



VIAVOICE

# BAROMÈTRE DE LA CONFIANCE

EDITION 2025

**Don en  
Confiance**

**VOTRE DON,  
NOTRE ENGAGEMENT**

Arnaud Zegierman  
Associé fondateur  
[az@institut-viavoice.com](mailto:az@institut-viavoice.com)

Thomas GENTY  
Directeur de clientèle  
[tg@institut-viavoice.com](mailto:tg@institut-viavoice.com)

Elise Cathala  
Consultante  
[ec@institut-viavoice.com](mailto:ec@institut-viavoice.com)

Margot HOCHÉ  
Chargée d'études  
[mh@institut-viavoice.com](mailto:mh@institut-viavoice.com)

# Sommaire

---

## Modalités de réalisation

p.3

**01** Confiance et associations : un enjeu dans un climat pessimiste

p.4

**02** Qui sont les donateurs ?

p.13

**03** Freins, leviers et motivations au don

p.19

**04** La déduction fiscale du don : connaissance et aspect incitatif

p.27

**05** Notoriété, image et caractère incitatif du Don en confiance

p.31



## Échantillon

Auprès d'un échantillon représentatif de la population française de **2 000** personnes de plus de 18 ans.



## Calendrier

Interviews effectuées en ligne du **20 au 25 août 2025**



## Méthodologie

Représentativité assurée par la **méthode des quotas** appliquée aux critères suivants : **sexe, âge, profession, région et catégorie d'agglomération.**

*Les rappels 2018 sont issus du baromètre Baromètre Kantar - Sofres  
et les rappels 2019, 2020, 2021, 2022, 2023 et 2024 sont issus du Baromètre Viavoice*

# La confiance: un enjeu dans un climat pessimiste

## Un haut niveau de défiance

- Seuls 53% des Français déclarent faire confiance aux autres (-8 pts vs 2024).
- À peine 1 Français sur 5 se dit confiant concernant l'avenir de la société.

## Mais une confiance toujours marquée envers les associations

- Alors que la confiance dans les institutions politiques nationales (gouvernement et partis politiques) est très faible, celle dans les associations et fondations demeure élevée, malgré une légère baisse. Ce niveau atteint 60% (-4 pts), revenant à son niveau de 2023.
- Elle est particulièrement élevée auprès des donateurs, plus jeunes, des bénévoles, des diplômés du supérieur et des sympathisants de la gauche.

## Les fondements de la confiance

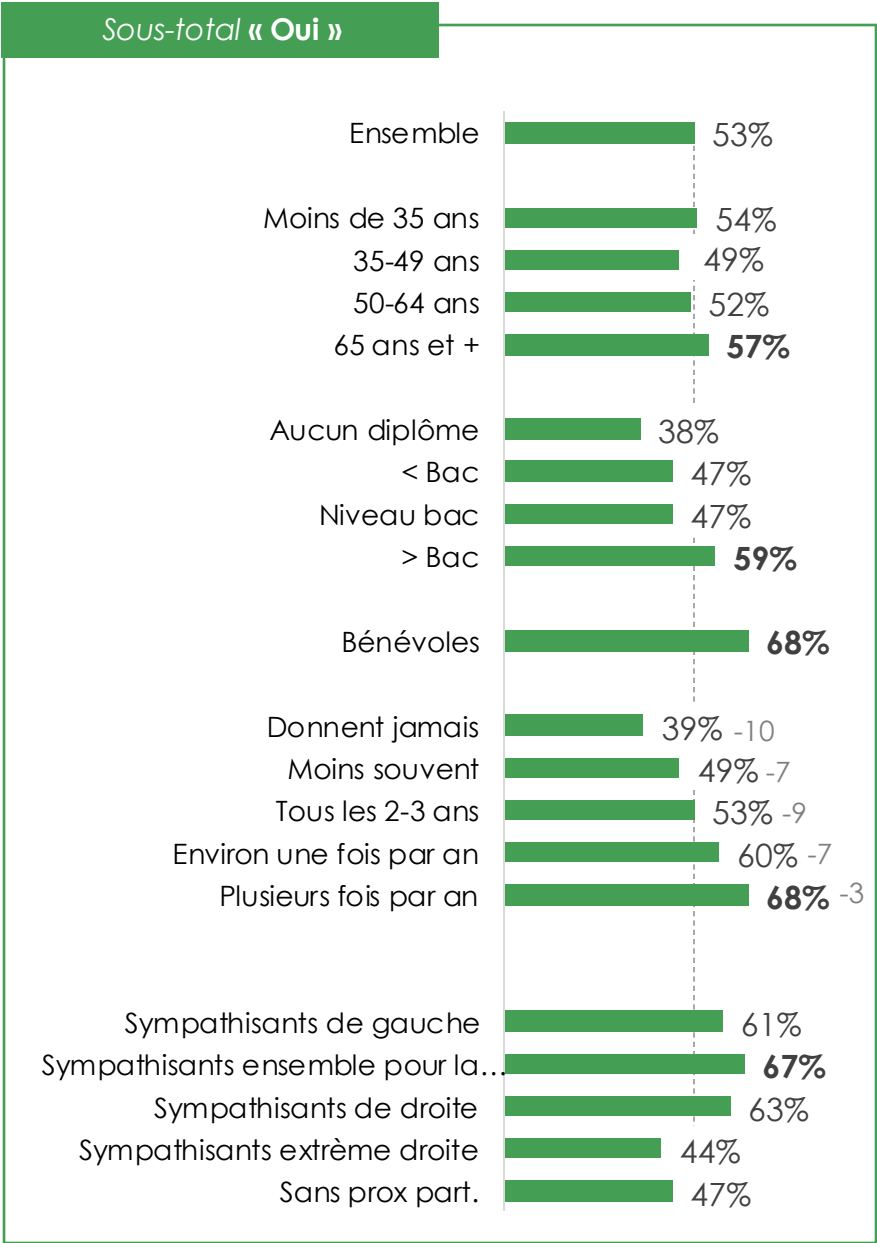
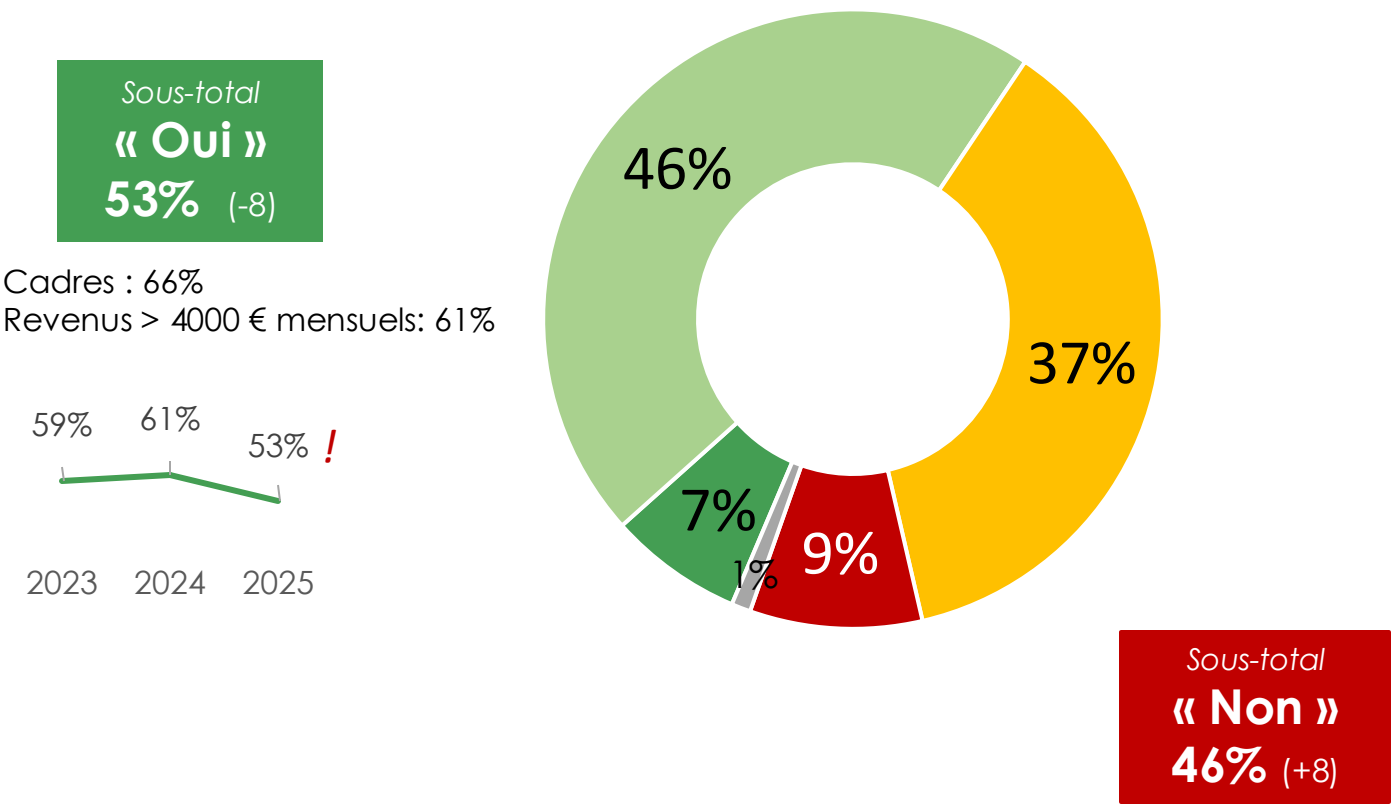
- 6 critères clés : transparence des actions, rigueur, contrôle, transparence financière et traçabilité des dons.

# Une confiance concernant les autres en forte baisse

De manière générale, êtes-vous une personne qui fait confiance aux autres ?

Base : Ensemble (2000 personnes)

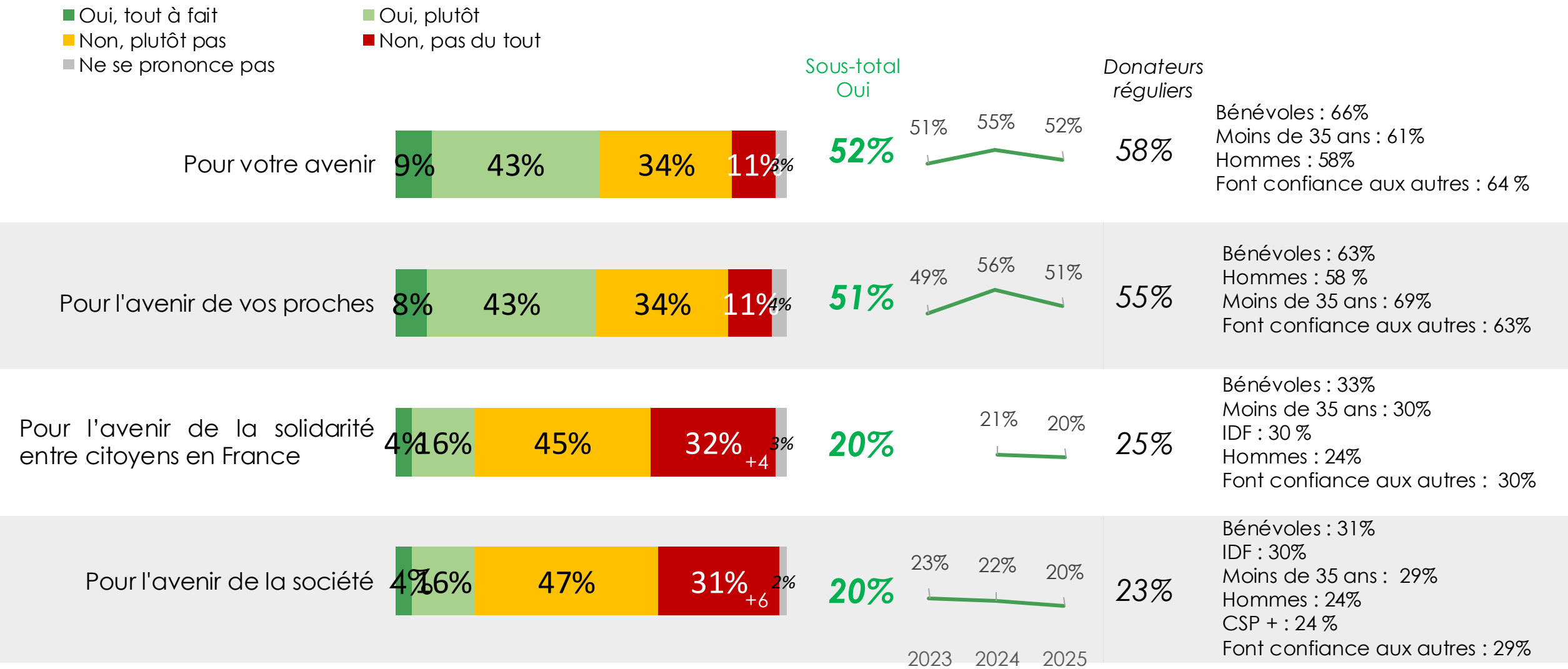
Oui, tout à fait    Oui, plutôt    Non, pas vraiment    Non, pas du tout    Ne se prononce pas



# Une confiance pour l'avenir de sa sphère personnelle en léger recul et toujours très faible au niveau de la société

Diriez-vous que vous êtes confiant... ?

