attentes très précises des donateurs en matière d'informations consécutives aux dons. Les différences entre les hommes et les femmes ne sont pas significatives, concernant cette question, si ce n'est une légère préférence des premiers pour les newsletters.

## 12 - LES DECEPTIONS POSSIBLES

Ce qui pourrait vous dissuader de redonner à une association

Réponses en pourcentage (plusieurs choix possibles)	Moins de 40 ans	40-60 ans	Plus de 60 ans
Trop sollicité par l'association	52	40	51
Déçu par son action	58	47	32
Déçu par les informations financières	34	32	30
Entendu des informations négatives la concernant	40	39	28
Ne se sent pas assez considéré comme donateur	8	6	4
Elle est soutenue par une personnalité non appréciée	9	15	14
Trop de dépenses de communication	34	44	58
Vous ne savez pas	9	9	9

Source : Enquête R & S 2008.

La moitié des donateurs indiquent leur souhait de ne pas être trop sollicité par l'association. Les risques de déception au sujet de son action semblent diminuer fortement avec l'âge : réalisme ou connaissance de plus en plus détaillée d'une association que l'on connaît depuis longtemps ? Ce sont probablement les mêmes raisons qui font que l'on est moins sensible, avec l'âge, à des informations négatives concernant l'association à laquelle on donne.

Les informations financières intéressent certes les donateurs, mais ce n'est pas l'un des critères placés en tête, il vient en 4<sup>ème</sup> rang chez les moins de 40 ans, en 5<sup>ème</sup> rang chez les 40-50 ans, et en 4<sup>ème</sup> rang chez les plus de 60 ans. L'importance accordée aux dépenses de communication croît très rapidement avec l'âge : jusqu'à préoccuper près de 60% des donateurs de plus de 60 ans. C'est vraisemblablement car ils sont les plus en confiance et ne jugent pas utile de disposer de nombreuses informations.

La reconnaissance en qualité de donateur ne semble pas préoccuper les intéressés, et ce de moins en moins avec l'âge. Peut-être l'item n'a-t-il pas été considéré comme assez précis ? Peut-être aussi la conscience du donateur - le donateur - est-elle encore à peaufiner - ou peut-être encore ces réponses vont-elles dans le même sens que celles qui montraient que le donateur n'attend ni remerciements ni cadeaux ?

Ce qui pourrait vous dissuader de redonner à une association (plusieurs choix possibles)	Je donne globalement chaque année (en euros)				
	Moins de 45	45 - 75	75 à 150	150 à 500	Plus de 500
Trop sollicité par l'association	51%	47%	39%	49%	45%
Déçu par son action	47%	52%	51%	55%	49%
Déçu par les informations financières	31%	34%	31%	33%	31%
Entendu des informations négatives la concernant	40%	45%	42%	39%	32%
Ne se sent pas assez considéré comme donateur	9%	7%	6%	5%	6%
Est soutenue par une personnalité non appréciée	9%	9%	16%	13%	15%
Trop de dépenses de communication	30%	36%	48%	46%	58%
Vous ne savez pas	10%	9%	6%	6%	6%

Source : Enquête R & S 2008.

Ce sont les plus petits donateurs qui sont les plus sensibles au nombre de sollicitations, mais dans des proportions assez proches de celles des autres donateurs : au bilan tout de même, près de la moitié des donateurs insistent sur ce sujet.

C'est également une moitié des donateurs qui indiquent compter sur les résultats de l'action pour redonner, dans des proportions assez voisines, quel que soit le montant des dons. De même, les informations financières intéressent de façon à peu près égale tous les donateurs, dans des proportions voisines de celles qui étaient observées plus haut, concernant le retour d'informations. Les gros donateurs sont un peu moins sensibles à des informations négatives pouvant circuler au sujet des associations qu'ils soutiennent, mais ils sont en revanche plus sensibles que les autres à la personnalité qui peut représenter l'association<sup>16</sup>.

Les femmes se distinguent des hommes, concernant certains sujets auxquels elles sont particulièrement sensibles, comme les informations négatives qui peuvent circuler au sujet des associations auxquelles elles donnent.

Ce qui pourrait vous dissuader de redonner à une association :	Hommes	Femmes
Trop sollicité par l'association	45%	46%
Déçu par son action	50%	48%
Déçu par les informations financières	33%	30%
Entendu des informations négatives la concernant	34%	42%
Ne se sent pas assez considéré comme donateur	8%	6%
Elle est soutenue par une personnalité non appréciée	15%	9%
Trop de dépenses de communication	46%	37%
Vous ne savez pas	8%	8%

Source : Enquête R & S 2008.

Les femmes sont moins attentives à la personnalité qui soutient l'association, et nettement moins sensibles que les hommes à l'excès de dépenses de communication.

Les donateurs sont d'autant plus sensibles aux dépenses de communication qu'ils ont donné beaucoup. Et l'on atteint la proportion maximale de 58% des donateurs de plus de 500 euros. Cela plaide donc en faveur de modes de communication peu coûteux. Pour autant, le donateur n'est pas forcément en cohérence lorsqu'il souhaite à la fois un maximum d'informations et un minimum de dépenses de la part de l'association.



<sup>16</sup> Ou la défendre dans une de ces « émissions prétextes », inventées par des chaînes en mal d'audience et voulant se donner à bon compte une bonne image.

