



 ANALYSE FLASH

# Comment ont évolué les *leviers de collecte* et *modes d'engagement* entre 2022 et 2024 ?



# Une analyse menée pour le *colloque 2025 de France Générosités*



Quelle est la place du « donateur digital » dans un monde où le numérique redéfinit les parcours d'engagement et les stratégies de collecte?

**Partie 1 :** Le donateur numérique existe-t-il ?

**Partie 2 :** Quelle place du numérique au sein des OSBL ?

**Partie 3 :** Du management des données à l'IA, comment accompagner les transformations ?

En partenariat avec  
***La Banque Postale, HelloAsso et Ediis Aid.***

# Les données HelloAsso, un *observatoire unique*

**UTILISÉ PAR PLUS DE**  
*420 000 associations,*  
**DONT DES MILLIERS DE**  
*grandes collectrices,*  
**SUR L'ENSEMBLE DES LEVIERS :**  
*Adhésion, don, évènement,*  
*financement participatif, boutique.*



PARTIE 1

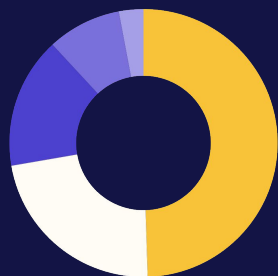
# Analyse des leviers de collecte utilisés par les *associations*



## Périmètre de l'analyse

- Associations ayant collecté des paiements sur **HelloAsso** chaque année consécutive, entre 2022 et 2024
- Associations ayant mobilisé au moins une fois un levier d'appel à la générosité (don, financement participatif) sur la période
- Tout secteur d'activité (Sport, Culture, Environnement, Action Sociale, etc.), zones géographiques et taille d'associations.

## Profils des associations analysées



- 50% - Générosités\*
- 23% - Art & Culture
- 16% - Autres\*\*
- 9% - Sports
- 3% - Étudiants et pros

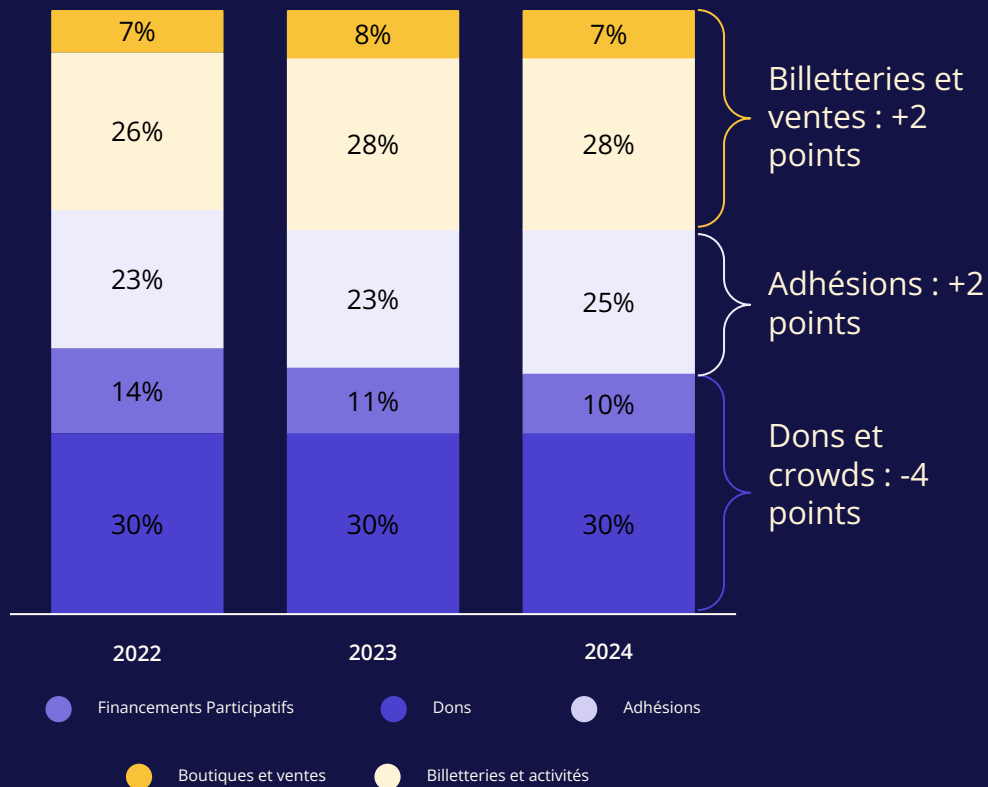
*21 000 associations utilisatrices de HelloAsso et représentatives de l'ensemble du territoire français.*



\* Action sociale, Défense des droits, Environnement, Humanitaire - Caritative, Médico-sociale. \*\* Aide à l'emploi, Développement économique, Éducation et formation, Information communication, Politique, Recherche et sciences, Religion et spiritualité.