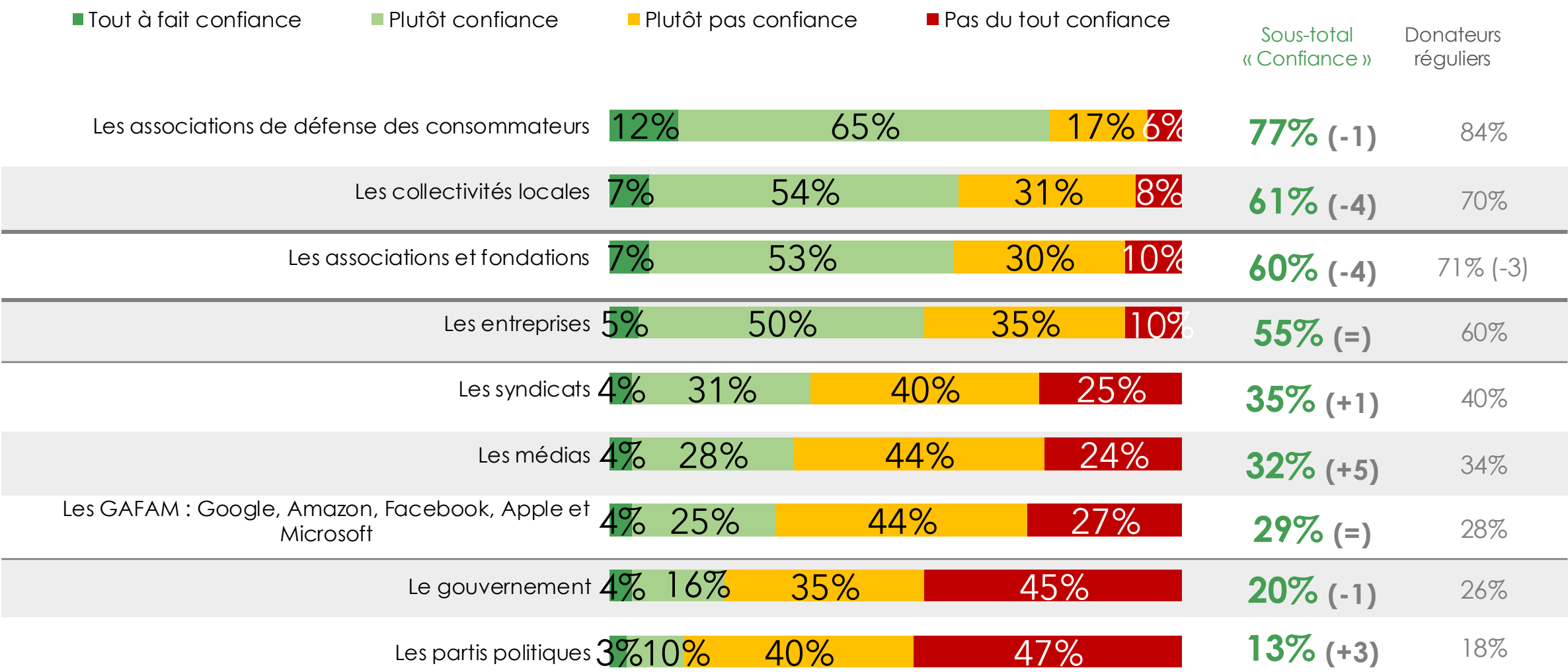
Base : Ensemble (2000 personnes)



# La confiance concernant les associations et fondations recule mais reste comparativement supérieure à de nombreuses autres organisations

Diriez-vous que dans l'ensemble vous avez tout à fait confiance, plutôt, plutôt pas ou pas du tout confiance dans... ?

Base : Ensemble (2000 personnes)



# La confiance concernant les associations et fondations retrouve son niveau d'il y a 2 ans et reste supérieure aux niveaux enregistrés avant 2023

Base : Ensemble (2000 personnes)

- Sous-total  
« Confiance »

Les associations de défense des consommateurs

Les collectivités locales

Les entreprises

Les associations et fondations (faisant appel aux dons)

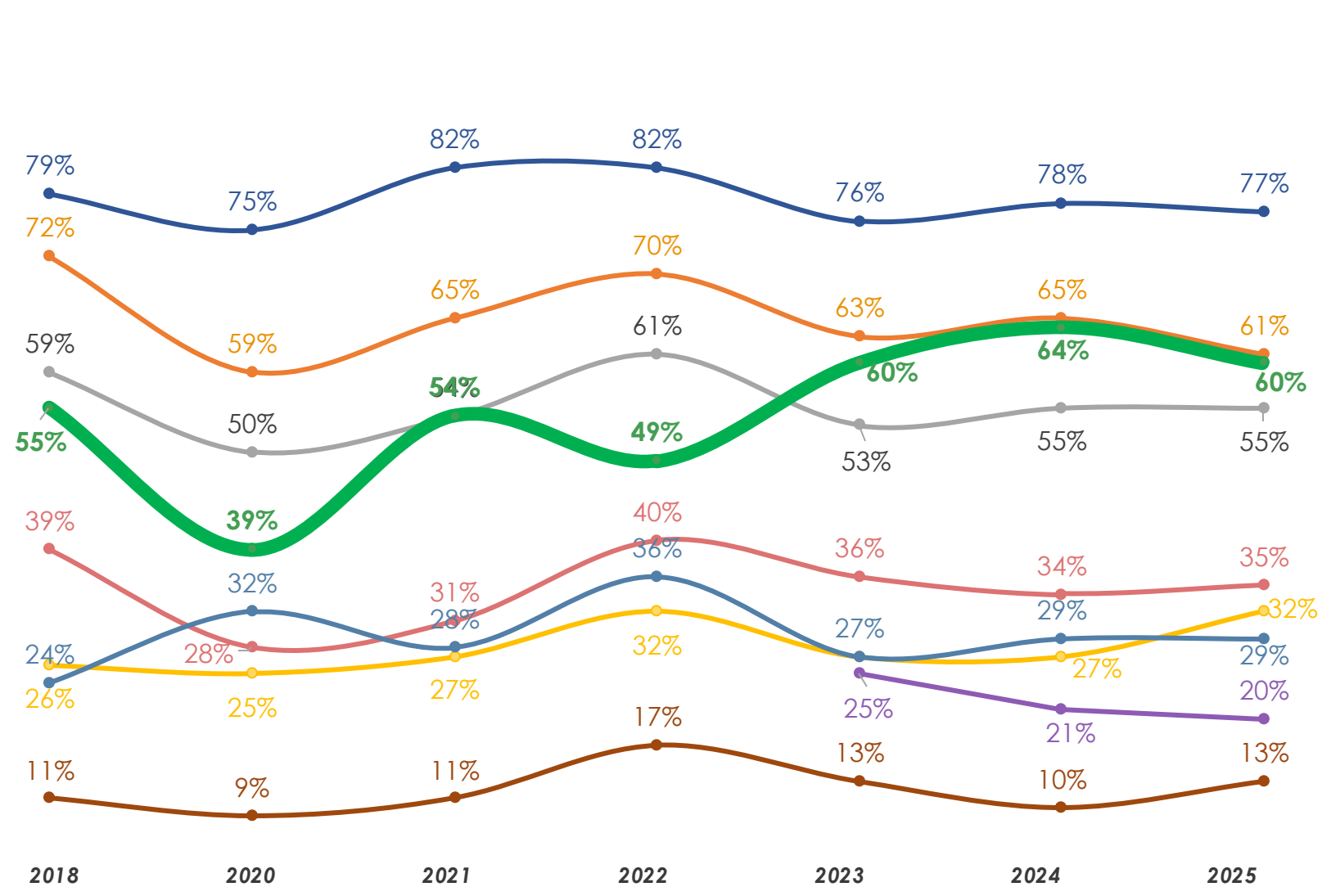
Les syndicats

Les médias

Les GAFAM :  
Google, Amazon, Facebook, Apple et Microsoft

Le gouvernement\*

Les partis politiques



\*Nouvel item rajouté en 2023

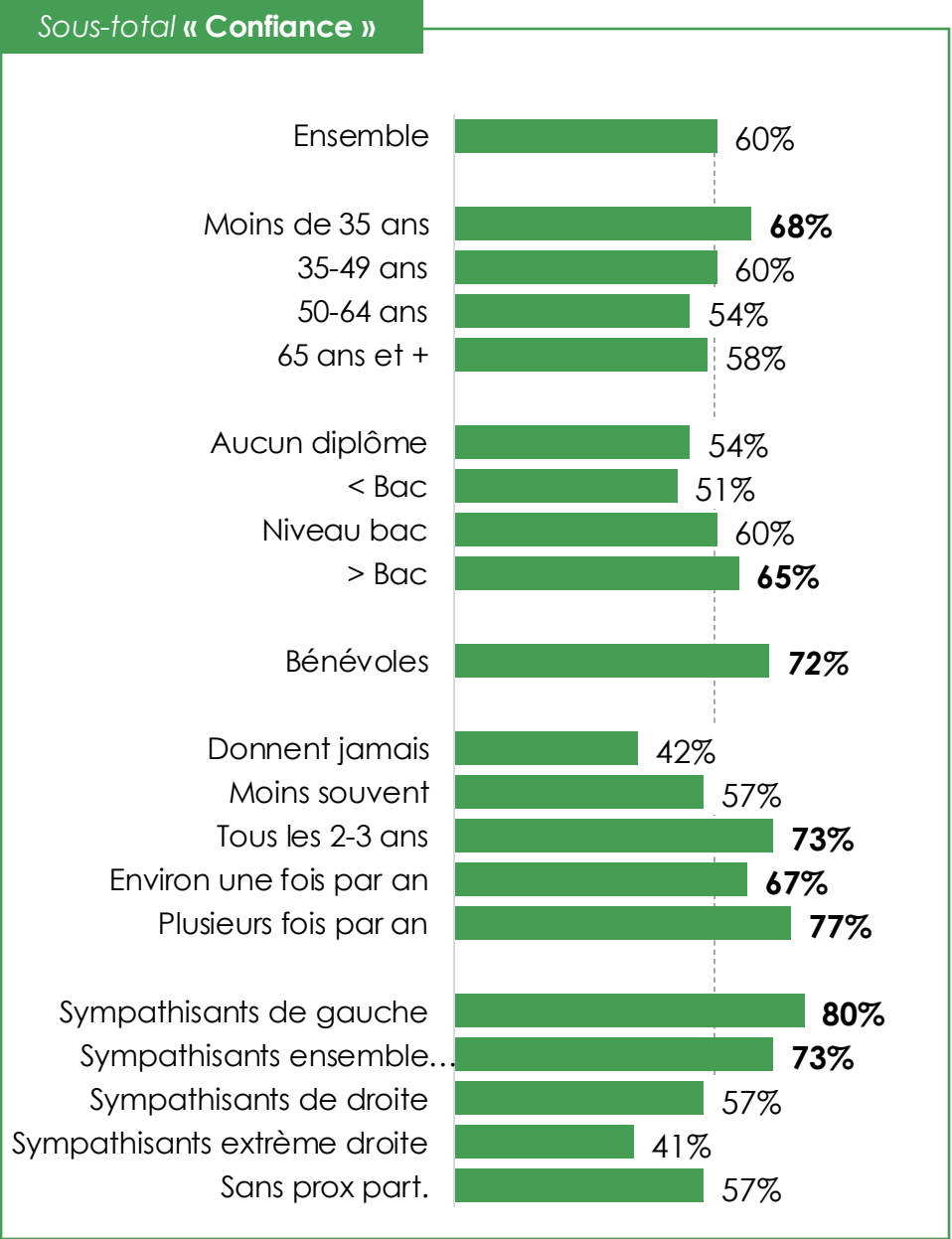
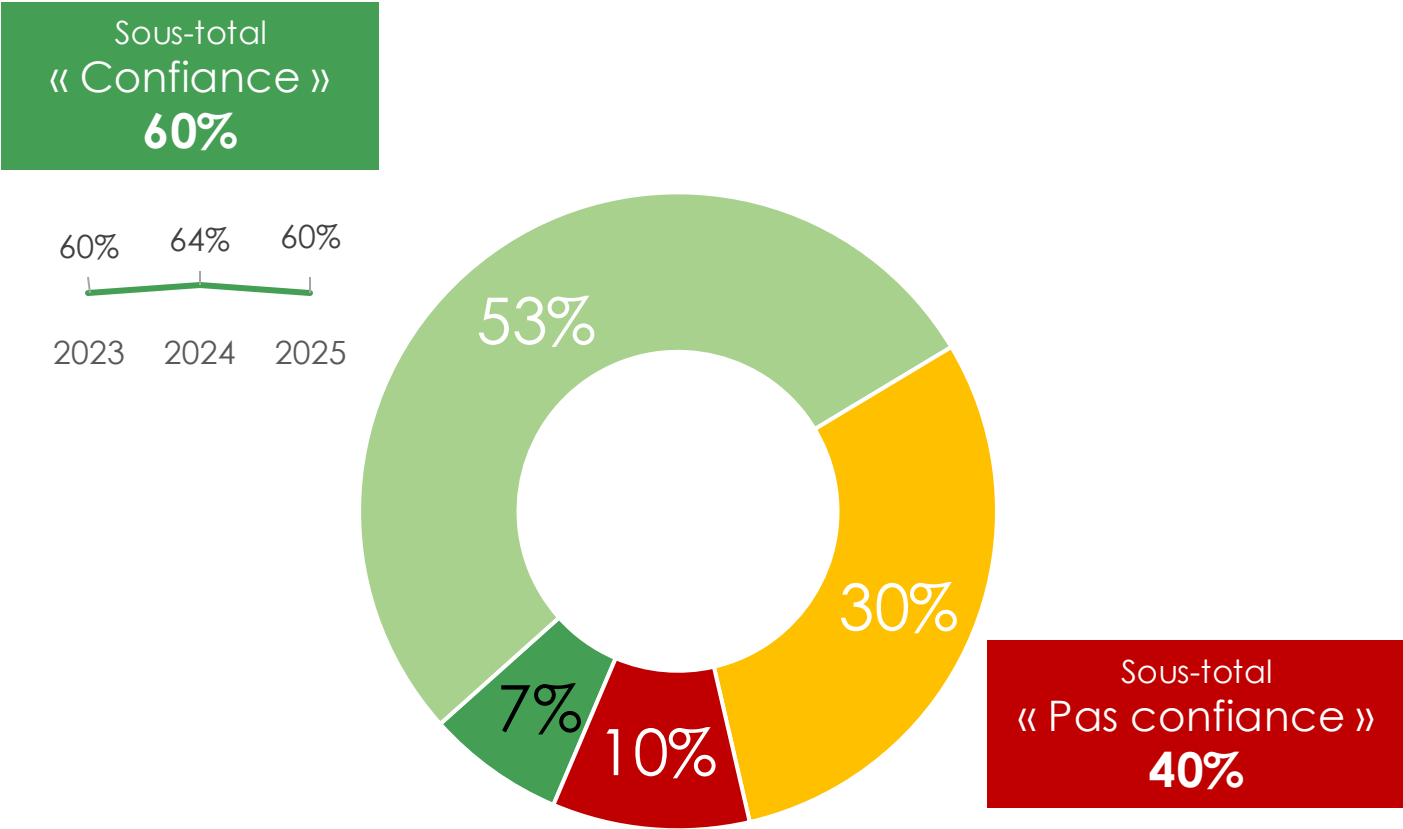


# Dans le détail, une confiance concernant les associations et fondations plus forte chez les plus jeunes et les diplômés

Diriez-vous que dans l'ensemble vous avez tout à fait confiance, plutôt, plutôt pas ou pas du tout confiance **dans les associations et fondations** ?

Base : Ensemble (2000 personnes)

Tout à fait confiance Plutôt confiance Plutôt pas confiance Pas du tout confiance



# Les associations de protection des animaux et de recherche médicale sont celles qui suscitent le plus confiance

Diriez-vous que vous faites tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout confiance dans les associations et fondations pour...