## D - COMMENT LES DONATEURS REAGISSENT-ILS A LA CRISE ?

Plusieurs enquêtes ont été publiées, concernant ce sujet. Fidèles à notre projet associatif, nous avons voulu privilégier des questions non traitées ailleurs, et dépassant la conjoncture actuelle dans un objectif de portée générale. Nous avons également consulté les collecteurs pour bien identifier leurs attentes d'informations.

Certes, tous les projets de collecte sont d'ores et déjà construits. Mais restent quelques marges de manœuvre quant à la communication qui sera mise en œuvre pendant le dernier mois de l'année, à la fois par les associations et par les médias. Et restent aussi les projets 2009 qu'il convient de caler en fonction des espoirs de collecte.

### 1 – PAR GROS TEMPS, LE SENS DU DON ?

Cette première question nous a paru majeure : suggérée par Hélène DRANSSART, présidente de l'Institut pour le développement de l'éthique et de l'action pour la solidarité (IDEAS), qui milite en faveur de l'information des donateurs.

C'est lorsque les repères risquent de vaciller, lorsque des individualismes ou des corporatismes risquent de prospérer, que ce questionnement semble plus utile encore. En tout cas, la période actuelle constituera un test grandeur nature : cette société saura-t-elle rebondir en s'appuyant sur de vraies et fortes valeurs de solidarité ? Ou bien assisterons-nous à un « *saute qui peut* » généralisé, chacun se préoccupant avant tout de son devenir propre, dans son jardin, dans ses frontières ?

Lorsque les temps sont difficiles, que signifie pour vous le don d'argent ? C'est plutôt :

Réponses en pourcentage en fonction des moyens (1) <i>(Plusieurs réponses possibles)</i>	Moyens financiers très convenables	Moyens financiers convenables	Moyens financiers limités	Moyens financiers très limités
L'expression d'une valeur forte : la solidarité	60%	62%	57%	50%
La meilleure façon d'apporter son soutien à ceux qui sont en difficultés	2%	2%	3%	0%
Une façon de se donner bonne conscience	17%	9%	6%	4%
Une occasion de prendre conscience de « son bonheur »	24%	31%	30%	14%
Une occasion de se remettre en question	19%	15%	20%	32%
Autre chose	0%	5%	9%	14%
Je ne souhaite pas répondre	0%	0%	1%	8%

Source : Enquête R & S 2008. (1) – La formulation de la question est la suivante : Compte tenu de l'ensemble de vos charges, estimez-vous disposer de moyens financiers très convenables...

Difficile ici de ne pas lorgner assez rapidement vers la première colonne, celle de ceux qui indiquent eux-mêmes qu'ils disposent de moyens financiers très convenables. Ils ne se distinguent pas des autres donateurs quant à leur perception du don d'argent, au regard de la solidarité. Pas davantage concernant le soutien à ceux qui sont en difficultés. Leur seule spécificité concerne la bonne conscience qu'ils se donnent lorsqu'ils effectuent un don.

Un témoignage reçu d'un donateur, sociologue et militant associatif, illustre bien le propos :

« ...Et je voudrais pouvoir dire que toutes ces injustices/inégalités provoquent chez de nombreux ménages "classes moyennes" de nos pays globalement riches ce qu'on pourrait appeler un manque de "confort moral" (plus que de la "mauvaise conscience"). Autrement dit : il y va de notre propre intérêt (égocentrique) de donner ou d'agir pour les résorber autant que de nos valeurs (qu'elles soient républicaines ou évangéliques, ou les deux à la fois ?).



Bien plus que les moyens financiers disponibles, le montant annuel des dons s'avère discriminant pour cette question, comme le montre le tableau suivant.

Lorsque les temps sont difficiles, que signifie pour vous le don d'argent ? C'est plutôt :

Réponses en % en fonction du montant annuel des dons ( <i>Plusieurs réponses possibles</i> )	Je donne globalement chaque année (en euros)				
	Moins de 45	45 à 75	75 à 150	150 à 500	Plus de 500
L'expression d'une valeur forte : la solidarité	41%	59%	62%	67%	68%
La meilleure façon d'apporter son soutien à ceux qui sont en difficultés	0%	0%	2%	2%	8%
Une façon de se donner bonne conscience	13%	4%	5%	9%	9%
Une occasion de prendre conscience de « son bonheur »	33%	21%	27%	31%	29%
Une occasion de se remettre en question	21%	19%	19%	17%	19%
Autre chose	21%	19%	19%	17%	19%
Je ne souhaite pas répondre	3%	2%	1%	0%	0%

Source : Enquête R & S 2008.

On observe une corrélation entre le choix du premier item (valeur de solidarité), et le montant des dons. Ceux qui donnent peu sont proportionnellement plus nombreux à indiquer qu'ils le font pour se donner bonne conscience. On pourrait être troublé par le fait que c'était chez les foyers les plus aisés que cette proportion était forte dans le tableau précédent, et faire un rapprochement dont nous avons vérifié qu'il n'est pas pertinent.

En d'autres termes, ceux qui indiquent se donner bonne conscience et se situent dans la situation financière la meilleure, ne sont pas les mêmes que ceux qui donnent ici moins de 45 euros.

En revanche, la proportion de petits donateurs (33%) indiquant que le don est une occasion de prendre conscience de son « *bonheur* », se construit à partir de personnes aux moyens financiers limités. Et on peut se demander pourquoi cette proportion n'augmente pas plus avec le montant des dons, d'autant plus qu'elle n'augmentait pas véritablement non plus avec le montant des moyens financiers.

