



À l'approche des municipales, la confiance comme socle de cohésion sociale

Dans un contexte de défiance généralisée et de fragilisation du lien social, trois études majeures publiées récemment – *Les Français et les associations* (Ipsos-BVA pour le groupe EBRA, octobre 2025), le *Baromètre de la confiance* (Viavoice pour Don en Confiance, octobre 2025) et le *Baromètre de la confiance politique* (CEVIPOF, février 2026) dressent un constat robuste et préoccupant sur l'état de la confiance en France.

À l'approche des élections municipales de 2026, ces études éclairent les attentes des citoyens en matière de proximité, de confiance et de cohésion sociale. L'analyse conjointe des données issues de ces 3 études apporte un éclairage particulièrement consistant : les associations jouent un rôle central dans la société française et il est essentiel de comprendre les ressorts profonds de l'engagement et du don pour expliquer en quoi les associations restent un des derniers acteurs en lesquels les Français ont confiance dans un climat de polarisation de l'opinion.

Dans une société où la confiance s'érode, les associations rassurent

En 2025, seul un Français sur deux (53%)¹ déclare faire confiance aux autres, soit une baisse de 8 points en un an. Le pessimisme semble largement partagé puisqu'à peine un Français sur cinq se dit confiant dans l'avenir de la société².

Cette perte de confiance concerne aussi le lien puisque 79 % des Français estiment que le lien entre les personnes est mauvais en France³. Un chiffre alarmant qui est en forte hausse puisqu'il a augmenté de 8 points entre mars et octobre 2025. Ce constat est partagé par des chiffres issus du Baromètre de la confiance politique de février 2026 qui révèle que 71 % des Français pensent qu'on n'est jamais assez prudent quand on a affaire aux autres⁴.

Le travail de maintien du lien social se déploie majoritairement à l'échelle locale : quartiers, communes, bassins de vie. À l'approche des municipales, une question se pose donc implicitement aux électeurs comme aux candidats : ***comment soutenir et structurer l'écosystème associatif qui constitue un pilier discret mais central de la cohésion territoriale ?***

Les municipalités sont en effet des partenaires majeurs des associations, que ce soit par la mise à disposition de locaux, l'attribution de subventions ou la co-construction de politiques sociales, culturelles ou sportives. La vitalité associative d'un territoire devient ainsi un indicateur concret de sa capacité à maintenir le lien et à prévenir les fractures sociales.

Dans un contexte où la confiance est fragile, les **associations et les collectivités locales font figure d'exception**. 73 % des Français déclarent faire confiance aux associations et 74 % estiment qu'elles contribuent au maintien du lien social, au niveau national comme dans les territoires, 65 % jugent qu'elles ont un impact sur le lien social là où ils vivent⁵.

Selon le Baromètre de la confiance 2025 (Viavoice pour Don en Confiance, octobre 2025) les associations arrivent dans le trio de tête du classement des acteurs en lesquels les Français ont le plus confiance avec les associations de défense des consommateurs et les collectivités locales⁶, loin devant les médias, le gouvernement, les partis politiques et les syndicats. **Les associations et les collectivités apparaissent ainsi comme de véritables amortisseurs sociaux dans une société où le lien est fragilisé.**

Les études sont unanimes : si l'on observe les institutions envers lesquels les Français se déclarent les plus confiants dans le Baromètre de la confiance politique, les collectivités territoriales arrivent en tête (conseil municipal, départemental et régional), bien devant

¹ Don en Confiance – Viavoice, *Baromètre de la confiance 2025, octobre 2025*.

² Don en Confiance – Viavoice, *Baromètre de la confiance 2025, octobre 2025*.

³ IPSOS – BVA, *Les Français et les associations*, octobre 2025, étude réalisée pour le Groupe EBRA.

⁴ CEVIPOF, *Baromètre de la confiance politique*, février 2026.

⁵ IPSOS – BVA, *Les Français et les associations*, octobre 2025, étude réalisée pour le Groupe EBRA.

⁶ Don en Confiance – Viavoice, *Baromètre de la confiance 2025, octobre 2025*.

l'institution présidentielle, l'assemblée nationale ou le gouvernement⁷. Ces conclusions corroborent l'idée selon laquelle les associations constituent un repère et un interlocuteur de proximité puisque le Baromètre de la confiance politique du CEVIPOF établit un niveau de confiance des Français envers les associations à 65%⁸ dans un contexte où les liens entre citoyens et institutions semblent distendus.

Associations et collectivités semblent donc remplir un rôle que ni l'Etat, ni les entreprises ne parviennent à assurer. 85% des Français considèrent les associations comme plus proches des citoyens que l'Etat ou les entreprises, 73% jugent qu'elles sont plus efficaces, 64% pensent qu'elles sont plus transparentes et 61%, plus innovantes⁹.

Les élections municipales apparaissent alors comme un moment démocratique clé : c'est à l'échelle de la commune que s'exprime le plus fortement l'attente de dialogue, de concertation, d'action concrète et la légitimité démocratique se joue désormais largement au niveau local.