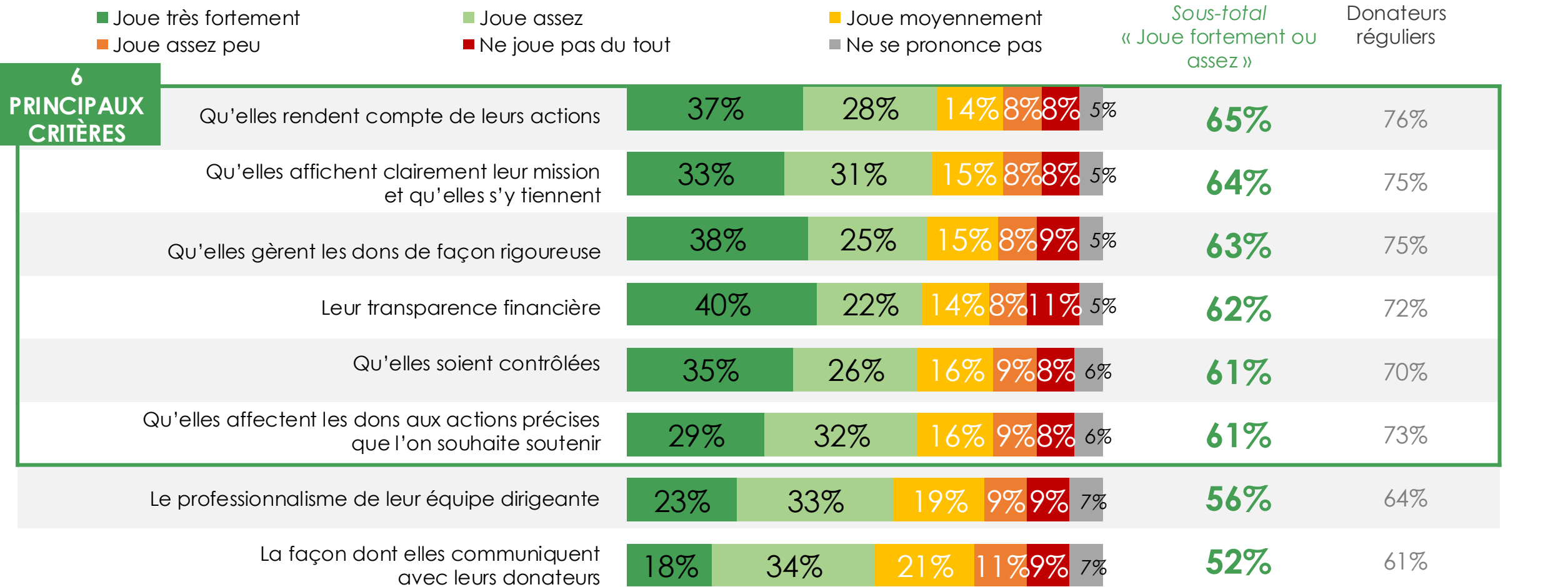
Base : Ensemble (2000 personnes)

	Sous-total « Confiance »	Donateurs réguliers		Sous-total « Confiance »	Donateurs réguliers
Protéger les animaux	72%	78%	Agir pour la défense des droits de l'Homme	59%	66%
Faire avancer la recherche médicale et lutter contre les maladies	71%	78%	Agir pour la protection de l'environnement	58%	65%
Agir pour la protection de l'enfance	67%	74%	Soutenir la réussite scolaire, lutter contre l'échec scolaire	57%	64%
Apporter une aide d'urgence aux populations victimes de catastrophes naturelles ou d'épidémie	67%	76%	Soutenir des projets dans les pays en développement	55%	63%
Venir en aide aux personnes malades ou handicapées	67%	75%	Lutter contre toutes formes de discrimination	54%	63%
Lutter contre les violences faites aux femmes	66%	75%	Aider et accompagner les réfugiés et demandeurs d'asile	53%	63%
Promouvoir la culture, la rendre accessible à tous	62%	69%	Lutter contre la pauvreté et l'exclusion	52%	60%
Confiance globale dans les associations	60%	71%	Agir pour l'accès à l'emploi	49%	55%

# 6 critères se détachent pour inspirer confiance : la transparence des actions, la rigueur, le contrôle, la transparence financière et la traçabilité des dons

Nous allons maintenant vous citer un nombre de critères.  
Pour chacun d'entre eux, indiquez s'ils jouent fortement, assez, moyennement, assez peu ou pas du tout dans la confiance que vous accordez aux associations ou fondations faisant appel aux dons ?

Base : Ensemble (2000 personnes)



Hiérarchie similaire à l'an dernier et évolutions marginales

# 6 critères se détachent pour inspirer confiance : la transparence des actions, la rigueur, le contrôle, la transparence financière et la traçabilité des dons

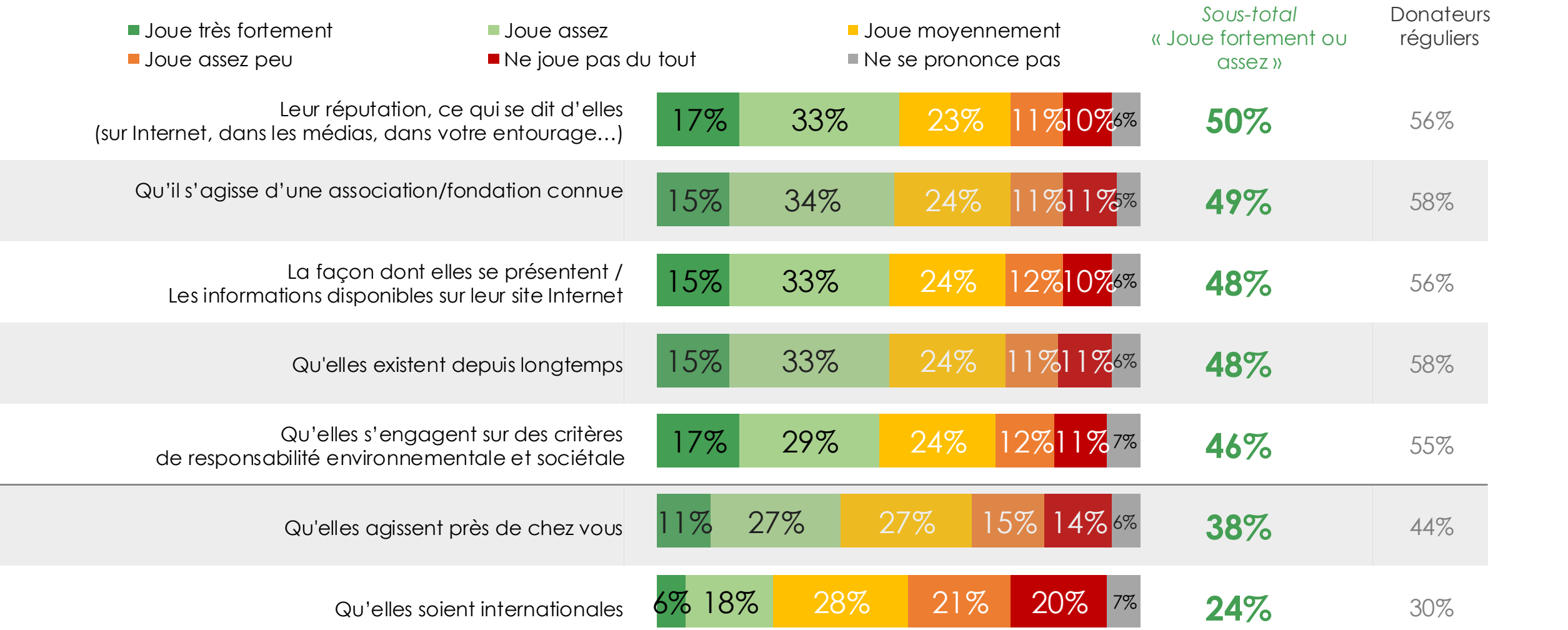
VIAVOICE

Don en Confiance

VOTRE DON, NOTRE ENGAGEMENT

Nous allons maintenant vous citer un nombre de critères.  
Pour chacun d'entre eux, indiquez s'ils jouent fortement, assez, moyennement, assez peu ou pas du tout dans la confiance que vous accordez aux associations ou fondations faisant appel aux dons ?

Base : Ensemble (2000 personnes)



# Qui sont les donateurs ?

Près de **4 Français sur 5 (77%)** déclarent avoir déjà effectué un don.

Dans le détail :

- **45%** ont donné à la fois par des moyens traditionnels et par de nouveaux dispositifs (arrondis solidaires, lives caritatifs, cagnottes en ligne).
- **26%** se limitent aux canaux traditionnels.
- **6%** privilégient exclusivement les nouveaux modes de don.

Les donateurs réguliers sont généralement **plus âgés, diplômés et disposant de revenus élevés.**

Au-delà des caractéristiques socio-démographiques, leur **rapport au monde et à la société est déterminant** : les donateurs réguliers se distinguent par un sentiment plus affirmé de **solidarité, de bonheur, d'engagement et même de chance** que la moyenne des Français.

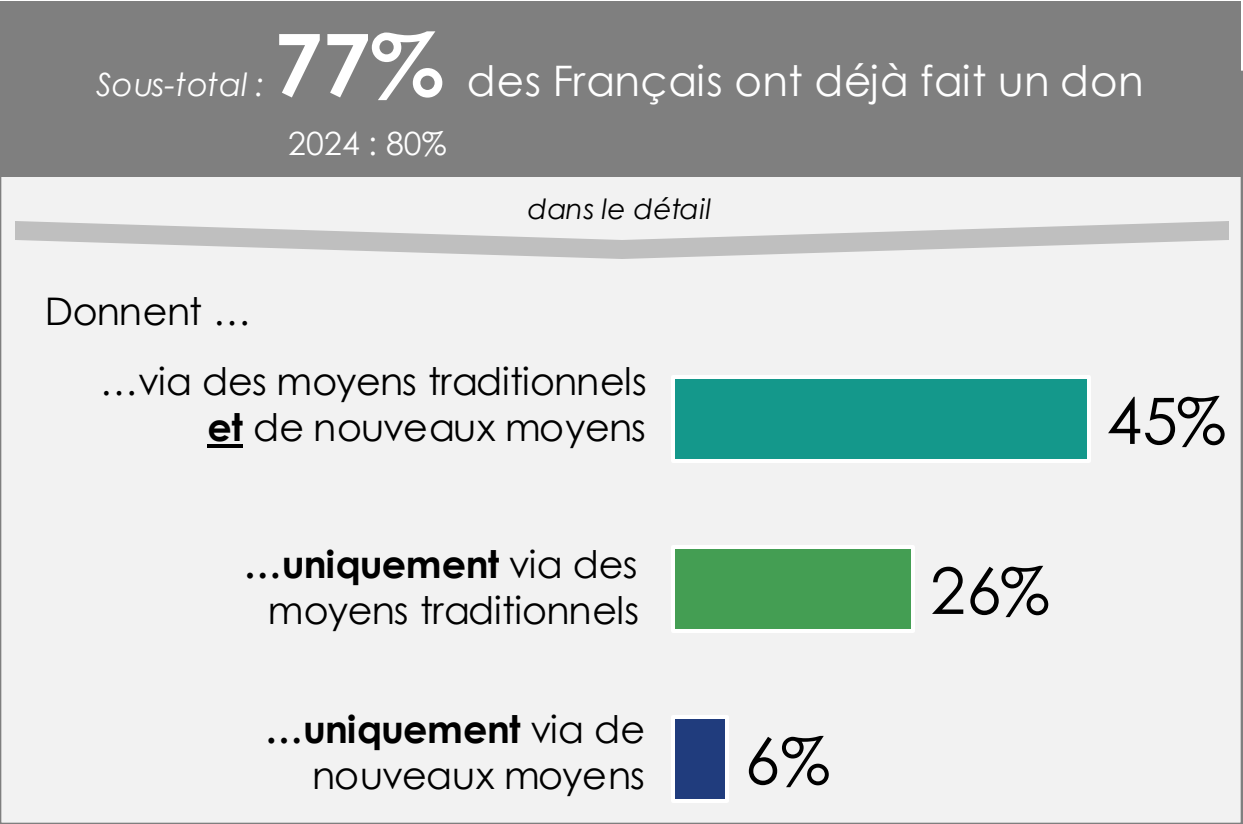
Si la dimension économique est bien entendu un levier important pour le don (cf partie 3), la vision du monde est de son côté déterminante.



# Plus de 3 Français sur 4 sont des donateurs

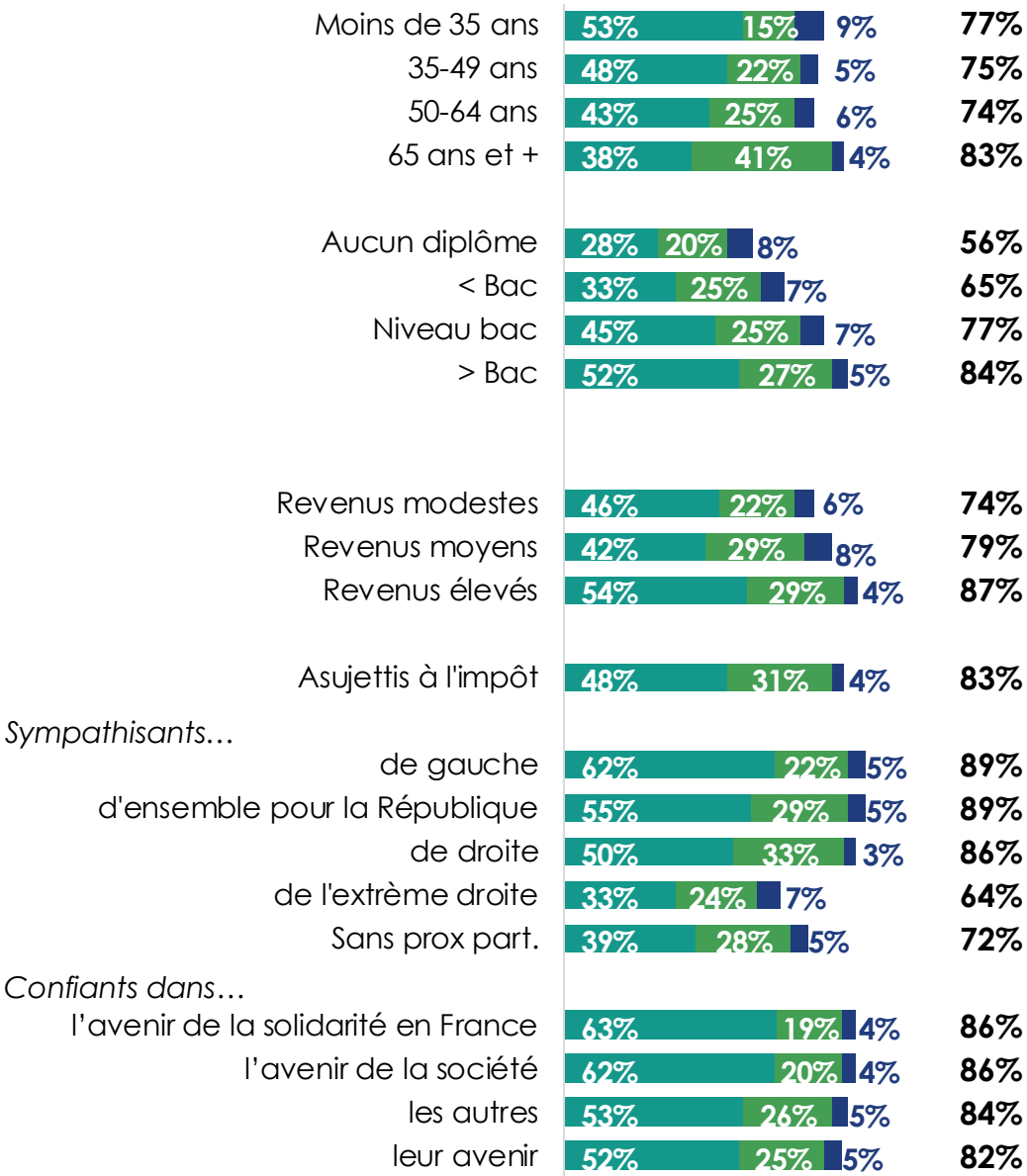
Vous arrive-t-il de faire des dons d'argent pour des associations ou fondations ?