Lorsque les temps sont difficiles, que signifie pour vous le don d'argent ? C'est plutôt :

	Moins de 40 ans	40 - 59 ans	60 ans et plus
L'expression d'une valeur forte : la solidarité	56%	59%	67%
La meilleure façon d'apporter son soutien à ceux qui sont en difficultés	1%	0%	7%
Une façon de se donner bonne conscience, d'avoir l'esprit tranquille	9%	6%	10%
Une occasion de prendre conscience de « <i>son bonheur</i> »	24%	32%	29%
Une occasion de se remettre en question	18%	20%	21%
Autre chose	9%	6%	4%
Je ne souhaite pas répondre	2%	1%	1%

Source : Enquête R & S 2008.

L'âge influe sur les réponses, notamment en ce qui concerne le premier item, la valeur de solidarité prenant de l'importance avec les années. Il en est de même, mais de façon assez ténue, pour la remise en question. Et clairement, ce sont les 40 - 60 ans qui voient le plus dans cet acte de don une occasion de prendre conscience de leur bonheur.

Les personnes qui ont choisi la rubrique « autres », ont eu la possibilité de préciser en quelques mots et l'exploitation de ce verbatim est en cours.

Le tableau suivant montre des différences assez nettes entre les réponses des hommes et celles des femmes.

Lorsque les temps sont difficiles, que signifie pour vous le don d'argent ? C'est plutôt :

Réponses selon le genre des donateurs ( <i>Plusieurs réponses possibles</i> )	Hommes	Femmes
L'expression d'une valeur forte : la solidarité	73%	64%
La meilleure façon d'apporter son soutien à ceux qui sont en difficultés	29%	21%
Une façon de se donner bonne conscience, d'avoir l'esprit tranquille	8%	5%
Une occasion de prendre conscience de « son bonheur »	21%	30%
Une occasion de se remettre en question	18%	21%
Autre	4%	6%
Je ne souhaite pas répondre	1%	1%

Source : Enquête R & S 2008.

Les hommes sont proportionnellement plus nombreux à choisir les deux premiers items, les femmes sont très nettement plus nombreuses à considérer que l'acte de don est une occasion de prendre conscience de son bonheur, et un peu plus nombreuses à saisir cette occasion pour se remettre en question.

## 2 – LE DON EST-IL A L'ORDRE DU JOUR ?

En ce moment, le sujet du don d'argent, c'est pour vous (*Plusieurs choix possibles*) :

	Moins de 40 ans	40 - 59 ans	60 ans et plus
Une préoccupation car vous pensez aux personnes qui sont plus encore en difficultés	41%	55%	66%
Un sujet de conversation en famille et entre amis	21%	20%	16%
Un sujet auquel vous ne pensez pas particulièrement	25%	19%	19%
Un sujet qui est largement dépassé par vos préoccupations du moment	17%	12%	4%
Autre chose	9%	5%	9%
Je ne souhaite pas répondre	1%	1%	1%

Source : Enquête R & S 2008.

On retrouve ici la préoccupation de solidarité grandissant avec l'âge, et un certain repli sur soi chez les moins de 40 ans. Mais ce repli semble aussi affecter les personnes les plus aisées.

En ce moment, le sujet du don d'argent, c'est pour vous (*Plusieurs choix possibles*) :

	Moyens très convenables	Moyens convenables	Moyens financiers limités	Moyens très limités
Une préoccupation car vous pensez aux personnes qui sont en difficultés	45%	57%	47%	44%
Un sujet de conversation en famille et entre amis	17%	20%	18%	24%
Un sujet auquel vous ne pensez pas particulièrement	36%	22%	21%	10%
Un sujet qui est largement dépassé par vos préoccupations du moment	2%	9%	17%	24%
Autre chose	12%	5%	9%	12%
Je ne souhaite pas répondre	0%	0%	0%	4%

Source : Enquête R & S 2008.

On aura deux lectures séparées de ce tableau : les choix du troisième item pose question. Plus du tiers des donateurs disposant de moyens financiers très convenables ne songent pas actuellement au sujet. Ils sont moins de 10% dans ce cas chez les donateurs les plus modestes.

Les choix du quatrième item expriment des positions différentes, et il paraît logique de constater une corrélation entre les difficultés ressenties personnellement par les donateurs et l'impossibilité dans laquelle ils se trouvent de s'interroger sur le sujet.

En ce moment, le sujet du don d'argent, c'est pour vous (*Plusieurs choix possibles*) :

	Je donne globalement chaque année (en euros)				
	Moins de 45	45-75	75 à 150	150 à 500	Plus de 500
Une préoccupation car vous pensez aux personnes qui sont en difficultés	40%	41%	49%	63%	63%
Un sujet de conversation en famille et entre amis	16%	27%	14%	22%	16%
Un sujet auquel vous ne pensez pas particulièrement	29%	15%	29%	17%	21%
Un sujet qui est largement dépassé par vos préoccupations du moment	30%	18%	13%	6%	1%
Autre chose	1%	5%	5%	9%	9%
Je ne souhaite pas répondre	0%	1%	0%	1%	0%

Source : Enquête R & S 2008.

