

## 6<sup>ème</sup> édition du Baromètre 2013 de la confiance

*La confiance se maintient et la sollicitation est peu critiquée*

Cette 6<sup>ème</sup> édition, au-delà des confirmations de tendances de 2012 (confiance et place plus importante des réseaux sociaux), apporte de nouveaux enseignements sur :

- ▶ l'importance des dons en nature,
- ▶ la perception de la sollicitation.

Depuis 2007, le Comité de la Charte du don en confiance, organisme de contrôle et de promotion de l'appel à la générosité publique, publie chaque année avec TNS SOFRES un baromètre visant à mieux comprendre et à mesurer la confiance des Français à l'égard des associations et fondations qui font appel aux dons.

Pour télécharger les résultats complets de l'étude :

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

### Une confiance qui se maintient, le contrôle qui reste le levier n°1

52 % des Français ont confiance en leurs organisations et leurs fondations. Un chiffre en légère baisse par rapport à 2012 (56 %) mais appréciable étant donné le climat général de suspicion, notamment de dévalorisation de l'action politique (14 % accordent leur confiance aux partis politiques).

Les leviers de la confiance demeurent, avec loin devant le contrôle (77 %) puis la rigueur de la gestion (70 %) et l'efficacité des actions (70 %). Cette année l'on constate une posture de dialogue encore plus attendue par les donateurs *via* les blogs et les réseaux sociaux (35 %, + 5 points par rapport à 2012).

### L'importance des dons en nature : une expression du potentiel de générosité

Le potentiel de générosité est là : si seulement 1 Français sur 2 déclare donner de l'argent aux associations et fondations (49 %), l'habitude de don en nature semble nettement plus répandue (72 % des donateurs).

Conjoncture économique oblige, ces dons sont importants et indispensables à certaines organisations pour remplir leurs missions sociales. Il est à noter que ces dons émanent majoritairement des femmes (78 %) et qu'elles sont sensiblement plus jeunes que les donateurs en argent en général (35/49 ans vs les 50 ans et plus).

### Que pensent les donateurs de la façon dont ils sont sollicités ?

Si le démarchage téléphonique irrite près d'1 Français sur 2 (ce qui est *a priori* valable pour tout secteur confondu), les autres formes de sollicitation pratiquées par les organisations qui font appel aux dons ne semblent pas mal perçues par le grand public. Un certain malaise existe toutefois parmi les donateurs concernant les courriers de sollicitation contenant des gadgets, des petits cadeaux (41 %) et les courriers trop luxueux (38 %).



### Une marque d'agrément qui ... prend ses marques !

Enfin, la nouvelle marque d'agrément s'installe ; elle atteint pour sa 1<sup>ère</sup> année d'existence le même score que l'ancienne en 2007. Egalement, elle incite à s'informer davantage sur les organisations et à faire davantage confiance aux organisations (+ 10 points par rapport à 2011).

*« La générosité reste présente malgré la crise et la confiance continue de la nourrir. Nous avons encore collectivement un potentiel de générosité à exploiter et c'est cet effort commun de sensibilisation, de transparence, de rigueur, d'innovation qui permettra d'alimenter le courant de générosité dont notre société a besoin. », observe Gérard de la Martinière, Président du Comité de la Charte*

### **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](http://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](http://www.mp-c.eu) – [servicepresse@mp-c.eu](mailto:servicepresse@mp-c.eu) [agencerp@orange.fr](mailto:agencerp@orange.fr) twitter : @mapyntonga