Base : Ensemble (2000 personnes)



Non donateurs

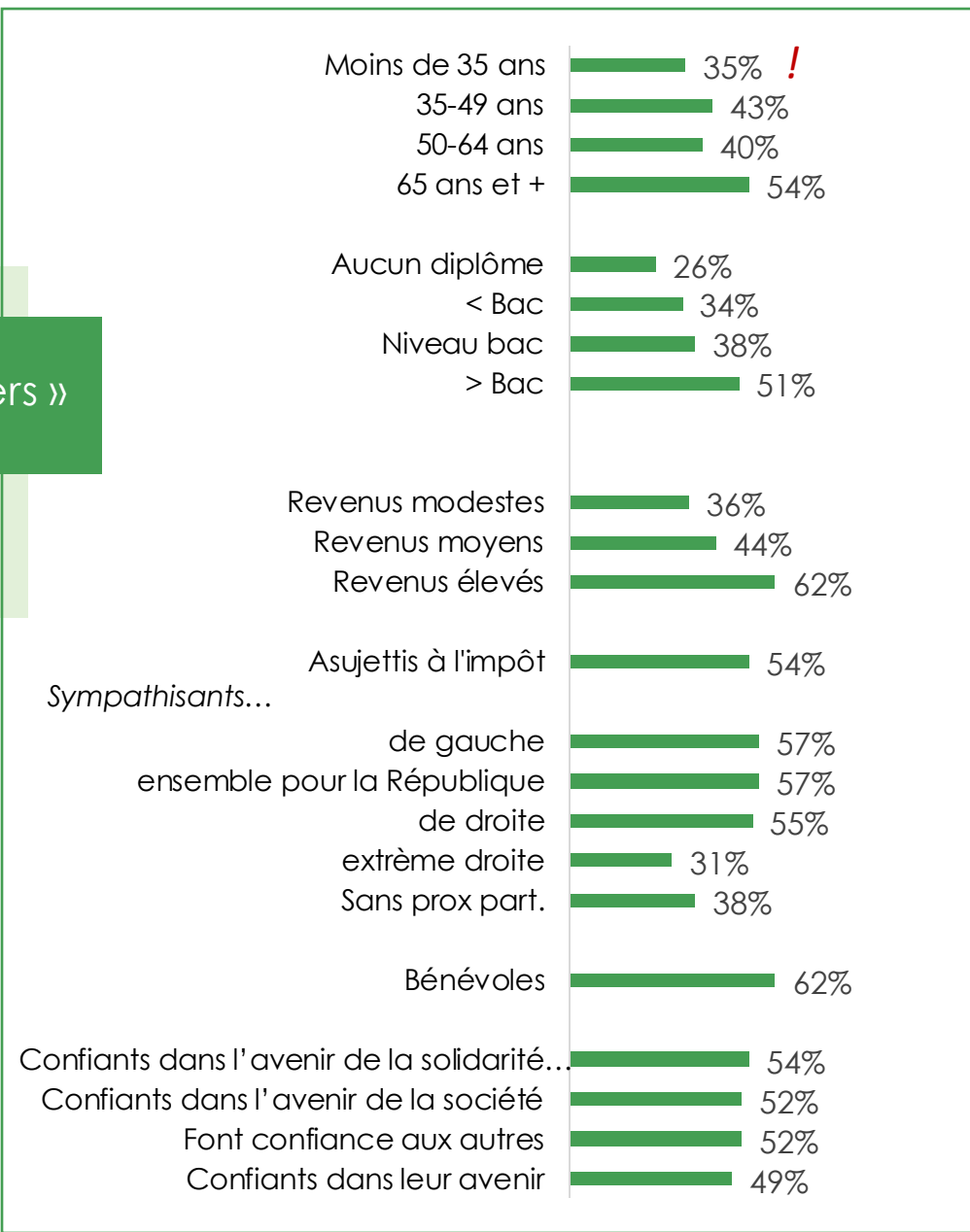
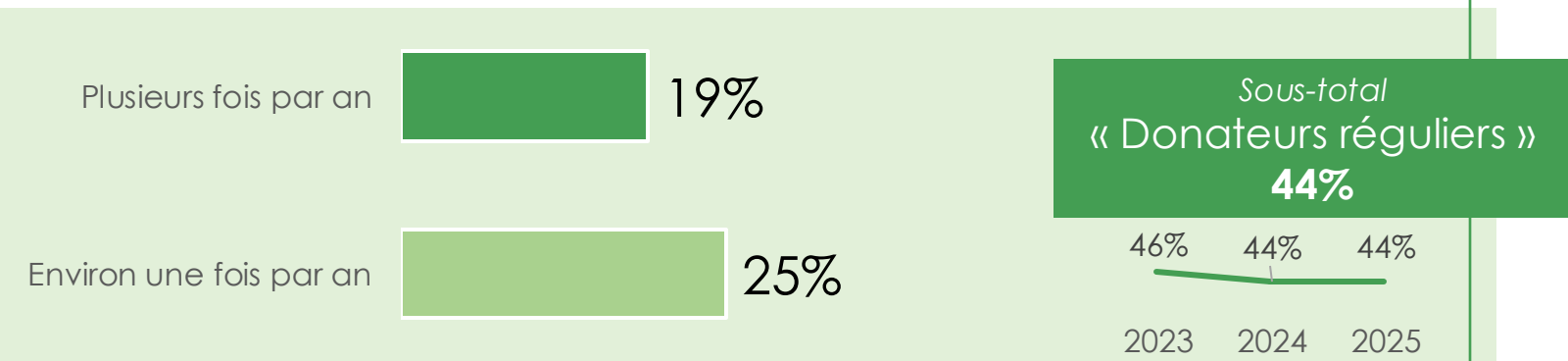
23%



# Profil des donateurs réguliers

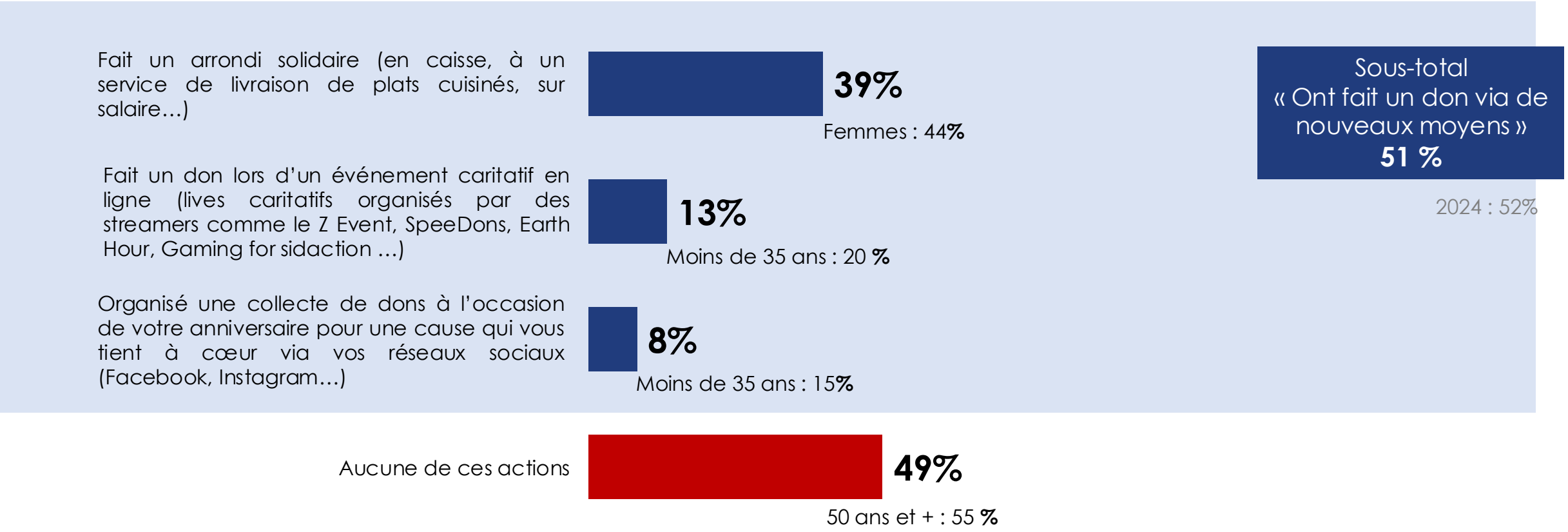
Vous arrive-t-il de faire des dons d'argent pour des associations ou fondations ?

Base : Ensemble (2000 personnes)



## Avez-vous déjà...

Base : Ensemble (2000 personnes) - trois réponses possibles, total supérieur à 100%





Diriez-vous qu'à titre personnel, vous vous sentez...

Base : Ensemble (2000 personnes)

	Intégré dans la société	Solidaire	Heureux	Engagé	Révolté	Chanceux
Ensemble	80%	78%	74%	56%	52%	47%
Non donateurs	70%	63%	68%	44%	54%	39%
Donateurs (traditionnels + 2.0)	82%	82%	76%	60%	51%	50%
Dont donateurs réguliers	84%	85%	80%	64%	51%	55%
Donateurs occasionnels	82%	78%	72%	57%	50%	44%
Dont donateurs 2.0 uniquement	76%	75%	71%	46%	53%	40%
Donnent à une association	81%	79%	74%	58%	52%	48%
Donnent à plusieurs associations	84%	85%	79%	63%	49%	51%

# Des dons majoritairement destinés à la même association, au moins une fois par an

Base : A ceux qui font des dons (1 547 personnes)

En général, faites-vous des dons à une ou plusieurs associations/fondations ?

**54%** (=) des donateurs donnent à une seule association/ fondation

**46%** donnent à plusieurs associations/fondations,  
• notamment les donateurs plus âgés (65 ans et + : 54%)

Faites-vous régulièrement des dons aux mêmes associations ?

**82%** (+1) des donateurs font des dons réguliers aux mêmes associations

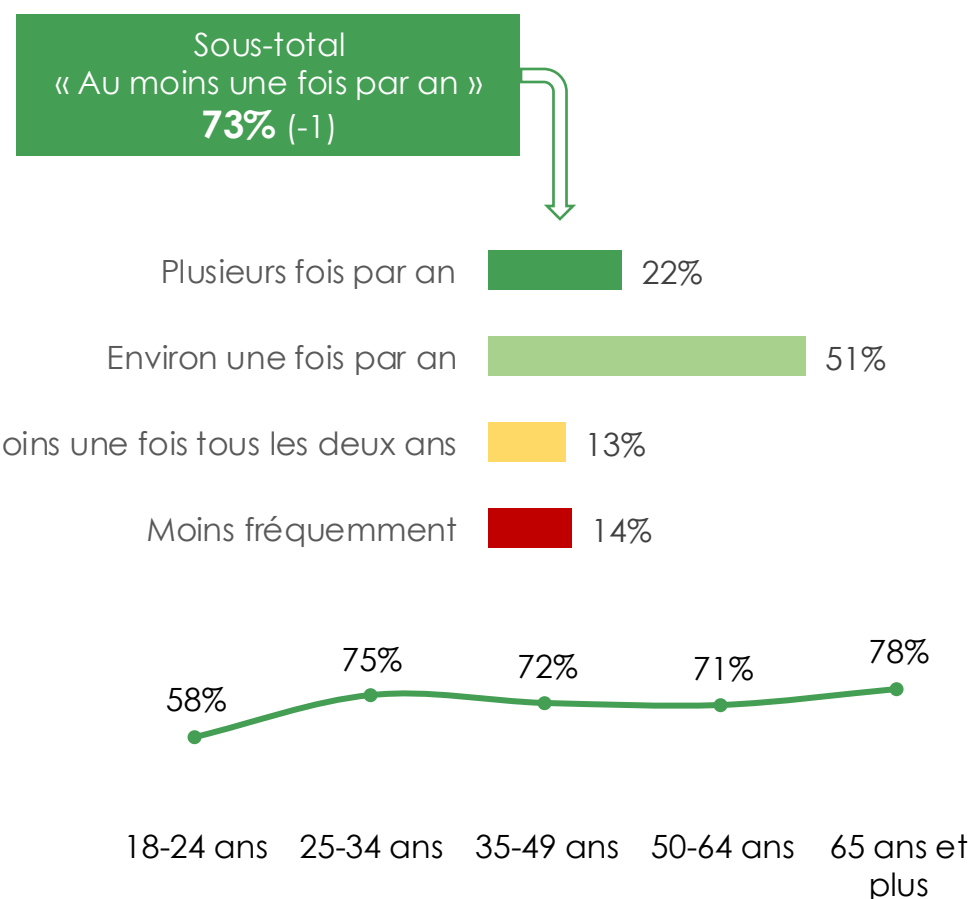
Je fais des dons aux mêmes associations **42%** • 65 ans et plus : 53%  
• Donateurs réguliers : 50%

Je fais des dons aux mêmes associations et ponctuellement à d'autres **40%** • CSP+ : 47%  
• Donateurs réguliers : 44%

Je ne donne jamais aux mêmes associations **18%** • Moins de 35 ans : 24%  
• CSP - : 24%  
• Donateurs occasionnels: 27%

Concernant les dons récurrents que vous faites aux mêmes associations, à quelle fréquence faites-vous ces dons ?