Ce tableau n'apporte pas de surprises particulières : plus le montant des dons est élevé, plus c'est le signe que l'on se préoccupe des personnes en difficultés et plus on aura tendance à s'en préoccuper en temps de crise. C'est une information précieuse pour les collecteurs.

Pour cette question, la différence entre les réponses des hommes et celles des femmes n'est pas significative.

### 3 - NE RIEN CHANGER OU LIMITER LE NOMBRE D'ASSOCIATIONS ?

Cette question est d'importance pour les collecteurs qui savent qu'ils partagent bien souvent leurs donateurs. Nous l'avons donc formulée en lien avec eux.

Ils resteront fidèles à l'association ou aux associations qu'ils aident, et ne modifieront pas leur mode de paiement. Cette attitude consistant à ne pas limiter le nombre d'associations auxquelles on donne, ressort bien dans le tableau suivant.

Si vous donnez d'habitude à plusieurs associations, que pensez-vous faire en cette fin d'année ?

	Moins de 40 ans	40 - 59 ans	60 ans et plus
Je ne changerai pas mes habitudes	62%	68%	68%
Je pense donner à davantage d'associations car les besoins sont plus importants	4%	4%	1%
Je pense réduire le nombre d'associations auxquelles je donnerai	6%	6%	13%
Je pense me limiter à une seule association	16%	17%	7%
Je ne souhaite pas répondre	5%	1%	3%
Non réponses	8%	3%	8%
Total	100%	100%	100%

Source : Enquête R & S 2008.

La proportion de ceux qui envisagent de réduire le nombre d'associations auxquelles ils donnent est plus important chez les plus de 60 ans (13%), dans la mesure où ils donnent déjà significativement à un plus grand nombre d'organismes. La proportion plus forte des donateurs plus jeunes qui indique se limiter à une seule association ne devrait pas inquiéter, car beaucoup sont déjà dans cette posture.

Mais ce constat n'a d'intérêt que s'il est recoupé avec d'autres critères, comme le montant du don et le genre des donateurs.

Si vous donnez d'habitude à plusieurs associations, que pensez-vous faire en cette fin d'année ?

	Je donne globalement chaque année (en euros)				
	Moins de 45	45-75	75 - 150	150 - 500	Plus de 500
Je ne changerai pas mes habitudes	37%	52%	74%	83%	73%
Je pense donner à davantage d'associations car les besoins sont plus importants	0%	2%	3%	2%	8%
Je pense réduire le nombre d'associations auxquelles je donnerai	6%	12%	6%	6%	11%
Je pense me limiter à une seule association	34%	29%	11%	2%	7%
Je ne souhaite pas répondre	7%	2%	1%	0%	0%
Non réponses	16%	2%	4%	6%	1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Source : Enquête R & S 2008.

Avec ce tableau, en particulier, le lecteur comprendra aisément qu'un résultat global d'enquête ne présente aucun intérêt. Les médias ont copieusement indiqué que les deux tiers, environ, des donateurs ne changeraient pas leurs habitudes de dons. C'est également ce que nous obtenons.

Mais à quoi bon connaître un chiffre qui se construit à partir de composantes qui vont du simple au double ? La plus élémentaire attitude scientifique conduit donc à exprimer la ventilation des résultats, notamment en fonction du don moyen annuel. Et les collecteurs sauront alors, s'ils doivent tenir compte de la proportion de moins de 37% de petits donateurs qui ne vont pas changer leurs habitudes et aux 34% qui envisagent de se « replier » vers une seule association. Sans oublier les 16% qui ne répondent pas et semblent hésiter encore. Ou bien s'ils doivent tabler sur leurs gros donateurs, dont environ 80% indiquent qu'ils ne modifieront pas leur comportement de don.

Nous ne serions pas complet si nous n'indiquions pas les différences bien réelles entre les réponses des hommes et celles des femmes.

Si vous donnez d'habitude à plusieurs associations, que pensez-vous faire en cette fin d'année ?

	Hommes	Femmes
Je ne changerai pas mes habitudes	73%	64%
Je pense donner à davantage d'associations	6%	3%
Je pense réduire le nombre d'associations	10%	8%
Je pense me limiter à une seule association	4%	13%
Je ne souhaite pas répondre	2%	4%
Non réponses	4%	7%
Total	100%	100%

Source : Enquête R & S 2008.

Il y a manifestement plus de réponses affirmatives chez les hommes, mais sont-elles fermes et définitives ? Et nettement plus d'hésitations chez les femmes, dont 11% ne souhaitent pas ou ne savent pas répondre. Elles sont en revanche plus déterminées que les hommes à cibler désormais une seule association (13% contre 4%).

#### 4 - A QUI DESTINEZ-VOUS VOS DONNS, EN CETTE FIN D'ANNEE ?

La Fondation de France nous indique que certains donateurs souhaitent se consacrer à des causes plus proches, notamment dans le domaine social. Nous n'avons pas senti véritablement cette tendance dans le bilan de la collecte 2007, selon les domaines d'intervention. Mais qu'en est-il dans le cadre de cette enquête, puisque la question était posée ?

A qui destinez-vous vos dons, en cette fin d'année ?

	Moins de 40 ans	40 - 59 ans	60 ans et plus
Je réoriente mes dons vers la France	13%	12%	16%
Je concentre mes dons vers les pays pauvres	6%	6%	5%
Je réoriente mes dons vers une autre cause	2%	4%	0%
Je ne change rien	65%	59%	59%
Je réfléchis	9%	15%	11%
Je ne souhaite pas répondre	4%	1%	4%
Non réponses	3%	2%	5%
Total	100%	100%	100%

Source : Enquête R & S 2008.