# Évolution globale *des modes d'engagement*

Poids de chaque levier dans la collecte

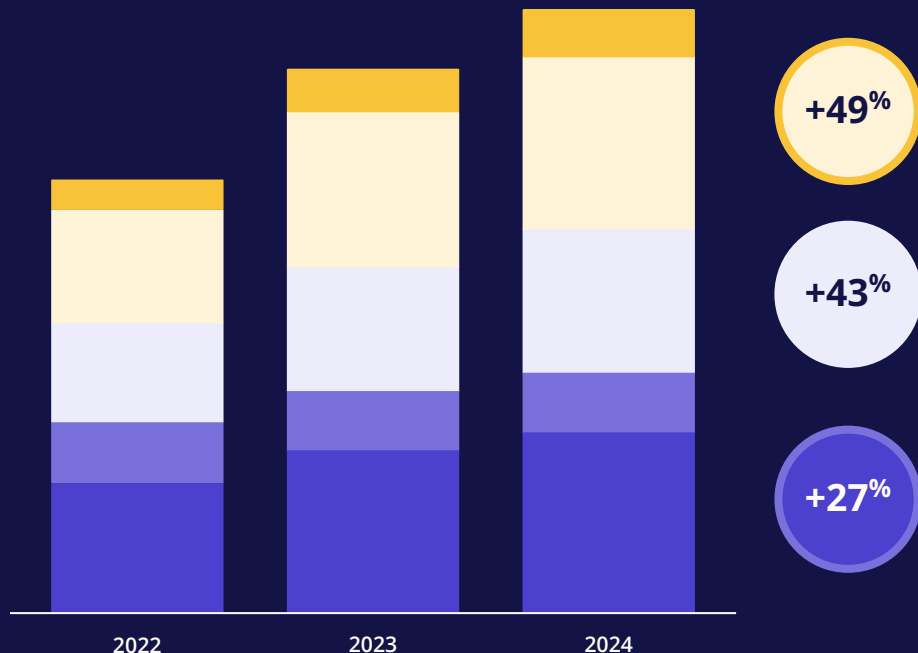


La part de la collecte venant des **leviers d'engagement hors don et crowdfunding** ont pris 4 points.

**L'adhésion, la billetterie et la boutique prennent en importance**, là où le don reste stable et le financement participatif est en baisse.

# Une hausse *plus forte* des leviers “hors don”

Volume de collecte de chaque levier



+49%

+43%

+27%

Les autres leviers connaissent une évolution plus dynamique sur ces 3 années :

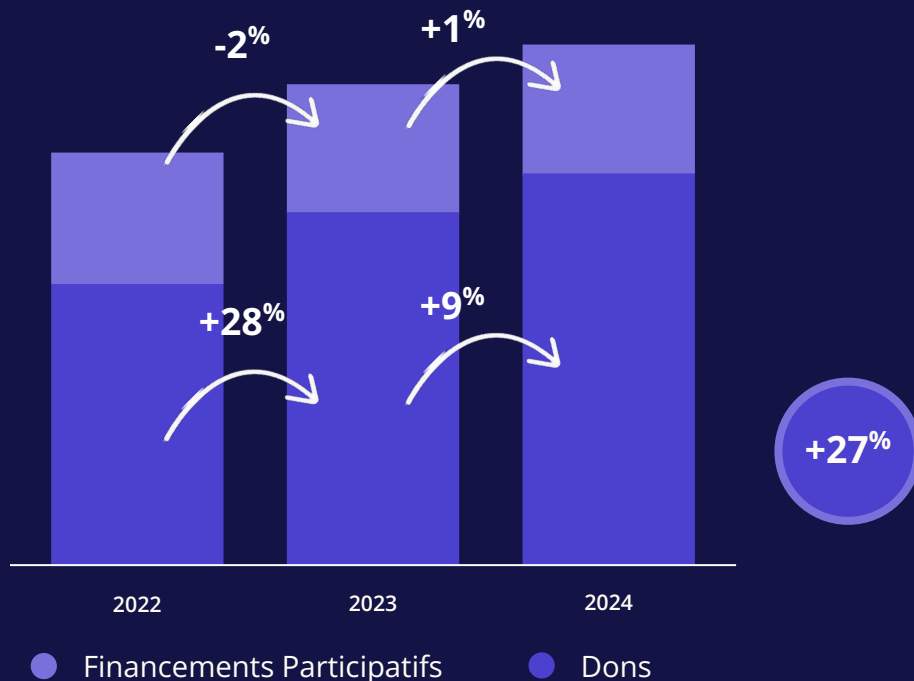
- **+49%** de collecte pour les **billetteries et ventes** en ligne,
- **+43%** de collecte pour les **adhésions**.

