

5^{ème} édition du Baromètre 2012 de la confiance

Une confiance et des attentes en nette progression

Cette 5^{ème} édition vient confirmer les tendances déjà esquissées en 2011 (renforcement de la confiance et des attentes) et apporte de nouveaux enseignements sur :

- ▶ les moyens d'information privilégiés par les Français au sujet des associations et fondations,
- ▶ le rôle du bouche à oreille dans la promotion des associations et fondations,
- ▶ la pratique du bénévolat.

Le Comité de la Charte du don en confiance, organisme de contrôle de l'appel à la générosité publique, avait lancé en 2007 avec TNS SOFRES un baromètre visant à mieux comprendre et à mesurer la confiance des Français à l'égard des associations et fondations.

Pour télécharger les résultats complets de l'étude :

<http://www.comitecharte.org/observatoire-de-la-confiance>

Un regain de confiance qui se renforce en 2012

Renouant pour la première fois avec les niveaux de confiance observés lors de la décennie précédente, **une majorité de Français (56 %) déclare aujourd'hui faire confiance aux associations et fondations faisant appel à la générosité publique** (+ 15 points depuis 2010, dont + 8 points depuis 2011), alors que la confiance à l'égard d'autres organismes, tels que les syndicats ou les associations de consommateurs, reste très stable. Parmi les associations et fondations, celles qui suscitent le plus de confiance sont « les associations qui fonctionnent essentiellement grâce à des bénévoles » et « les petites associations de proximité » (respectivement 87 % 85 % de confiance).

Des attentes fortes, notamment sur le contrôle

Plus du tiers des Français - près de la moitié des donateurs - ont déjà eu des doutes sur une association ou fondation qu'ils aidaient ou envisageaient d'aider.

Et **44% des donateurs disent s'en être détournés suite à des informations reçues sur elle ; des informations principalement puisées dans les médias** (pour 37 % des donateurs). Parmi les raisons qui provoquent l'arrêt du don, la « **déviatio**n » du don - par rapport à l'utilisation qu'avait annoncée l'association ou la fondation au départ - arrive en tête.

Le sentiment de doute a un impact d'autant plus fort que seule une minorité (24 %) cherche à en savoir davantage sur l'information qui a jeté le trouble.

En conséquence, les Français attachent une grande importance à l'existence d'un contrôle des associations et fondations (79 %, score « joue fortement dans la confiance »), à la rigueur de leur gestion (75 %), à la transparence de leur communication (74 %).

Internet : une source d'information privilégiée

Lorsqu'ils veulent en savoir plus sur une organisation qui les sollicite, **les Français ont d'abord le réflexe Internet**, notamment les donateurs occasionnels (**49 %**), (information à disposition, facile d'accès, diversifiée proposant la voix de l'association, celle de « contre-pouvoirs » tels les réseaux sociaux, blogs, forums). Internet joue également un rôle croissant dans l'entretien de la confiance à l'égard du secteur de la générosité. En revanche, le pouvoir d'activation du don Internet est encore limité : 10 % des donateurs décident de faire un don suite à la visite d'un site Internet.

Le bouche à oreille : un rôle-clé dans l'appel à la générosité publique

Un Français sur cinq intervient comme relais d'opinion sur le sujet : un score qui révèle la capacité d'une part non négligeable d'individus à jouer le rôle d'ambassadeurs pour les associations et fondations. En effet, les **discussions positives (74 %)** l'emportent largement sur les critiques (40 %), à la différence des autres secteurs économiques observés par ailleurs.

Une baisse de l'engagement bénévole se dessine

En revanche, les pratiques de bénévolat déclarées marquent une baisse dans l'opinion puisque **24 % des Français** disent consacrer du temps aux associations / fondations en tant que bénévoles. Ils étaient 38 % en 2007.

Selon Gérard de La Martinière, Président du Comité de la Charte, « La montée des attentes de l'opinion à l'égard des organisations qui sollicitent la générosité publique se porte sur tous les éléments qui concourent à la qualité de leur gestion : gouvernance, contrôle interne, rigueur, efficacité et transparence. A un moment où les besoins de la société appellent un renforcement des flux de la générosité, le Comité de la Charte, institué pour jouer le rôle de tiers de confiance à l'égard du public, doit veiller à ce que l'ensemble du secteur s'inscrive dans cette démarche de progrès. »

Le rôle du Comité de la Charte

Le Comité de la Charte du don en confiance, organisme à but non lucratif, exerce depuis plus de 20 ans la mission de contrôle de l'appel à la générosité publique. Son action se fonde sur l'élaboration des règles de déontologie, l'agrément des organismes volontaires pour se plier à une discipline collective vis-à-vis des donateurs et le contrôle continu des engagements souscrits. Sa position lui permet de combiner la nécessaire indépendance de jugement avec la proximité des acteurs du mouvement associatif.

Les 4 champs du contrôle continu exercé par les contrôleurs du Comité sont le fonctionnement statutaire et la gestion désintéressée ; la rigueur de la gestion ; la qualité de la communication et des actions de collecte de fonds ; et la transparence financière.

Pour voir le contenu détaillé des engagements souscrits par les organisations agréées ainsi que la liste de celles-ci : www.comitecharte.org.

Le public peut reconnaître les organisations agréées par la marque suivante :



Service de Presse : Pour toute information complémentaire

Marie-Pierre Medouga-Ndjikessi // au Comité : 01 53 36 35 02/03 // portable : 06 22 78 71 38 // à l'agence : MP & C 01 71 52 10 30 - 01 71 52 10 31 (ligne directe) – www.mp-c.eu – agencerp@orange.fr