Les mouvements ne semblent, a priori, pas très importants, et concernent environ 15% des donateurs dans un sens, vers la France, mais environ 5% d'autres donateurs dans l'autre sens, vers les pays pauvres. Bien malin qui pourrait tirer quelques conclusions pertinentes de ce constat.

En revanche, il est clair que les moins de 40 ans sont un peu plus déterminés, et que les plus de 40 ans sont plus nombreux à réfléchir. Chez les plus de 60 ans, qui intéressent tout particulièrement les collecteurs, on sera frappé de constater la forte proportion de 20% de donateurs n'apportant pas encore de réponse. D'où l'intérêt pour les associations de communiquer aujourd'hui pour tenter de convaincre les nombreux indécis.

Et les enjeux seront d'autant plus importants que le montant des dons est élevé.

A qui destinez-vous vos dons, en cette fin d'année ?

	Je donne globalement chaque année (en euros)				
	Moins de 45	45-75	75 - 150	150 - 500	Plus de 500
Je pense réorienter mes dons vers les associations qui interviennent en France	19%	21%	13%	10%	8%
Je concentrerai mes dons sur les associations qui interviennent en priorité dans les pays pauvres	4%	5%	6%	6%	9%
Je pense réorienter mes dons vers un autre type de cause	1%	2%	3%	0%	4%
Je ne changerai rien à mes habitudes	46%	59%	68%	72%	65%
Je réfléchis en ce moment	14%	9%	7%	10%	13%
Je ne souhaite pas répondre	4%	4%	0%	1%	0%
Non réponses	11%	0%	2%	1%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Source : Enquête R & S 2008.

Ce tableau est très instructif à plusieurs points de vue : il montre que les donateurs qui sont les plus nombreux à envisager un « repli » vers des causes nationales sont plutôt des petits donateurs. Les organisations de solidarité internationale pourront éventuellement tenir compte de ce risque de fuite. Mais sauront aussi que les gros donateurs sont plus nombreux à être tentés de rejoindre leurs causes.

Nous retrouvons ici l'intérêt des résultats détaillés, puisque la proportion des donateurs qui ne changeront pas varie fortement, de 46% chez les plus petits, qui sont aussi ceux qui hésitent le plus (29% au total), à plus de 72% chez ceux qui donnent entre 150 et 500 euros chaque année.

On sera également frappé de remarquer que l'on réfléchit tout autant chez les plus petits donateurs (14%) que les plus gros (13%). Les premiers marquant de surcroît une hésitation pour répondre, contrairement aux seconds.

A qui destinez-vous vos dons, en cette fin d'année ?

	Hommes	Femmes
Je réoriente mes dons vers la France	17%	12%
Je concentre mes dons vers les pays pauvres	7%	5%
Je réoriente mes dons vers une autre cause	3%	2%
Je ne change rien	64%	59%
Je réfléchis	8%	14%
Je ne souhaite pas répondre	2%	4%
Non réponses	2%	4%
Total	100%	100%

Source : Enquête R & S 2008.

Nette différence entre des hommes plus nombreux à envisager le choix d'une cause en France, et des femmes proportionnellement plus nombreuses à réfléchir (14%) ou à ne pas répondre (8%). Les hommes paraissent donc plus déterminés, mais le sont-ils vraiment ?

## 5 - QU'EN EST-IL DES MONTANTS QUE LES DONATEURS ENVISAGENT DE DONNER ?

La question que tout le monde attend. Mais qu'il faut aborder avec une grande prudence.

D'abord dans la mesure où les différences sont grandes selon les critères, comme on va le voir. Ensuite parce qu'il est difficile pour les donateurs de faire un pronostic. Se rappellent-ils bien ce qu'ils ont donné l'année passée ? Comment font-ils le parallèle entre des périodes de fin d'année qui n'ont pas forcément de sens pour eux ? Savent-ils comment leurs propres moyens vont évoluer ? Et enfin savent-ils vraiment comment ils réagiront face au courrier d'une association, face à une image, et encore face à leur chéquier ou mieux encore face à leur écran pour donner en ligne ?

Toutes ces précautions, non pas pour décourager le lecteur, mais pour bien illustrer cette modestie dont nous devons faire preuve.

En cette fin d'année, pensez-vous donner :	Moins de 40 ans	40 - 59 ans	60 ans et plus
Beaucoup plus que les autres années	1%	1%	1%
Un peu plus que les autres années	7%	9%	7%
A peu près comme les autres années	58%	57%	55%
Sous total plus ou autant	66%	67%	63%
Un peu moins que les autres années	15%	18%	12%
Beaucoup moins que les autres années	4%	3%	4%
Je ne donnerai pas, je n'en ai pas les moyens	5%	5%	2%
Sous total moins ou pas du tout	24%	26%	18%
Je pense différer mes dons de quelques mois	4%	1%	4%
Je ne souhaite pas répondre	3%	1%	4%
Je ne sais pas répondre	3%	5%	11%
Sous total non déterminé	10%	7%	19%
Total	100%	100%	100%

Source : Enquête R & S 2008.