Base : Ceux qui font régulièrement des dons aux mêmes associations (1273 personnes)



# Freins, leviers et motivations au don

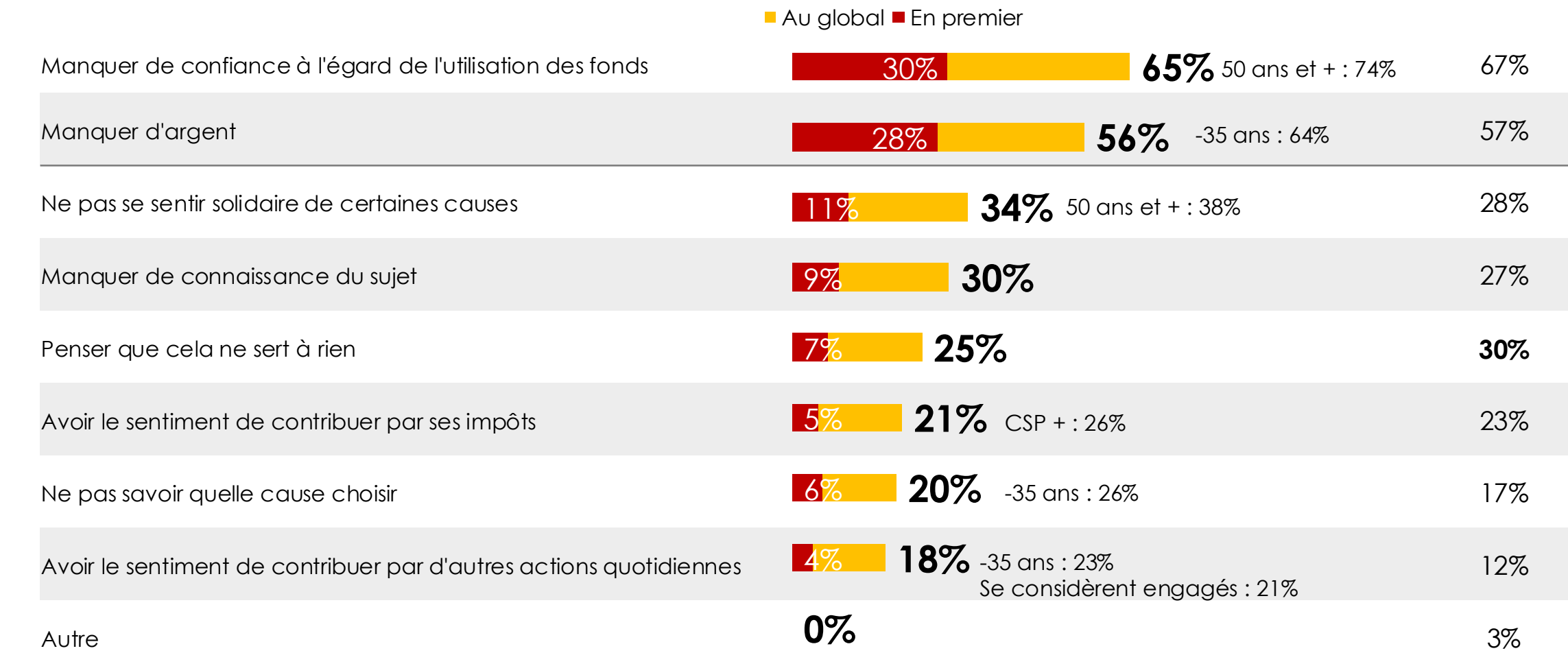
- Les principaux **freins au don** restent stables dans le temps : le **manque de confiance** quant à l'utilisation des fonds et le **manque de moyens financiers** sont les deux raisons les plus fréquemment citées.
- À l'inverse, plusieurs **leviers d'incitation** se confirment : les **arrondis solidaires** et les **événements caritatifs** apparaissent comme les plus efficaces pour déclencher un don, mais une part importante des Français continue de donner spontanément, sans sollicitation.
- Les **motivations au don** reposent avant tout sur la **cause défendue**, complétées par la **traçabilité des fonds** et l'**efficacité perçue des actions menées**.
- Il est aussi fondamental de noter que **les donateurs perçoivent leur geste comme utile** et que **cette dimension doit être intégrée comme levier majeur du don**.

# Les principaux freins aux dons restent les mêmes : le manque de confiance quant à l'utilisation des fonds et le manque d'argent

Parmi les éléments suivants, quels sont selon vous ceux qui expliquent le mieux le fait de ne pas donner à une association/fondation ?

Base : Ensemble (2000 personnes) - trois réponses possibles, total supérieur à 100%

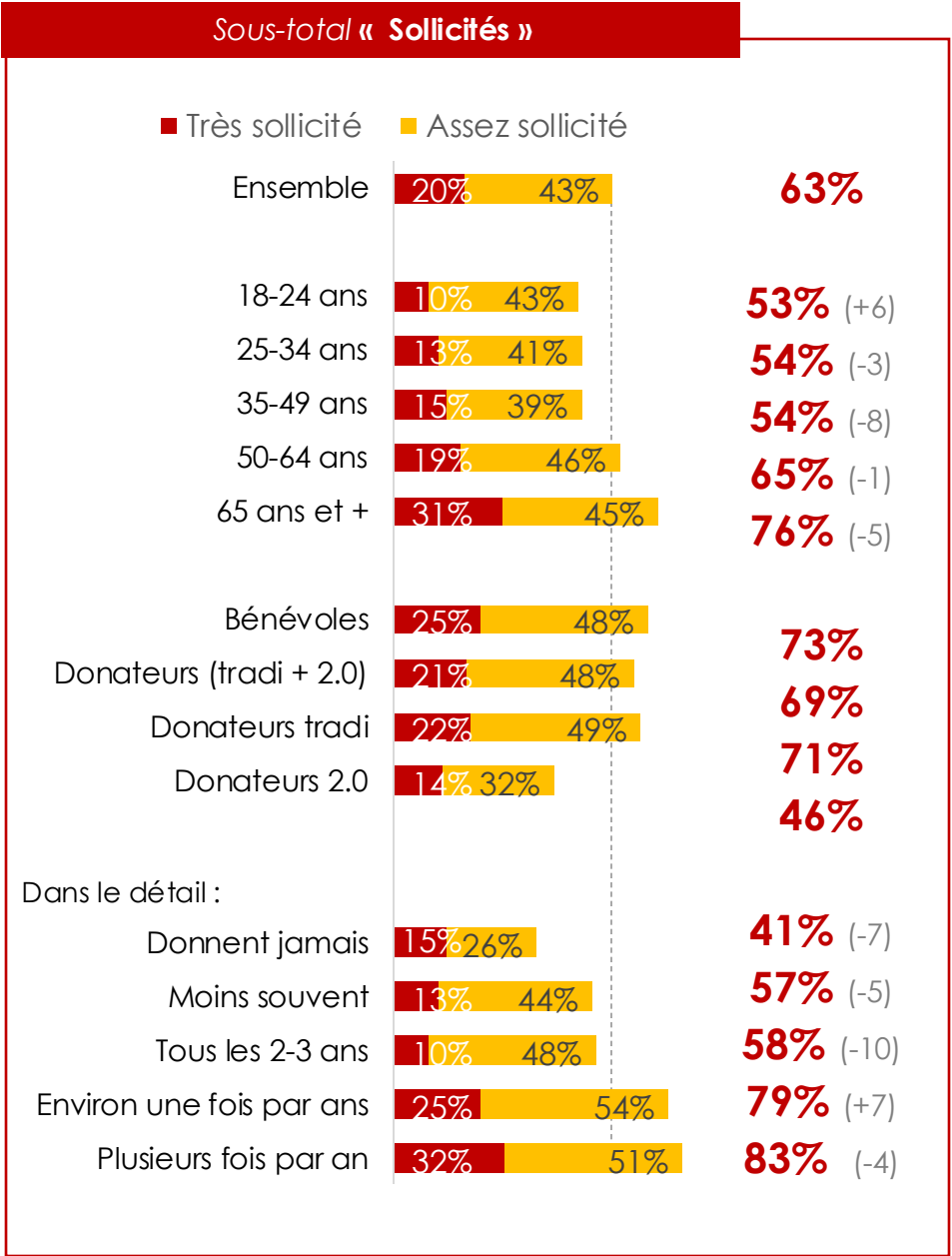
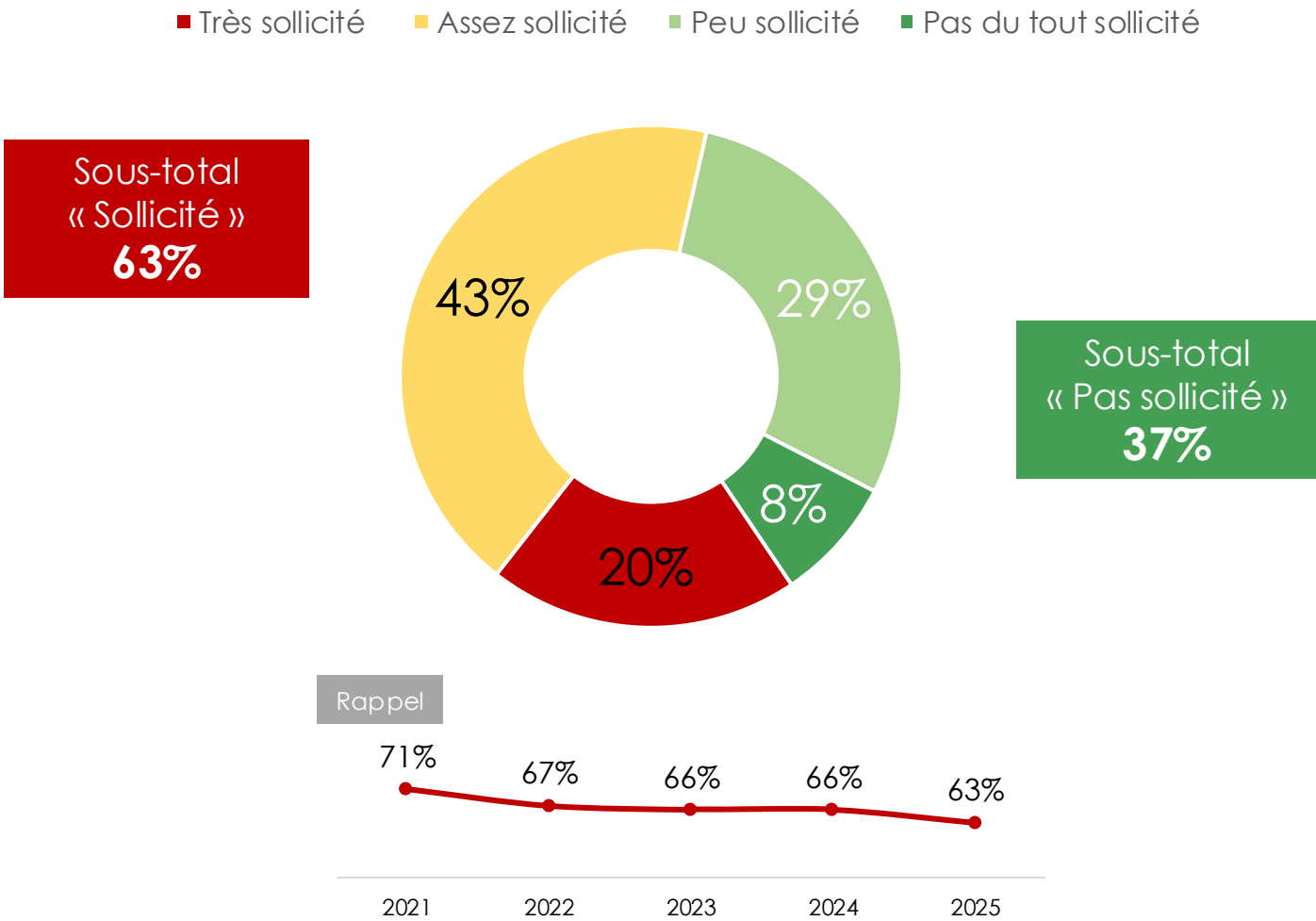
Non donateurs



# Un sentiment de sursollicitation qui diminue mais reste important, notamment auprès des grands donateurs

A titre personnel, avez-vous le sentiment d'être très sollicité, assez sollicité, peu sollicité, pas du tout sollicité pour faire des dons à des associations et fondations ?

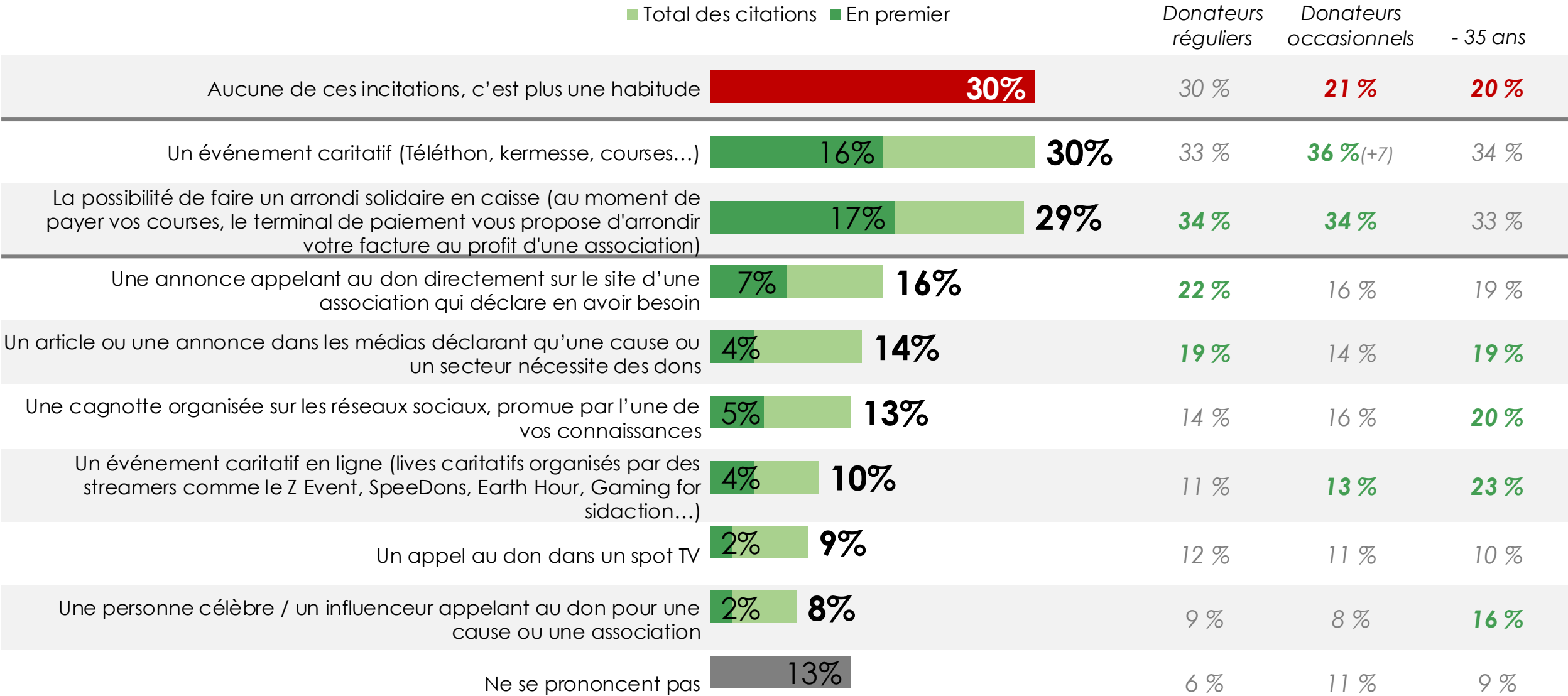
Base : Ensemble (2000 personnes)



# Les arrondis solidaires et les événements apparaissent comme les plus efficaces pour inciter au don, surtout auprès des donateurs occasionnels

Parmi les situations suivantes, laquelle serait la plus susceptible de vous amener à faire un don ?

Base : Ensemble (2000 personnes) – plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%



Hiérarchie similaire à l'an dernier et évolutions marginales

# Comme les précédentes éditions, la cause défendue, la traçabilité de l'argent et l'efficacité des actions menées : les principaux motifs de dons

Parmi les éléments suivants, quels sont selon vous ceux qui expliquent le mieux le fait de donner à une association/fondation plutôt qu'une autre ?

