

Paris, le 19 novembre 2018  
Communiqué de presse

## **18 – 35 ans : un enjeu crucial pour les associations et fondations** **Quel profil pour le donateur du futur ?**

*Dans le cadre de sa grande campagne annuelle d'incitation au don #Donnerfaitdubien, le syndicat France générosités, publie les résultats de son enquête Ifop sur le profil du donateur du futur<sup>1</sup>. Cette enquête a permis à France générosités de comprendre les nouvelles pratiques de dons (don par SMS, via les réseaux sociaux, dons gratuits, micro-don ...) et leur attractivité pour les jeunes donateurs. S'il est vrai qu'il est aujourd'hui nécessaire de renouveler le panel de donateurs (50% des donateurs ont plus de 50 ans), France générosités constate que les jeunes sont déjà engagés. En effet, chez les 18-35 ans, 2 Français sur 3 déclarent avoir déjà fait un don à une association ou fondation et 24% d'entre eux donnent plusieurs fois par an. Un signe positif au moment où démarre la campagne d'incitation à la générosité #GivingTuesday<sup>2</sup>.*

### **67% des jeunes Français déclarent avoir déjà fait un don à une association ou fondation et 24% d'entre eux donnent plusieurs fois par an**

3 donateurs sur 10 ont donné pour la première fois à l'occasion d'un événement organisé par une association (festival, kermesse, spectacle, appel au don d'un représentant d'association dans un lieu public, appel au don émanant d'un de leurs proches).

La rencontre est donc un moteur premier de l'engagement des jeunes donateurs. Si les comportements en matière de dons des jeunes donateurs demeurent structurés par les canaux traditionnels, on note toutefois que les pratiques digitales offrent d'intéressantes perspectives pour le secteur à l'avenir.

### **43% des 18-35 ans seraient prêts à organiser une collecte en sollicitant leurs proches via les réseaux sociaux**

Les jeunes Français méconnaissent globalement les nouvelles formes de dons (don par sms, micro-don, don via les réseaux sociaux).

On constate par exemple que 42% des sondés ne connaissent pas les campagnes de dons par SMS (vs 15% qui y ont déjà eu recours).

On note également que seulement 13% des jeunes donateurs ont répondu à un appel aux dons issus des réseaux sociaux alors que 43% seraient prêts à organiser une collecte en

---

<sup>1</sup> Enquête sur les donateurs du futur – Ifop pour France générosités – Octobre 2018

**Contacts presse :**

sollicitant leurs proches via les réseaux sociaux, et 57% seraient prêts à participer à une telle collecte organisée par un proche.

Il va donc être nécessaire d'expliquer la digitalisation des dons afin de permettre aux jeunes donateurs de développer leur engagement auprès des associations et des fondations. Renforcer la pédagogie permettrait ainsi de renouveler le panel de donateurs afin que les organisations continuent à remplir leurs missions sociales et développent leurs programmes d'intérêt général.

## 6 Français sur 10 ignorent le principe du don gratuit

Parmi les nouvelles formes de dons, on compte notamment le principe du « *don gratuit* » (*regarder une publicité sur internet pendant 20 secondes, ce qui permet de contribuer à financer l'action ou le projet d'une association*), forme de dons rapide, digitale, adaptée au mode de vie des 18-35 ans et à laquelle, 78% d'entre eux seraient prêts à avoir recours.

De même, 36% des Français ne connaissent pas le principe du micro-don en magasin mais 2/3 d'entre eux seraient prêts à utiliser cette forme de dons.

Enfin, les résultats de l'étude IFOP permettent de faire émerger de nombreuses propositions innovantes telles que le don via les jeux en ligne, le crowdfunding ou la crypto-monnaie. Ces nouveaux moyens pourraient également être de nouveaux relais de dons mais pour 29% des jeunes donateurs, elles sont encore perçues comme « *futuristes* ».

<sup>2</sup>Retrouvez les résultats de la campagne #GivingTuesday sur @generosites

### À propos de France générosités

*France générosités est le syndicat professionnel des associations et fondations faisant appel aux générosités. Ses 97 membres sont des organisations qui œuvrent pour des causes d'intérêt général et participent directement à l'utilité sociale. Créé en 1998 à l'initiative d'associations et fondations, France générosités a pour mission de défendre les intérêts de ses membres, promouvoir et développer les générosités.*

[www.francegenerosites.org](http://www.francegenerosites.org) // [www.donnerfaitdubien.org](http://www.donnerfaitdubien.org)  
Twitter: [@generosites](https://twitter.com/generosites) // Facebook: [France générosités](https://www.facebook.com/francegenerosites)

### Enquête sur les donateurs du futur – Ifop pour France générosités – Octobre 2018

*L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de 2 518 personnes composé de deux sous-échantillons : un échantillon national représentatif de 2 001 personnes âgées de 18 à 35 ans et un échantillon de 517 personnes ayant participé à la consultation lancée par France générosités dans le cadres de la campagne #Donnerfaitdubien. La représentativité de l'échantillon constitué par l'Ifop a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée) après stratification par région et catégorie d'agglomération.*

### Contacts presse :

Laure KUNTZINGER – [rp@oneheart.fr](mailto:rp@oneheart.fr) - 06 31 16 27 90  
Elisabeth de LAURISTON – [rp@oneheart.fr](mailto:rp@oneheart.fr) - 06 18 89 31 74