Les deux tiers des donateurs donneront au moins comme les autres années, si ce n'est plus. Et ceci quel que soit leur l'âge. Selon les moyens disponibles, on est déterminé ou on réfléchit encore : c'est ainsi que parmi ceux qui n'ont pas encore pris une décision, on trouve plus particulièrement des personnes de plus de 60 ans. Elles sont 20% à n'avoir pas indiqué d'opinion. Et elles sont généralement très majoritaires chez les collecteurs.

Une lecture optimiste permet de dénombrer, chez les donateurs de plus de 60 ans, une proportion de 63% de personnes qui pensent donner au moins autant que l'an passé, à laquelle on pourrait ajouter les 12% qui pensent donner un peu moins mais qui au moment décisif feront peut-être un petit geste, et à laquelle on peut ajouter les 15% qui ne veulent pas ou ne savent pas répondre.

La réserve serait donc de l'ordre de 27% des donateurs, et l'on approcherait ainsi 90% de donateurs qui pensent donner au moins autant que l'an passé. Mais ce raisonnement n'est ici que pour encourager les collecteurs – mais aussi très largement les médias – à communiquer utilement. Pour les convaincre.

Qu'en est-il selon le montant des dons ?

En cette fin d'année, pensez-vous donner :	Je donne globalement chaque année (en euros)				
	Moins de 45	45-75	75 à 150	150 à 500	Plus de 500
Beaucoup plus que les autres années	0%	0%	1%	2%	3%
Un peu plus que les autres années	4%	4%	8%	10%	15%
A peu près comme les autres années	42%	53%	69%	66%	60%
Sous total plus ou autant	46%	56%	79%	77%	77%
Un peu moins que les autres années	11%	28%	14%	15%	13%
Beaucoup moins que les autres années	13%	2%	3%	0%	1%
Je ne donnerai pas, faute de moyens	13%	1%	0%	1%	4%
Sous total moins ou pas du tout	36%	32%	17%	16%	19%
Je pense différer mes dons de quelques mois	10%	6%	0%	1%	0%
Je ne souhaite pas répondre	0%	2%	0%	1%	0%
Je ne sais pas répondre	8%	4%	4%	6%	4%
Sous total non déterminé	18%	12%	4%	7%	4%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Source : Enquête R & S 2008.

Ici encore, les différences sont considérables : pour ne s'en tenir qu'aux sous-totaux, la proportion de ceux qui donneront au moins autant varie de 46% à près de 80% chez les plus gros donateurs. Et l'information est d'importance car on est ici très loin de la moyenne des deux tiers que les médias ont annoncée. Il appartient à chaque collecteur de calculer la part que représentent dans sa collecte les petits et les gros donateurs.

Parmi ceux qui indiquent qu'ils donneront moins, réservons ceux qui semblent décider à limiter légèrement leurs dons : là encore, ils constituent une proportion non négligeable des plus gros donateurs (entre 13% et 15%). Dans cette catégorie, la réserve de ceux qui ne répondent pas est de l'ordre de 8%.

Si l'on reprend le même raisonnement, en ne retranchant que les donateurs qui indiquent clairement qu'ils donneront beaucoup moins ou pas du tout, et si on conserve pour le moment le bénéfice du doute pour ceux qui réfléchissent ou ne se prononcent pas, on obtient une « *proportion cible* » de l'ordre de 64% des petits donateurs, de 81% de donateurs moyens, et de 95% des gros donateurs, en cette fin d'année.

Précisons que pour cette question, il n'y aucune différence significative dans la répartition des réponses des hommes et des femmes.

## 6 - CHANGER SA FAÇON DE DONNER ?

A la fois pour vérifier la concordance du pronostic et pour élargir un peu le champ d'observation, nous avons posé une question subsidiaire.

Toujours pour cette fin d'année, allez-vous changer votre façon de donner (*Plusieurs choix possibles*) :

	Moins de 40 ans	40 - 59 ans	60 ans et plus
Je donnerai autre chose que de l'argent, faute de moyens (vêtements, nourriture...)	24%	23%	20%
Je préfère donner du temps et aider concrètement une cause qui me plaît	19%	25%	33%
J'attends d'examiner les messages que je recevrai de la part des associations	13%	9%	13%
Je ne changerai pas mes habitudes	59%	64%	62%
Je ne sais pas encore	13%	8%	6%
Je ne souhaite pas répondre à cette question	0%	1%	2%

Source : Enquête R & S 2008.

Dès lors que d'autres choix, de nature différente, étaient proposés aux répondants, il n'est pas étonnant que la proportion de ceux qui ne changeront rien à leur démarche soit un peu plus faible : si on compare ceux qui indiquent vouloir donner au moins autant, à ceux qui indiquent ici ne rien vouloir changer à leur façon de donner, on constate une perte de 7 points chez les moins de 40 ans, une perte limitée à 2 points chez les 40-60 ans, et une perte d'un seul point chez les plus de 60 ans.

On peut donc affirmer que les réponses sont cohérentes et solides. Et ce d'autant plus que l'on retrouve cette forte proportion de donateurs souhaitant encore réfléchir. L'information complémentaire – et d'importance – de ce tableau, réside dans cette forte proportion de donateurs qui « *attendent d'examiner les messages qu'il recevront des associations* ». Ils sont 13% chez les plus de 60 ans, ce qui ne manquera pas d'intéresser les collecteurs.