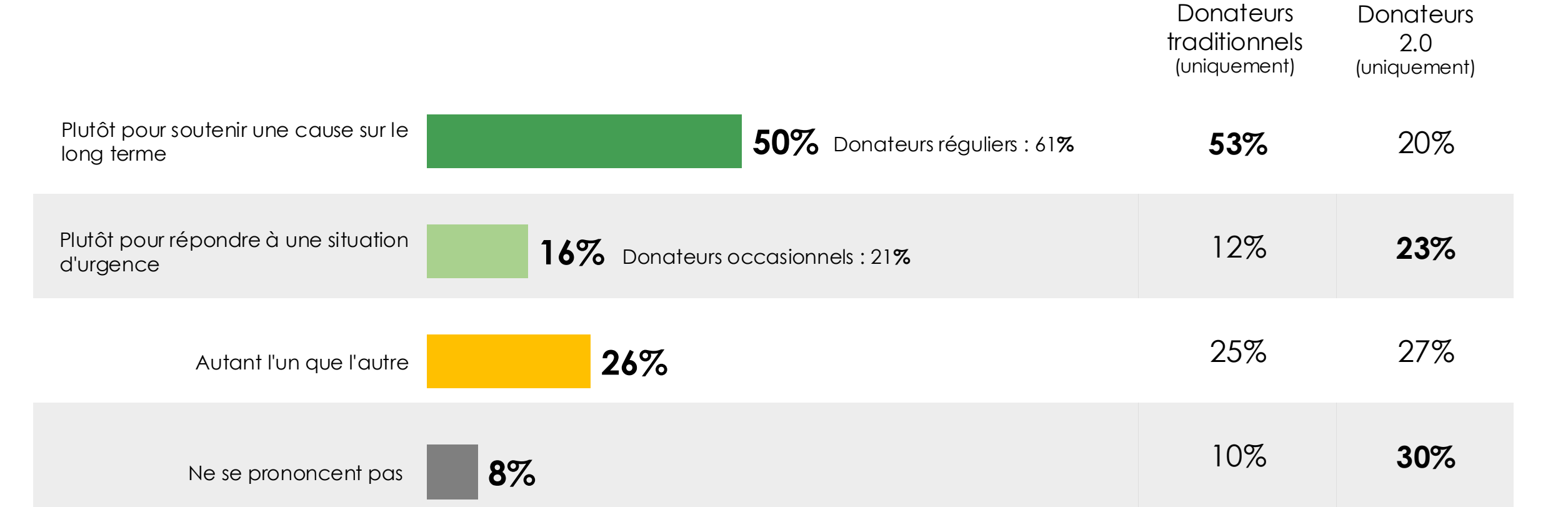
Base : Ensemble (2000 personnes) - trois réponses possibles, total supérieur à 100%

	Total des citations	En premier		Donateurs réguliers
La cause défendue	31%	65%		67%
La traçabilité de l'argent donné	20%	58%	50 ans et + : 66%	55%
L'efficacité des actions menées	13%	51%		55%
La notoriété de l'association	6%	21%		22%
Le fait qu'elle agisse près de chez vous	6%	17%	Communes rurales : 21%	17%
Un label certifiant	4%	15%	Agglo parisienne : 19%	12%
Le fait d'avoir déjà donné pour cette association/fondation	5%	14%		20%
Le fait de respecter des critères de responsabilité environnementale et sociétale	4%	13%	-35 ans : 21%	13%
La connaissance de membres de l'association	4%	12%		11%
La façon unique avec laquelle elle intervient	3%	9%		10%
Le fait d'en avoir entendu parler dans une campagne de communication	2%	6%		5%
Autre	2%			1%

# Les donateurs souhaitent d'abord soutenir une cause sur le long terme

De manière générale, lorsque vous faites un don d'argent à une association ou une fondation, est-ce que vous faites ce don plutôt pour répondre à une situation d'urgence (guerre, catastrophe...) ou plutôt pour soutenir une cause sur le long terme ?

Base : A ceux qui font des dons (1547 personnes)



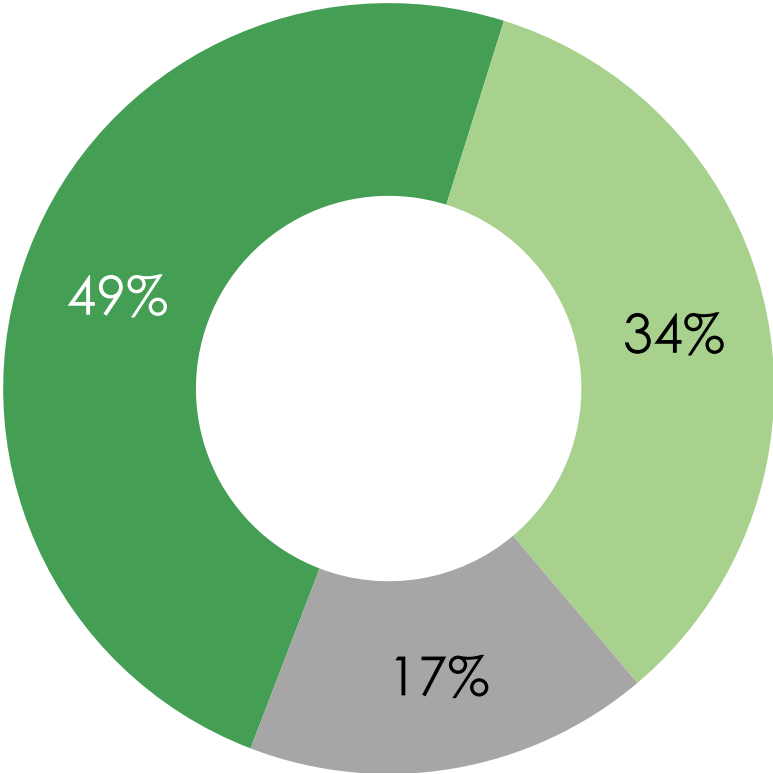


Lorsque vous soutenez financièrement une association ou une fondation, diriez-vous que...

Base : A ceux qui font des dons (1547 personnes)

Vous estimez qu'il est important de l'aider **dans la durée**, à travers des **dons réguliers et / ou constants**

- Donateurs réguliers : 64%
- 65 ans et + : 59%
- Donnent aux mêmes associations : 56%

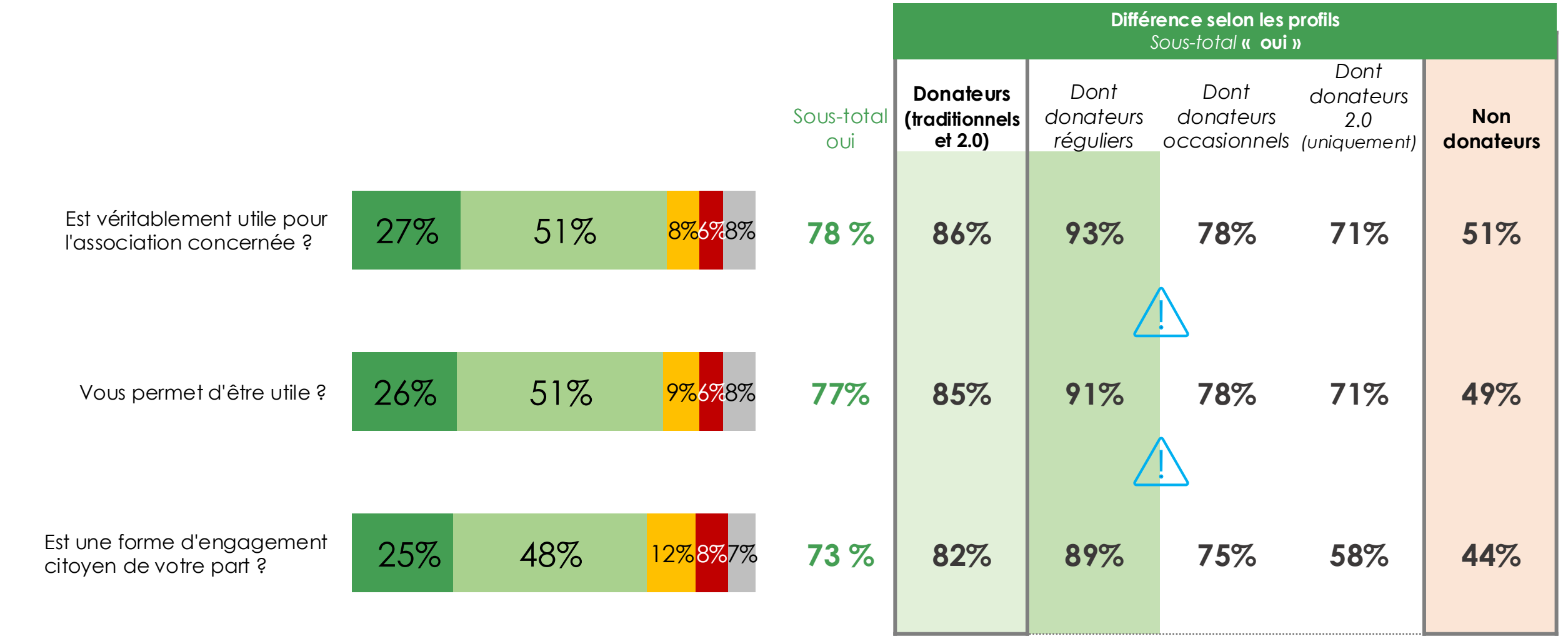


Vous pouvez **régulièrement reporter vos dons** d'une association à une autre, ou les interrompre

- Ont déjà organisé une collecte de dons à l'occasion de leur anniversaire via leurs réseaux sociaux: 48%
- Ne donnent jamais aux mêmes associations : 44%
- Donateurs occasionnels : 41%

A titre personnel, lorsque vous faites un don à une associations / fondation, avez-vous le sentiment que ce geste...  
A titre personnel, si vous deviez faire un don à une association / fondation, auriez-vous le sentiment que ce geste...

Base : Ensemble (2000 personnes)



La déduction fiscale des dons

# Connaissance et aspect incitatif



## Une connaissance largement partagée

- 84% des Français savent que les dons ouvrent droit à une déduction fiscale.

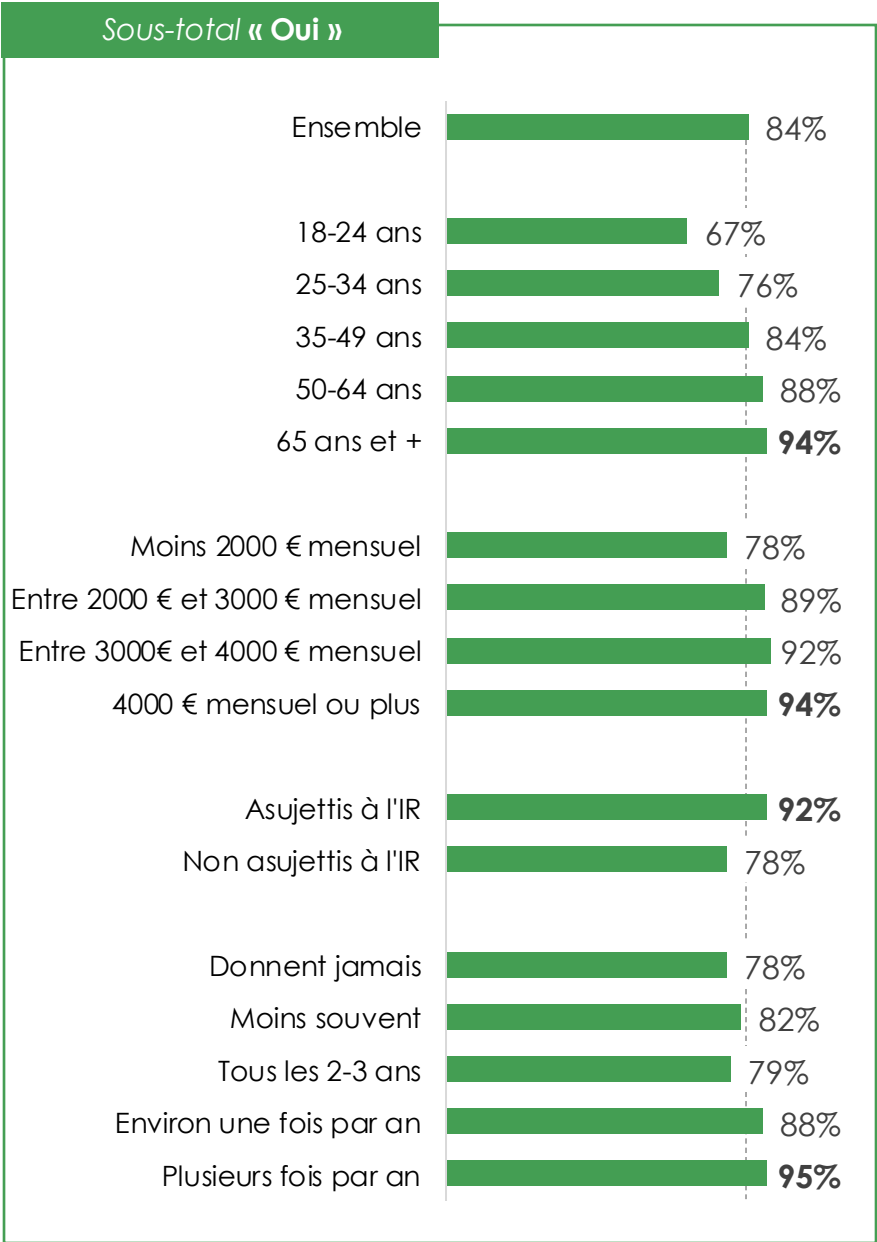
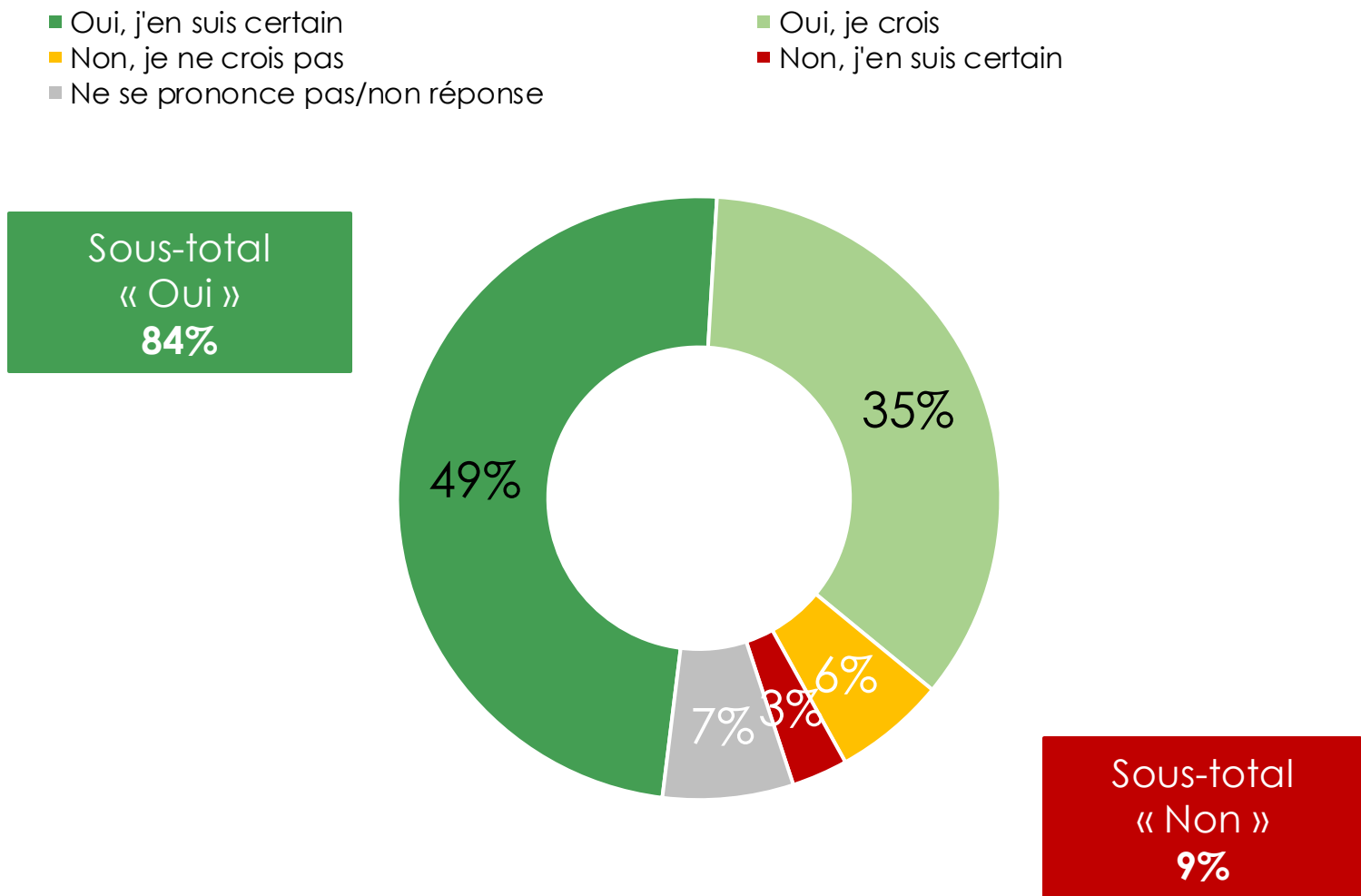
## Un potentiel incitatif

