

Baromètre de la générosité 2025 : les Français donnent plus, portés par la confiance

Les dons des particuliers progressent de +3,6 % en 2025, leur meilleure performance depuis 2021. Un rebond encourageant pour les organisations d'intérêt général, qui s'explique en partie par la confiance que les Français continuent de placer dans le monde associatif et qui appelle néanmoins à la vigilance pour 2026.

Les Français répondent présents, dans un secteur sous pression

C'est le chiffre qu'attendait le secteur : selon le Baromètre de la générosité 2025 réalisé par Novos pour France générosités, les dons des particuliers ont progressé de **+3,6 %** l'an dernier, portés par un second semestre particulièrement dynamique (+4,2 %). Ce rebond, le plus marqué depuis 2021, est d'autant plus notable qu'il intervient sans grande urgence médiatique structurante, comme avait pu l'être le cyclone Chido à Mayotte en 2024, qui représentait à lui seul 5 % de la collecte totale.

Ce signal positif arrive au moment où de nombreuses associations traversent une période de tension financière sous l'effet de la baisse des subventions publiques. Les Français semblent en avoir conscience : ils donnent davantage, et ce dans un contexte où les associations restent parmi les institutions en qui ils ont le plus confiance. Selon notre Baromètre de la confiance 2025 (Viavoice pour Don en Confiance), 60 % des Français déclarent faire confiance aux associations et fondations, un niveau qui les place dans le trio de tête, loin devant les médias (32 %) ou les partis politiques (13 %).

Ce n'est pas anodin : on donne là où on fait confiance. Et cette dynamique donne aux acteurs de l'intérêt général les moyens concrets d'agir.

La fragilisation des petits dons : un signal à ne pas minimiser

Derrière la progression globale, une tendance de fond s'accroît. Les dons inférieurs à 150 € ne représentent plus que 38,7 % de la collecte, contre 50,4 % en 2015 et 67,4 % en 2006. La générosité des ménages les plus modestes s'érode progressivement, et le contexte économique (l'inflation notamment) y contribue.

Mais les données sur les freins au don invitent à compléter ce constat. Le premier obstacle déclaré au don n'est pas le manque d'argent. C'est le manque de confiance dans l'utilisation des fonds, cité par 65 % des Français, devant les difficultés financières (56 %). Autrement dit, même dans un contexte de contrainte budgétaire, **la défiance reste un frein plus puissant que la pauvreté.**

Ce résultat est fondamental pour les organisations d'intérêt général. Maintenir un lien de confiance fort avec les ménages les plus modestes, par la transparence, la lisibilité de l'action, la traçabilité des dons, reste le levier le plus efficace pour préserver cette base de petits donateurs, au-delà des seules variables économiques.

Fiscalité : ce que les chiffres disent du risque d'instabilité

France générosités appelle le gouvernement à garantir la stabilité du cadre fiscal pour 2027, et les données disponibles dans le baromètre de la confiance 2025 donnent tout son poids à cette demande. 84 % des Français savent que les dons ouvrent droit à une déduction fiscale, pour 62 % d'entre eux, cet avantage les incite à donner.

L'impact potentiel d'une réduction de cet avantage est tout aussi clair : si la déduction passait de 66 % à 50 % du montant du don, 50 % des donateurs réduiraient le montant ou la fréquence de leurs dons.

Le plafond Coluche porté à 2 000 € pour 2026 va dans le bon sens. Mais ce que les donateurs attendent, c'est avant tout une règle du jeu stable, lisible et pérenne.

Donateurs réguliers : un profil qui révèle la puissance de l'engagement dans la durée

L'un des faits marquants du Baromètre de la générosité 2025 est la montée en puissance des dons réguliers. Ils représentent désormais 45 % de la collecte totale, contre seulement 24 % en 2006. C'est une transformation structurelle qui dit quelque chose d'important sur ceux qui donnent.

Les données du Baromètre de la confiance permettent de dresser un portrait plus fin de ces donateurs réguliers. Ils ne se distinguent pas seulement par leurs revenus ou leur niveau d'études. Ils se sentent plus heureux (80 % vs 74 % en moyenne), plus solidaires (85 % vs 78 %), plus engagés (64 % vs 56 %) et plus chanceux (55 % vs 47 %). Et 93 % d'entre eux estiment que leur don est véritablement utile pour l'organisation soutenue.

Ce profil dessine un cercle vertueux : la confiance conduit à donner, le don régulier renforce le sentiment d'utilité et d'appartenance, et cet ancrage fidélise dans la durée. 82 % des donateurs font des dons récurrents aux mêmes associations, et 50 % déclarent donner avant tout pour soutenir une cause sur le long terme.

Pour les organisations, l'implication est claire : fidéliser un donateur, c'est d'abord entretenir la confiance et démontrer l'impact. C'est ce qui transforme un premier geste en engagement durable.

La montée du digital : de nouveaux rituels de générosité, surtout chez les jeunes

Le Baromètre de la générosité 2025 confirme une mutation profonde des pratiques : 36 % des dons ponctuels proviennent désormais du web, contre 22 % en 2019. Et les événements digitaux caritatifs (lives de streamers, cagnottes en ligne, arrondis solidaires) ont doublé en un an pour atteindre près de 15 millions d'euros au sein du panel.

Ces chiffres traduisent un changement générationnel. Selon notre Baromètre de la confiance, 51 % des Français ont déjà eu recours à ces nouveaux modes de don, une proportion qui monte à 77 % chez les moins de 35 ans. Le don digital est devenu le premier point de contact avec la générosité pour toute une tranche d'âge.

Ce qui est frappant, c'est que ce virage ne dilue pas la relation avec la cause, il la transforme. Ces nouveaux donateurs s'inscrivent dans des gestes collectifs et visibles, souvent communautaires, qui créent un sentiment d'appartenance fort. Donner lors d'un Zevent ou arrondir son achat en caisse, c'est aussi affirmer une identité et partager une valeur. Un levier que les organisations ont tout intérêt à saisir, en adaptant leurs modes de collecte et leur présence là où ces nouvelles communautés se forment.

Sources :

Baromètre de la générosité 2025, France générosités / Novos (55 associations et fondations, +1,2 Md€ de dons, période 2004-2025). → [Accéder au baromètre de France générosités](#)

Baromètre de la confiance 2025, Don en confiance / Viavoice (2 000 personnes représentatives, août 2025). → [Accéder au baromètre de Don en Confiance](#)