On retiendra l'attitude généreuse des donateurs, prêts à aider sous d'autres formes que financière. C'est ainsi que chez les plus de 60 ans, ils sont 20% à envisager « *aussi* » une aide matérielle, et 33% à envisager « *aussi* » un don de temps sous forme de bénévolat. Nous précisons bien « *aussi* », dans la mesure où en ajoutant ceux qui ne changeront rien (62%), ceux qui attendent les messages des associations (13%) et ceux qui ne se sont pas exprimés (8%), on parvient à un total significatif de 83% des donateurs.

Le tableau suivant présente ce que les collecteurs pourraient viser, à partir des moyens financiers dont disposent les donateurs.

Toujours pour cette fin d'année, allez-vous changer votre façon de donner :

	Moyens financiers très convenables	Moyens financiers convenables	Moyens financiers limités	Moyens financiers très limités
Je donnerai autre chose que de l'argent, faute de moyens	12%	16%	30%	36%
Je préfère donner du temps et aider concrètement une cause qui me plaît	12%	21%	29%	32%
J'attends d'examiner les messages que je recevrai de la part des associations	21%	10%	10%	14%
Je ne changerai pas mes habitudes	57%	71%	55%	44%
Je ne sais pas encore	14%	7%	11%	14%
Je ne souhaite pas répondre à cette question	0%	0%	0%	2%

Source : Enquête R & S 2008.



Ce ne sont pas les donateurs dont les moyens financiers sont les plus confortables qui sont proportionnellement les plus nombreux à indiquer qu'ils ne changeront pas leur façon de donner : nous voyons ici un des effets psychologiques les plus stupides et les plus désastreux, à partir du syndrome « *pouvoir d'achat* » qui ne touche tout de même pas toutes les strates de la société. Ces donateurs ne se replient pas pour autant vers d'autres formes de générosité : ils sont moitié moins que les autres à envisager de donner autre chose que de l'argent ou un peu de temps.

Peut-être un certain espoir pour les associations, puisqu'ils sont 21% à attendre les messages des associations, et 14% à réfléchir. Soit un potentiel de l'ordre de 92% tout de même. Ainsi mesuré, ce potentiel est d'environ 88% chez ceux dont les moyens financiers sont estimés convenables, de 76% chez ceux dont les moyens sont plus limités, et encore de 72% chez ceux dont les moyens sont les plus limités.

Toujours pour cette fin d'année, allez-vous changer votre façon de donner :

	Je donne globalement chaque année (en euros)				
	Moins de 45	45-75	75 à 150	150 à 500	Plus de 500
Je donnerai autre chose que de l'argent	33%	28%	23%	13%	11%
Je donnerai du temps	33%	27%	20%	14%	24%
J'attends les messages des associations	11%	8%	16%	14%	8%
Je ne changerai pas mes habitudes	36%	59%	61%	76%	76%
Je ne sais pas encore	13%	12%	11%	10%	3%
Je ne souhaite pas répondre	0%	0%	1%	0%	0%

Source : Enquête R & S 2008.

Il n'y a décidément pas de relation très directe entre les réponses en fonction des moyens financiers disponibles et les réponses en fonction des montants annuels de dons. Parmi ceux qui indiquent eux-mêmes disposer « *de moyens très convenables* », ils n'étaient que 57% à indiquer qu'ils ne changeraient pas leur façon de donner. Parmi ceux qui donnent plus de 150 euros par an, ils sont 76% à se montrer déterminés. Les deux ensembles se coupent et se chevauchent sans doute, mais ne se recoupent manifestement pas.

Pour revenir à ce tableau, les donateurs les plus modestes sont ceux qui envisagent le plus de recourir à d'autres formes de générosité. Mais ils ne renoncent pas pour autant à donner puisqu'ils sont 60% à ne pas écarter l'hypothèse de donner autant (36% + 11% + 13%).

Et cette proportion augmente en corrélation avec le montant des dons : elle est de 88% chez les donateurs situés entre 75 et 150 euros, de 87% chez les plus gros donateurs. Chez les donateurs dont le montant annuel se situe entre 150 et 500 euros, la proportion de ceux qui ne changeront rien est de 76%, la proportion de ceux qui attendent les messages des associations est de 14%, ce qui nous conduit à un résultat assez significatif de 90%. Sans compter ceux qui ne se prononcent pas...

Toujours pour cette fin d'année, allez-vous changer votre façon de donner :

	Hommes	Femmes
Autre chose que de l'argent	14%	28%
Je donnerai du temps	24%	25%
J'attends les messages des associations	12%	12%
Je ne changerai pas mes habitudes	72%	53%
Je ne sais pas encore	6%	13%
Je ne souhaite pas répondre	1%	0%

Source : Enquête R & S 2008.

Les femmes sont nettement moins nombreuses à indiquer qu'elles ne changeront pas leurs habitudes de dons : Est-ce par prudence et réalisme ? Est-ce parce qu'elle ne maîtrisent pas forcément le chéquier ? Toujours est-il qu'elles ont d'ores et déjà prévu une alternative, sous forme de don matériel, dans une proportion double de celle des hommes.

Et elles indiquent leur hésitation, dans une plus forte proportion que celle des hommes : au bilan, en rassemblant les réponses de celles qui ne changeront rien et de celles qui attendent les messages des associations, on parvient à 65% des donatrices (contre 84% des hommes). Mais en ajoutant la réserve que représente les hésitantes, on parvient à un total de 78% (contre une proportion de 90% des hommes).

