



Aujourd'hui l'économie

La générosité des Français à l'épreuve de la crise

Par [Dominique Baillard](#)

Diffusion : lundi 15 décembre 2014



Vue des studios de France Télévisions lors du lancement de la 28e édition du Téléthon, le 5 décembre à Paris. AFP/François Guillot

C'est en fin d'année que les associations caritatives communiquent le plus pour recueillir des dons, et pour le moment les Français continuent à répondre généreusement à leur appel malgré la morosité économique ambiante.

En France le don est un phénomène encore très saisonnier, concentré en fin d'année. L'entrée dans l'hiver rend les ménages plus sensibles à la cause des plus démunis, la proximité des fêtes de fin d'année joue certainement un rôle catalyseur en insistant sur les valeurs de partage et de solidarité. Mais si 43 % des dons se concrétisent au dernier trimestre de l'année c'est aussi parce que c'est le moment au jamais de profiter de l'avantage fiscal lié au don. Car en France jusqu'aux trois quarts de la somme donnée peut être déduit de l'impôt sur le revenu, à condition qu'elle soit déclarée avant la fin de l'année.

C'est l'une des rares occasions d'utiliser son impôt à sa convenance souligne Jacques Malet de l'association Recherche et Solidarité. Son équipe publie un baromètre annuel des dons sur la base des déclarations fiscales. Plus il y a de foyers imposables, plus le don augmente, c'est mécanique, mais attention, il n'y a pas de lien de cause à effet. Car ces trois dernières années la proportion de foyers payant l'impôt et effectuant un don est en hausse constante.

Quel est l'impact de la crise sur la générosité publique ?

En 2013, plus de 4 milliards d'euros ont été récoltés selon les données fournies par les associations, deux milliards 230 millions d'euros selon les données fournies par le fisc. La progression est très faible par rapport à 2012. De quoi inquiéter les associations pas assez puissantes pour communiquer et donc exister auprès du grand public, mais aussi sensibles à la baisse des subventions publiques engendrées par la rigueur. Autre conséquence de la crise, les donateurs modestes sont de moins en moins nombreux. Cette mutation dans le profil du donateur témoigne des difficultés des Français, mais elle n'a pas d'incidence sur le montant global, car les mieux lotis donnent plus qu'auparavant. Et puis le dernier sondage sur les intentions de dons rend optimiste: malgré la crise, les ménages déclarent qu'ils continueront à être charitables cette année.

Le résultat du Téléthon qui a engrangé un nouveau record de promesses il y a une dizaine de jours conforte cette tendance. L'association française de lutte contre les myopathies est de loin l'organisation qui recueille le plus d'argent. Avec la pauvreté, la santé est d'ailleurs l'une des causes les plus populaires dans les intentions de dons. En revanche, les causes lointaines dans le temps comme les questions liées à l'environnement, ou dans l'espace, ce qui est le cas de l'aide au développement ont plus de mal à mobiliser. On a bien vu récemment que la fièvre Ebola n'a pas suscité d'élan de générosité.

En moyenne combien donnent les Français ?

En 2013, le don moyen s'est monté à 409 euros. C'est un peu plus que le budget des cadeaux de Noël, mais c'est moins que le budget total des dépenses de fin d'années, agapes comprises. Quel que soit le niveau des revenus, les ménages donateurs consacrent en moyenne 1 % à ce type de dépense. À noter que les plus âgés et les plus jeunes sont les générations qui consacrent le plus d'argent à des oeuvres philanthropiques. Un dynamisme qui prouve que la relève est là, ce qu'atteste la progression des dons en lignes plus courantes chez les plus jeunes. Vu le niveau des dons rapportés aux revenus, il y a une réelle marge de progression pour ce type de financement.