- Pour une majorité (62%), cet avantage fiscal incite à donner, et il joue un rôle encore plus fort chez les donateurs réguliers (76%).
- Plus d'un donateur régulier sur deux (54%) déclare que la déduction l'incite à donner davantage.
- À l'inverse, une réduction des avantages fiscaux entraînerait une baisse du montant et de la fréquence des dons, aussi bien chez les donateurs réguliers (53% le déclarent) que chez les occasionnels (47%).

# Le droit à une déduction fiscale connu du grand public

Selon vous, est-ce que les dons aux associations et fondations sont déductibles des impôts ?

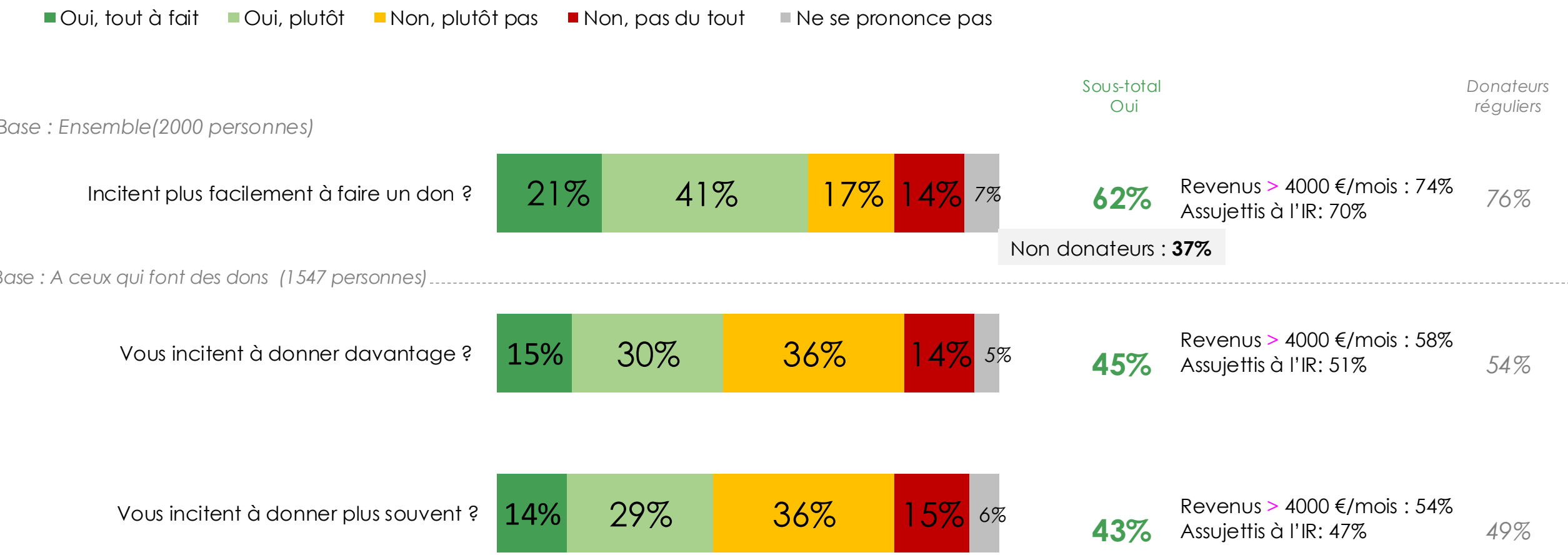
Base : Ensemble (2000 personnes)



# La déduction d'impôt incite plus facilement à donner pour la majorité des Français

Si vous êtes imposable, vous bénéficiez d'une déduction fiscale à la hauteur de 66% ou 75% du montant de votre don selon les associations. Un don de 100 euros ne vous coûte en réalité que 25 euros ou 34 euros

Est-ce que ces déductions d'impôts sur des dons faits aux associations...



# Une diminution des déductions fiscales accordées aux dons pourrait entraîner une baisse de leur montant ainsi que de leur fréquence

Les pouvoirs publics envisagent de faire passer la déduction d'impôt de 66 % à 50 % du montant des dons effectués. Un don de 100 euros vous coûterait alors 50 euros contre 34 euros actuellement.

Si les pouvoirs publics décidaient de réduire les avantages fiscaux liés aux dons aux associations et fondations, auriez-vous tendance à...

Base : A ceux qui font des dons (1547 personnes) - plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

Réduire le montant global de vos dons



Réduire la fréquence de vos dons



Augmenter vos dons



Ne rien changer à vos dons



Sous-total  
« Réduire les dons »  
50%

Donateurs réguliers : 53%  
Donateurs occasionnels : 47%

Le Don en confiance

# Notoriété, image et caractère incitatif



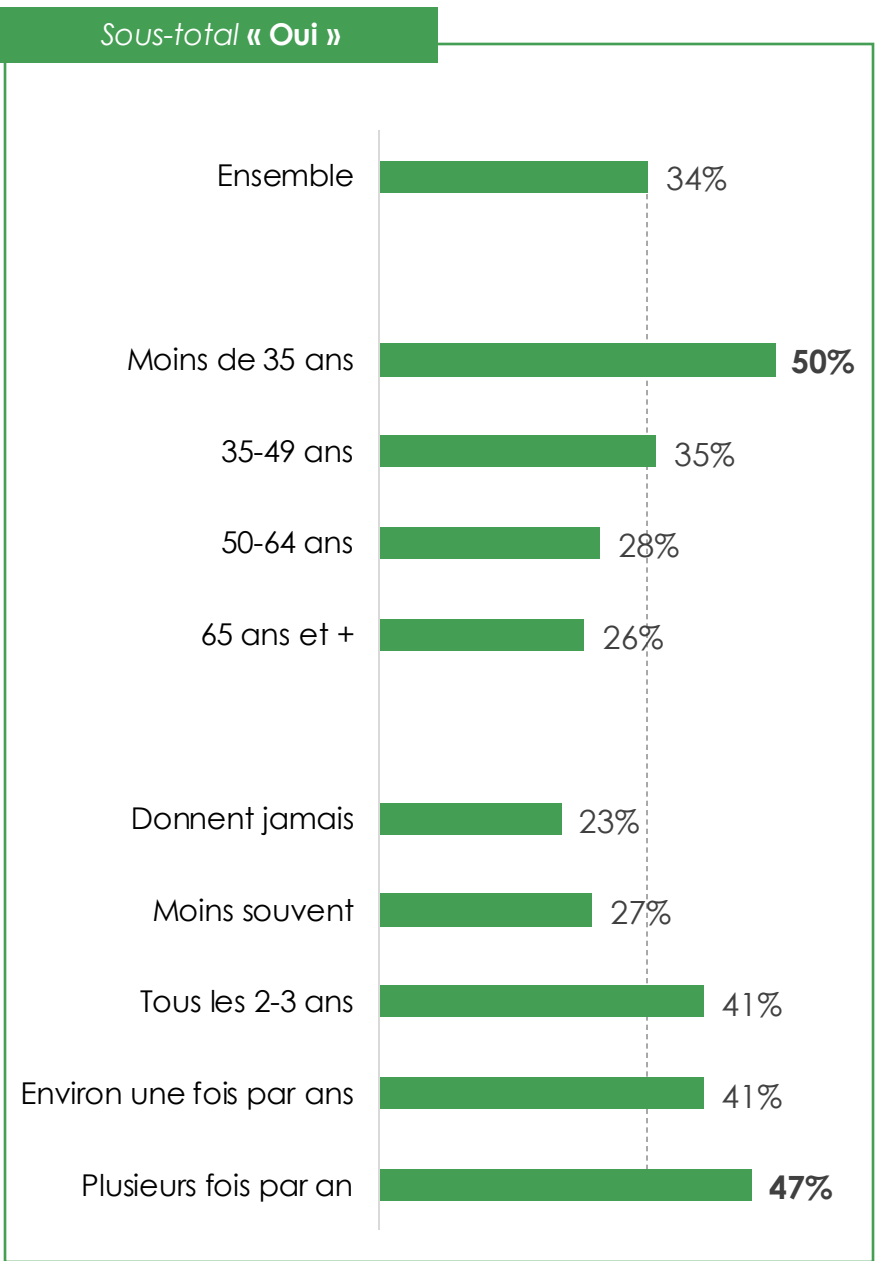
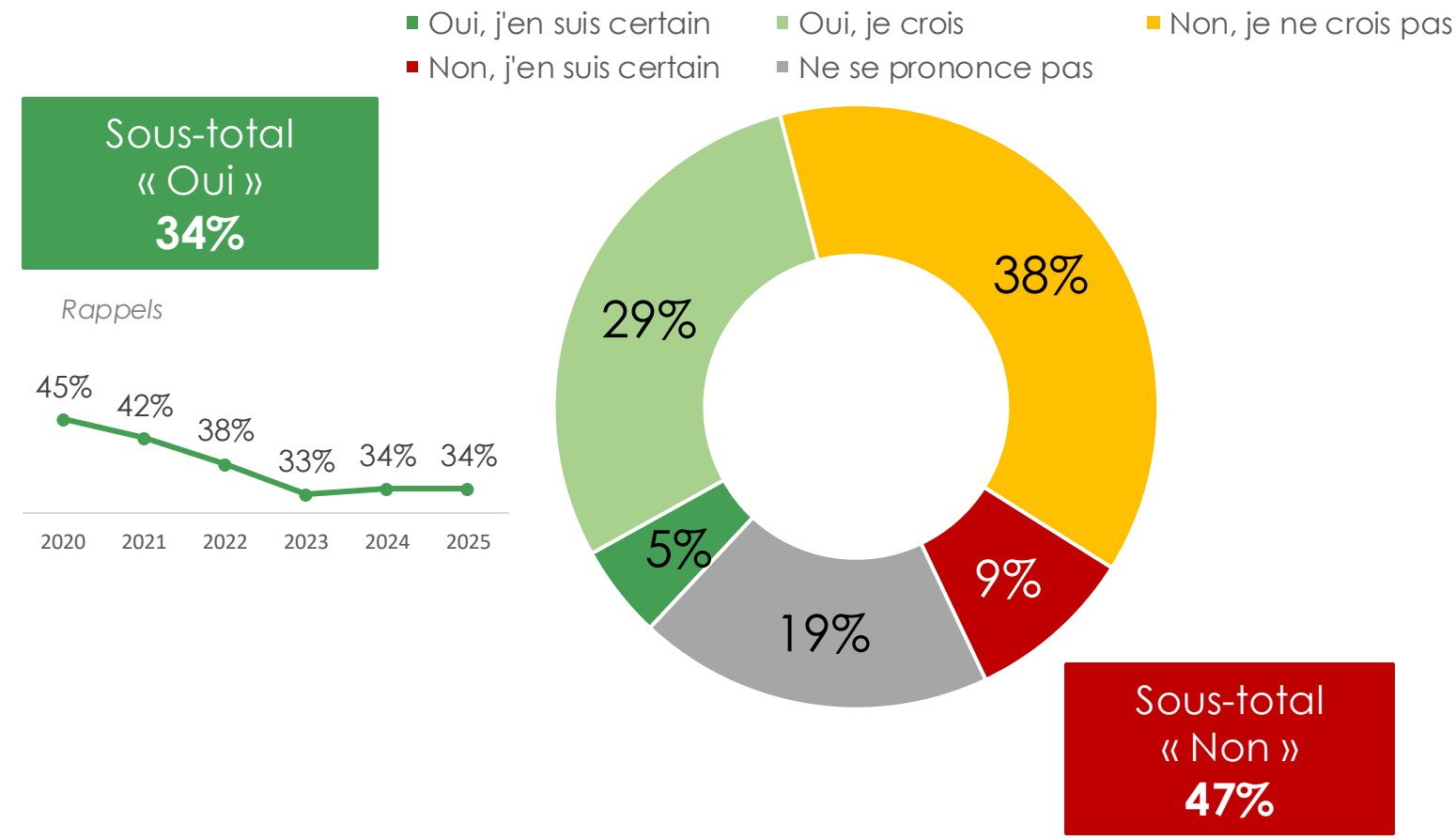
**Le rôle d'un organisme comme le Don en Confiance dans la création de confiance et l'incitation au don**

- **Près de 7 Français sur 10 (69%) estiment que la présence d'un label renforce leur confiance envers une association, une proportion qui grimpe à 79% chez les donateurs réguliers.**
- De plus, 69% déclarent que ce label les incite davantage à donner (82% chez les donateurs réguliers).