## 7 - ET POUR QUELQUES EUROS ? OSER LE DON EN LIGNE !

Nous avons déjà indiqué que le don en ligne constitue, pour partie, l'avenir de la collecte et l'augmentation du nombre des donateurs. Chacun en est convaincu, mais comment le développer ? Peut-être en indiquant aux donateurs qui hésitent que cette démarche permet d'optimiser les frais de collecte et de traitement des dons, et s'avère très utile lorsque l'on n'a pas plus de quelques euros à donner.

D'où cette question soigneusement préparée en coopération Laurence AMANDJULES, présidente de CHARITIC<sup>17</sup>, qui s'efforce d'offrir aux donateurs et aux collecteurs l'opportunité de donner plus aisément et dans des conditions sécurisées.

En ces temps difficiles, les « *petits dons de quelques euros* » vous semblent-ils avoir du sens ?

	Moins de 40 ans	40 - 59 ans	60 ans et plus
Oui, car ils me permettent d'exprimer ma préoccupation pour les autres	28%	28%	28%
Oui, car je sais que c'est toujours utile	70%	68%	47%
Oui, si je sais que les frais de traitement ne seront pas coûteux	22%	23%	21%
Non, car il me semble qu'il faut un montant minimum	9%	10%	21%
Je ne souhaite pas répondre	4%	2%	5%

Source : Enquête R & S 2008.

Les différences entre générations paraissent logique et correspondre aux modes de dons : les plus de 60 ans pratiquent essentiellement le don par chèque, et estiment donc, dans une proportion supérieure, qu'il faut un minimum pour que le don ait du sens (21%). Selon le même mode de raisonnement, ils sont moins nombreux à penser qu'un petit don est toujours utile (47%).

Et il est légitime de trouver plus de 20% de donateurs se préoccupant des frais que leur don peut occasionner, et qui seront peu à peu convaincus, au nom de cette préoccupation, d'oser le don en ligne.

## FAUT-IL CONCLURE ?

Certainement pas, car la conclusion appartient aux collecteurs, aux donateurs et aux médias qui disposent de quelques semaines avant Noël pour que le bilan 2008 de la collecte ne soit pas trop affecté par les difficultés actuelles. Nous avons eu plaisir à réaliser ces enquêtes, et notre plaisir sera plus important encore si les résultats publiés ici éclairent un peu les associations qui collectent.

<sup>17</sup> [www.charitic.fr](http://www.charitic.fr)

Et plus de plaisir encore si les donateurs ne se laissent pas aller à cet « *effet psychologique* » qui peut les freiner dans leur élan : que parmi les donateurs qui indiquent disposer de moyens tout à fait suffisants ou suffisants, il s'en trouve 13% pour déclarer qu'ils donneront moins que les autres années nous paraît assez décevant, précisément au moment où les personnes en difficulté n'auront jamais eu autant besoin d'aide.

Et pour les collecteurs, au-delà du socle rassurant de ceux qui ont d'ores et déjà décidé qu'ils ne changeront pas leurs habitudes de dons, l'espoir est permis d'aller convaincre les indécis, notamment avec le concours actif de la presse.



Pour consulter nos travaux : [www.recherches-solidarites.org](http://www.recherches-solidarites.org)

L'équipe de Recherches & Solidarités s'appuie depuis plus de 4 ans sur une coopération régulière avec un grand nombre de collecteurs. Nous disposons cette année, au titre du bilan 2007, des résultats de 80 grandes associations nationales. Et d'un échantillon de collecte de 1,3 milliards d'euros. Nous avons pu aller plus loin en abordant aussi les notions de don moyen, et de son évolution au fil des années dans chaque domaine d'intervention, de même que nous pouvons estimer la proportion de nouveaux donateurs. Notre équipe tient particulièrement à remercier les associations qui ont bien voulu aller plus loin avec elle dans une grande confiance réciproque.

Action contre la faim	Handicap international
Afrique verte	Helen Keller international Europe (HKIE)
Agronomes et vétérinaires sans frontières	La Chaîne de l'Espoir
Aide et Action	Les amis de l'Arche
AIDES	Ligue contre le cancer
Aimer - Aide et information pour le monde des enfants de la rue	Médecins du Monde
Association pour la Recherche sur le Cancer (ARC)	Médecins sans Frontières (MSF)
ARSEP - association pour la recherche sur la sclérose en plaque	Nos petits frères et sœurs
Association des paralysés de France	Ordre de Malte
Association Française des Polyarthritiques	Orphéopolis
ATD Quart Monde	Partage
CCFD - Terre Solidaire	Petits frères des Pauvres
Centre français de protection de l'enfance	Petits Princes
CFSI - Comité Français pour la Solidarité internationale	Scouts et Guides de France
Conférence des Evêques de France et l'Archevêché de Paris	Secours Catholique
Corps Mondial de Secours	Secours populaire
Croix-Rouge Française	Solidarité Laïque
Ecole des chiens guides d'aveugles de l'ouest	Solidarités
Fédération française de cardiologie	Solidarités Nouvelles face au Chômage (SNC)
Fondation abbé Pierre	Un enfant par la main
Fondation d'Auteuil	Unicef France
Fondation Hôpitaux de France - Hôpitaux de Paris	Vaincre la mucoviscidose
Fondation Notre Dame TV Kato	WWF