Et le Baromètre de la confiance politique 2026 met justement en lumière de besoin de davantage de proximité et de participation directe. En effet, 72% des Français considèrent que la démocratie fonctionnerait mieux en France si les citoyens étaient associés de manière directe à toutes les grandes décisions politique¹⁰.

Au-delà de leur perception par les Français, les associations façonnent la solidarité par leurs actions. Leurs missions sociales, souvent orientées contre l'isolement, pour la protection des plus vulnérables, l'insertion et la lutte contre l'exclusion en font des acteurs résolument ancrés dans la société française, connectés aux enjeux des citoyens et au cœur de la fabrique du lien social.

Et les Français leur rendent bien puisqu'ils expriment manifestement leur soutien au secteur associatif par leur engagement bénévole auprès des associations, mais aussi par l'acte de don : 4 Français sur 5 (77%) déclarent avoir déjà fait un don¹¹. Ce soutien n'est pas uniquement en réaction ponctuelle et émotionnelle à une crise puisque quasiment 1 Français sur 2 (44%) est un donateur régulier, c'est-à-dire donnant entre un et plusieurs fois par an¹².

Une générosité plus rationnelle et conditionnée

Si la générosité est largement ancrée dans la société française, les modalités du don ont évolué. Les leviers et les freins au don sont complexes, la confiance des donateurs ne va pas de soi et les associations doivent redoubler d'effort pour démontrer leur sérieux.

⁷ CEVIPOF, *Baromètre de la confiance politique*, février 2026.

⁸ Soit proche du chiffre établi dans l'étude de Don en Confiance – Viavoice, *Baromètre de la confiance 2025, octobre 2025*.

⁹ IPSOS – BVA, *Les Français et les associations*, octobre 2025, étude réalisée pour le Groupe EBRA.

¹⁰ Baromètre de la confiance politique 2026, CEVIPOF.

¹¹ Don en Confiance – Viavoice, *Baromètre de la confiance 2025, octobre 2025*.

¹² Don en Confiance – Viavoice, *Baromètre de la confiance 2025, octobre 2025*.

L'acte de don est réfléchi et motivé par des critères précis. Les Français donnent en fonction de la cause défendue (65%), la traçabilité des fonds (58%) et l'efficacité perçue des actions menées (51%)¹³, traduisant ici une attention forte : les citoyens veulent comprendre à quoi sert leur argent.

La confiance envers les associations est réelle, mais elle est conditionnée à un ensemble de critères. Les Français attendent des associations qu'elles rendent compte sur leurs actions (65%), qu'elles fassent preuve de rigueur dans la gestion des dons (63%) et garantissent la transparence financière (62%), la traçabilité des dons (60%) et acceptent d'être contrôlées (61%)¹⁴.

Ce besoin d'établir une relation de confiance se confirme lorsqu'on observe les freins au don. Contrairement à une idée reçue, le premier obstacle à la générosité n'est pas le manque de moyens financiers mais bien le manque de confiance (*56% des français déclarent que le manque de **moyens financiers** est un frein au don VS. 65% déclarent que le manque de **confiance** est un frein au don*)¹⁵. Ce chiffre est éclairant car il montre que la générosité ne dépend pas seulement de la capacité à donner, mais de la qualité de la relation de confiance établie avec les associations.

Ce constat vaut également pour l'action publique locale : la confiance ne se décrète plus, elle se démontre. Transparence, contrôle, traçabilité et évaluation des actions constituent désormais des attentes structurantes, y compris dans la gestion municipale. Les exigences exprimées à l'égard des associations traduisent plus largement une transformation du rapport des citoyens aux institutions et la gouvernance locale n'échappe pas à cette logique.

Les citoyens sont plus exigeants, tout comme les donateurs et la façon dont les dons sont utilisés est un sujet sensible auquel ils sont particulièrement attentifs. Seuls 53 % des Français estiment que les associations sont transparentes sur l'utilisation des dons¹⁶. La confiance existe donc mais elle n'est plus automatique et les citoyens veulent connaître les effets de leur geste puisque 45% des Français attendent d'une association qu'elle soit efficace et concrète dans ses actions¹⁷.

C'est dans ce contexte que le rôle des tiers de confiance devient central. 69%¹⁸ des Français déclarent qu'une association contrôlée par un organisme tiers inspire davantage confiance et les incite plus facilement à donner. Chez les donateurs réguliers, ce chiffre dépasse 80%¹⁹.

Le tiers de confiance agit comme un repère, il rassure, distingue les associations les plus engagées en termes de bonne gestion, il sécurise le don et renforce la crédibilité du secteur

¹³ Don en Confiance – Viavoice, *Baromètre de la confiance 2025, octobre 2025*.

¹⁴ Don en Confiance – Viavoice, *Baromètre de la confiance 2025, octobre 2025*.

¹⁵ Don en Confiance – Viavoice, *Baromètre de la confiance 2025, octobre 2025*.

¹⁶ IPSOS – BVA, *Les Français et les associations*, octobre 2025, étude réalisée pour le Groupe EBRA.