# La notoriété d'un organisme contrôlant l'action des associations/fondations est stable depuis 2023

Diriez-vous qu'il existe aujourd'hui en France un organisme chargé de contrôler l'action des associations et fondations faisant appel au don ?

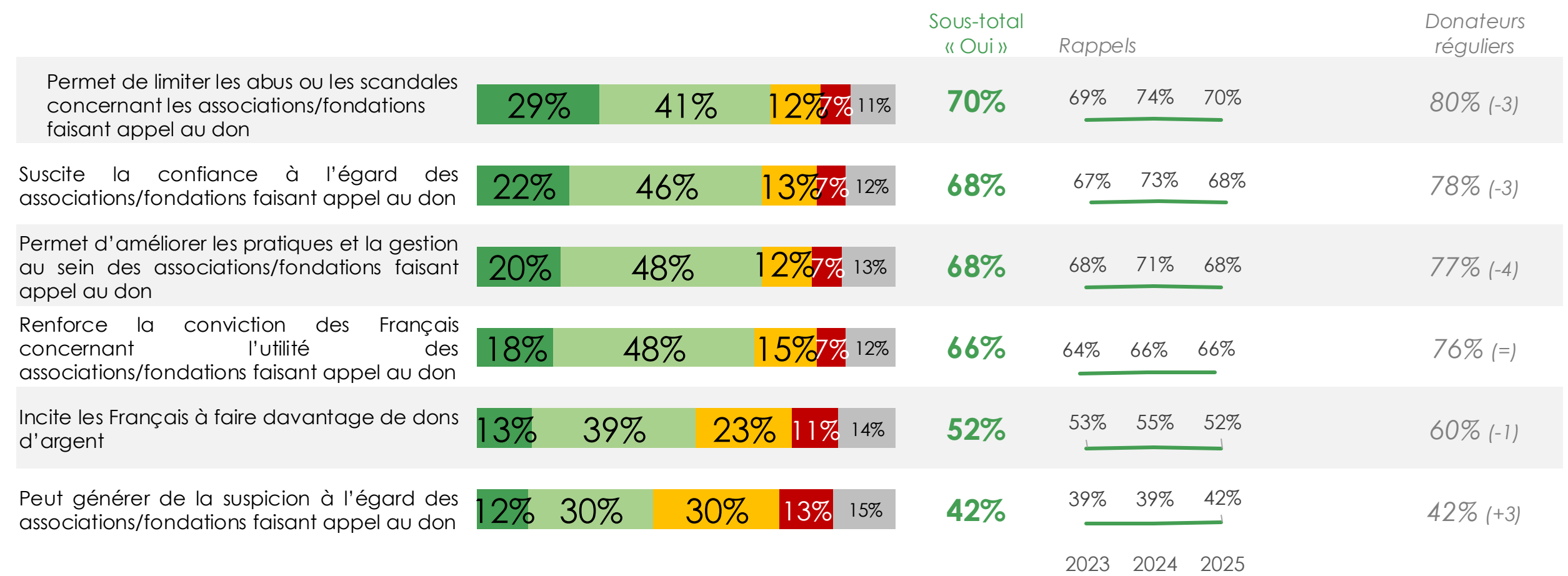
Base : Ensemble (2000 personnes)





Et diriez-vous que l'existence d'un tel organisme ou label...

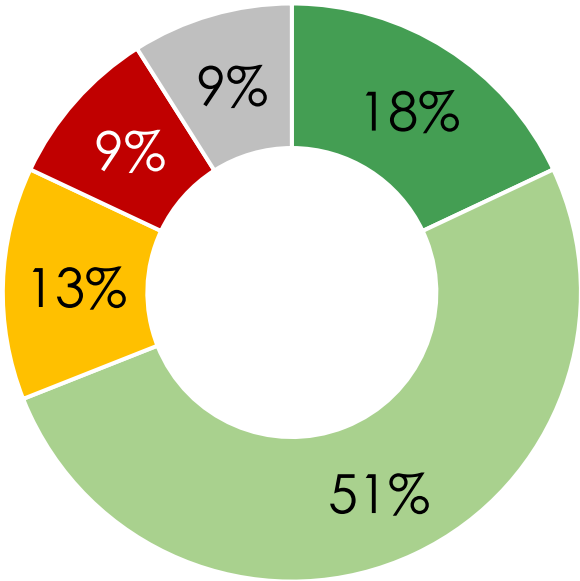
Base : Ensemble (2000 personnes)



# Un label incitatif à donner

Est-ce qu'un organisme vous garantissant la bonne utilisation des fonds que vous donnez à une association ou une fondation pourrait vous rendre plus susceptible de lui faire un don ?

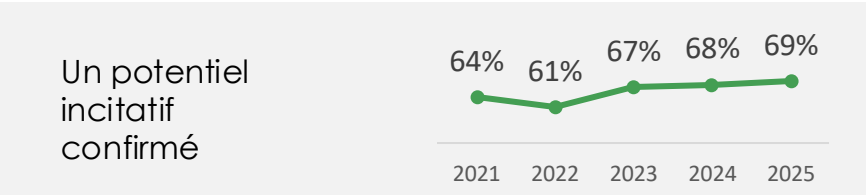
Base : Ensemble (2000 personnes)



- Oui, certainement
- Non, probablement pas
- Ne se prononcent pas

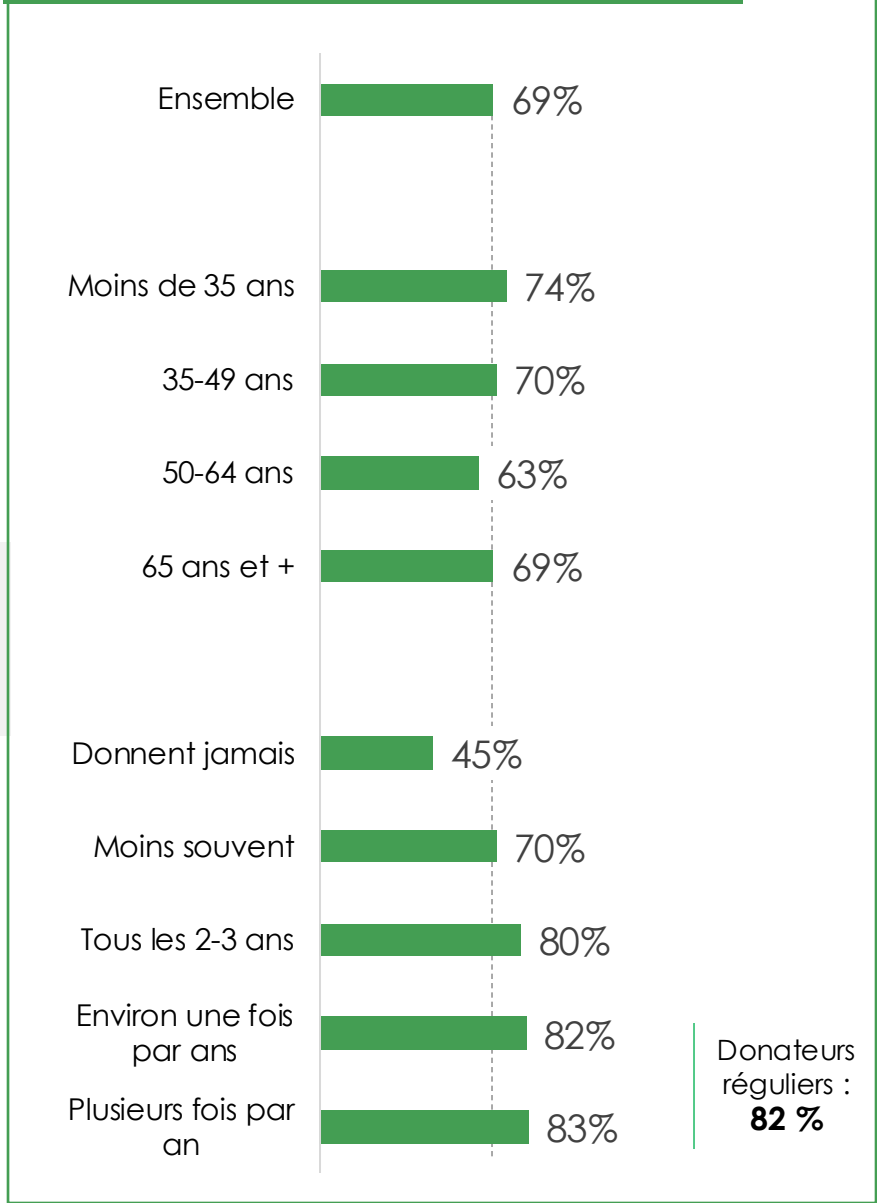
- Oui, probablement
- Non, certainement pas

Sous-total  
« Rend susceptible  
de faire un don »  
**69%**



- Donateurs 2.0 : 60%
- N'ont pas confiance dans les associations : 53%

## Sous-total « Rend susceptible de faire un don »

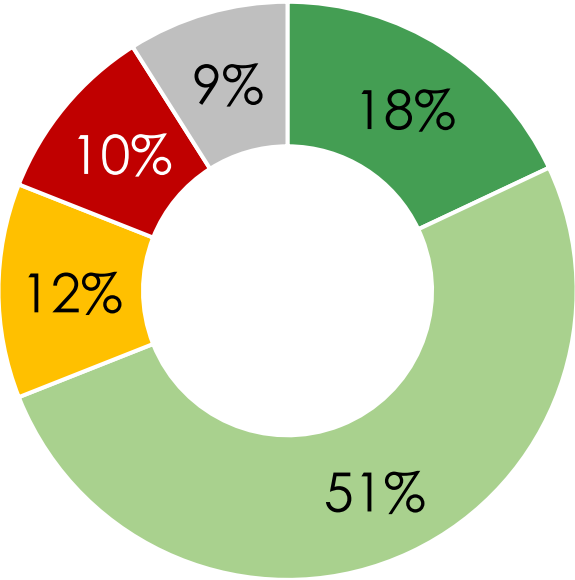


# Un label qui augmente la confiance des Français

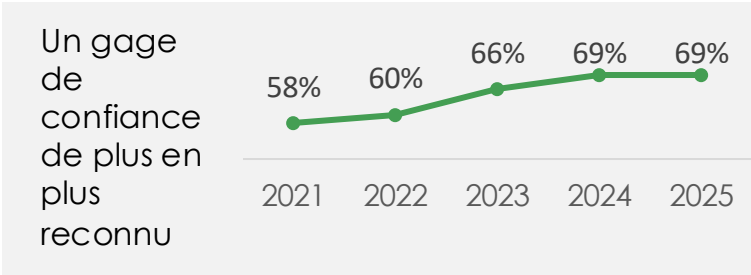
Et de manière générale, le fait qu'une association ou une fondation soit labellisée renforce-t-il votre confiance dans cet organisme ?

Base : Ensemble (2000 personnes)

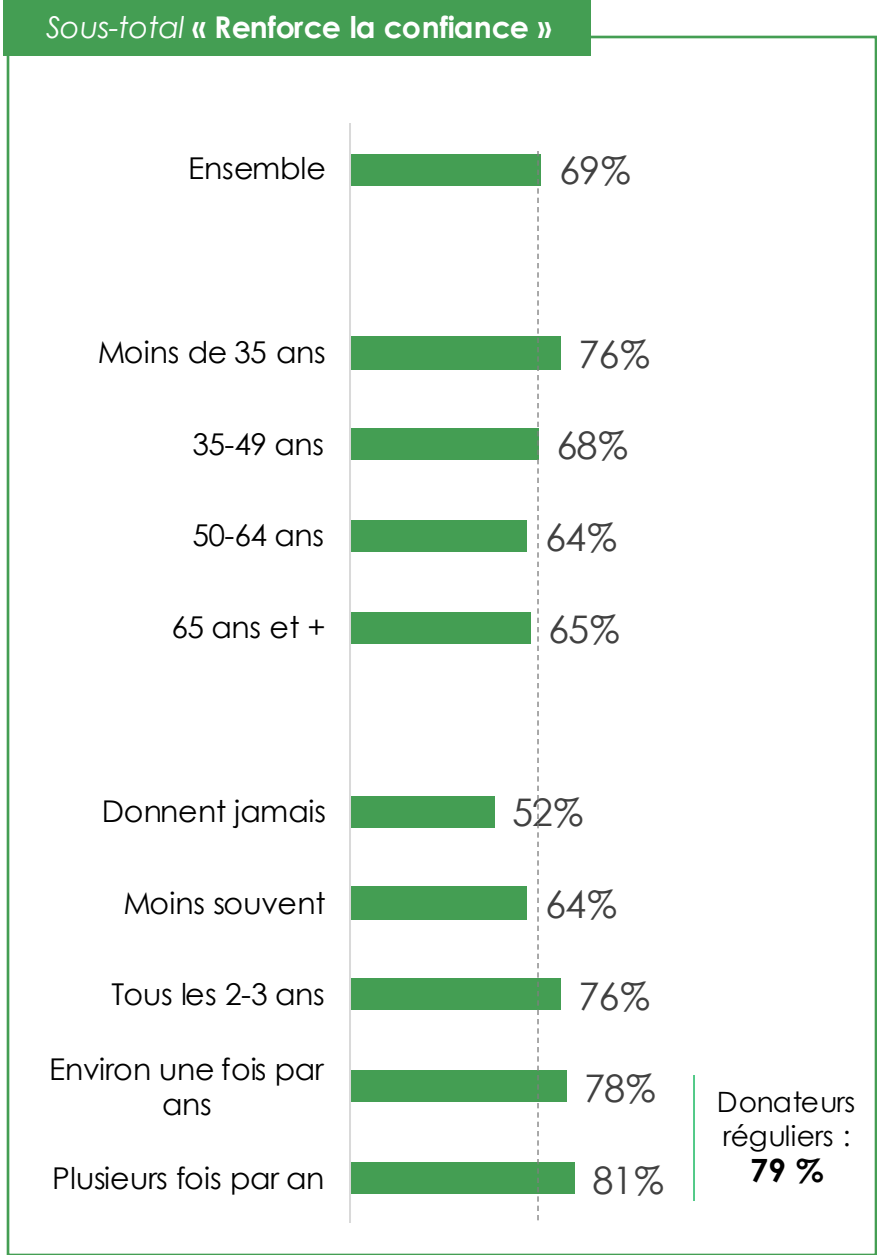
■ Oui tout à fait ■ Oui plutôt ■ Non plutôt pas ■ Non pas du tout ■ Ne se prononcent pas



Sous-total  
« Renforce la confiance »  
**69%**



- Donateurs 2.0 : 64%
- N'ont pas confiance dans les associations : 51%



# VIAVOICE

*« La réalité ne pardonne pas qu'on la méprise. »  
Joris-Karl Huysmans*

**Études Conseil Stratégie  
pour l'avenir des entreprises et des institutions**

**Retrouvez toutes  
nos actualités :**



sont consultables sur [www.institut-viavoice.com](http://www.institut-viavoice.com)

9, rue Huysmans, 75 006 Paris. + 33 (0)1 40 54 13 71

**Viavoice est une SAS indépendante**