¹⁷ IPSOS – BVA, *Les Français et les associations*, octobre 2025, étude réalisée pour le Groupe EBRA.

¹⁸ Don en Confiance – Viavoice, *Baromètre de la confiance 2025, octobre 2025*.

¹⁹ Don en Confiance – Viavoice, *Baromètre de la confiance 2025, octobre 2025*.

associatif. Les six déterminants de la confiance identifiés par Viavoice (*transparence, rigueur, contrôle, transparence financière, traçabilité des dons, professionnalisme*) correspondent exactement au rôle d'un organisme de contrôle et aux champs couverts par le Référentiel déontologique Don en Confiance.

En d'autres termes, le tiers de confiance est devenu une infrastructure essentielle du don, un « *intermédiaire de fiabilité* » dans un contexte de défiance généralisée.

Les donateurs, piliers discrets de la cohésion sociale

Les données récentes révèlent un autre enseignement fort, souvent sous-estimé dans le débat public : les donateurs ne se distinguent pas seulement par leurs pratiques et leurs critères socio-professionnels, mais par leur rapport au monde. Donner n'est pas un acte isolé. C'est un marqueur d'engagement citoyen et de confiance dans la société.

Les donateurs réguliers se déclarent plus intégrés, plus solidaires et plus heureux que la moyenne des Français ; 84 % d'entre eux se sentent intégrés dans la société, contre 70 % chez les non-donneurs ; 85 % se disent solidaires, contre 63 % chez les non-donneurs ; 80 % se déclarent heureux, contre 68 % chez les non-donneurs ; 64 % se disent engagés, soit vingt points de plus que les non-donneurs.²⁰

Ces écarts traduisent un état d'esprit résolument plus positif. Les donateurs réguliers se sentent aussi plus chanceux et plus utiles. Ils apparaissent comme des citoyens plus connectés aux autres qui, par leur compréhension des enjeux, semblent plus concernés par l'intérêt général.

À l'approche des municipales, ce profil mérite une attention particulière : les donateurs réguliers apparaissent comme des citoyens fortement impliqués, sensibles à l'intérêt général et attachés à la qualité du lien social local. Leur engagement associatif et philanthropique éclaire aussi leur rapport à la démocratie de proximité.

Le don est donc ainsi bien plus qu'un soutien financier. Il est vécu comme une expérience personnelle et sociale. 78 % des Français estiment qu'un don est véritablement utile pour l'association concernée, 77 % considèrent qu'il leur permet de se sentir utiles et 73 % y voient une forme d'engagement citoyen.²¹

Ces perceptions sont encore plus fortes chez les donateurs réguliers. 93 % d'entre eux estiment que leur don est véritablement utile à l'association, 91 % déclarent que ce geste leur permet de se sentir utiles et 89 % considèrent le don comme une forme d'engagement citoyen.²²

Le sentiment d'utilité apparaît ici comme un levier central. Il donne du sens au geste, renforce l'adhésion et inscrit la générosité dans la durée. Là où le lien social se fragilise, le don devient une manière concrète de rester acteur, de participer, de ne pas se désengager.

²⁰ Don en Confiance – Viavoice, *Baromètre de la confiance 2025, octobre 2025*.

²¹ Don en Confiance – Viavoice, *Baromètre de la confiance 2025, octobre 2025*.

²² Don en Confiance – Viavoice, *Baromètre de la confiance 2025, octobre 2025*.

Ces résultats rappellent une réalité essentielle : le monde associatif ne capte pas une générosité passive. Il mobilise des citoyens impliqués, attentifs aux autres, et désireux de contribuer à une société plus solidaire. Fragiliser cet écosystème, c'est risquer d'affaiblir l'un des derniers espaces où s'expriment l'engagement, la confiance et le sens du collectif.

Si la confiance se délite et que le lien social est essoufflé, le désir de contribuer n'a pour autant pas disparu. D'ailleurs, les citoyens ne rejettent pas la démocratie en soit, ils souhaitent qu'elle soit plus participative et plus ancrée dans la société civile. 82% des Français pensent qu'avoir un système politique démocratique est une bonne façon de gouverner le pays et 66 % des Français pensent que la démocratie fonctionnerait mieux si les organisations de la société civile étaient davantage associées aux grandes décisions politiques²³.

Et comme nous l'avons démontré, ce qui manque, ce n'est pas la générosité, c'est l'architecture de confiance qui permet aux citoyens de s'engager avec sécurité et avec conviction.

Les élections municipales de mars 2026 constituent à cet égard un moment décisif. Elles interrogent la capacité des territoires à préserver et renforcer les espaces où se fabrique concrètement la cohésion sociale. Associations et collectivités locales apparaissent comme deux piliers complémentaires de cette architecture de confiance, parmi les derniers espaces où se fabrique le lien, le sens et la solidarité. Dans une société fracturée, la confiance n'est pas un supplément d'âme : c'est une condition de survie collective, un enjeu stratégique de gouvernance locale et une condition de stabilité démocratique.

²³ CEVIPOF, *Baromètre de la confiance politique*, février 2026.