	2022 > 2023	2023 > 2024	2022 > 2024
● Billetteries, activités et ● ventes	+38%	+11%	+49%
● Adhésions	+26%	+16%	+43%
● Dons et ● Financements Participatifs	+17%	+8%	+27%



# Zoom sur *la collecte de don*

Evolution du volume de collecte - don et crowdfunding



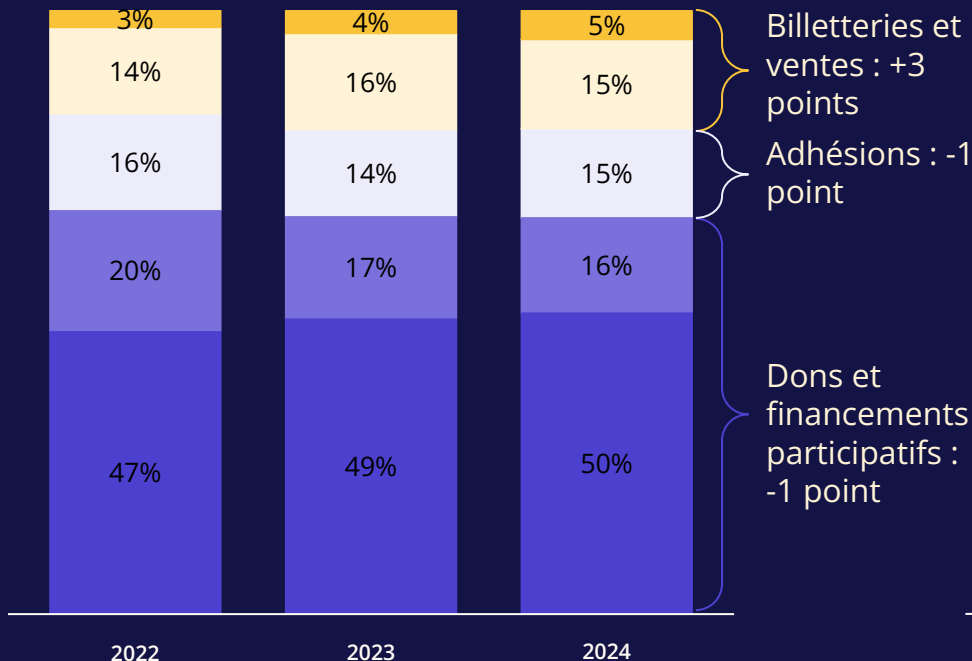
La **collecte par du don et crowdfunding a augmenté au total de +27%** entre 2024 et 2022 sur l'échantillon.

En détail, on voit un tassement du financement participatif (-1%) et une augmentation du don (+37%).

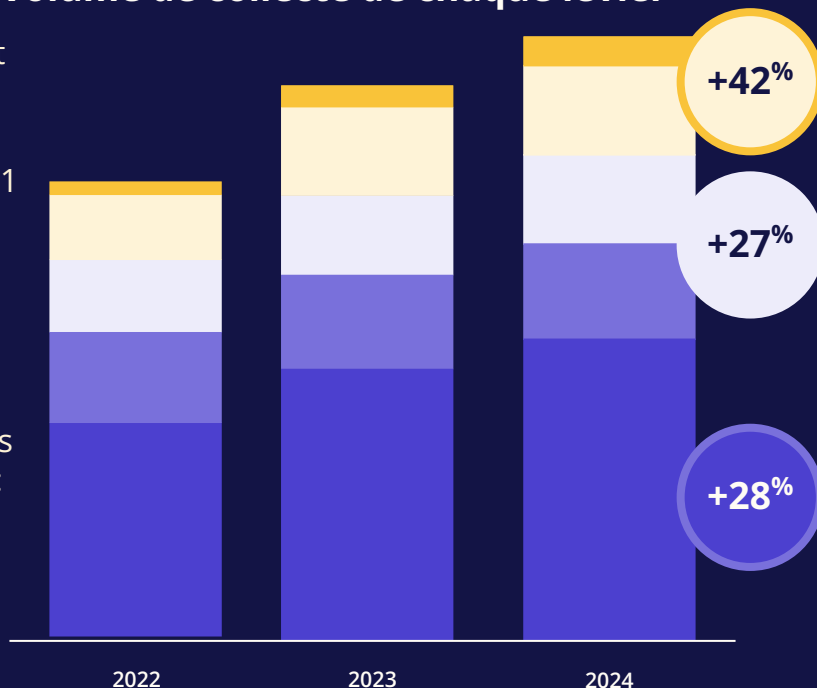


# Une tendance similaire sur le secteur de la *générosité\**

## Poids de chaque levier dans la collecte



## Volume de collecte de chaque levier



● Financements Participatifs ● Dons ● Adhésions ● Boutiques et ventes ● Billetteries et activités

PARTIE 2

# Analyse des modes d'engagement privilégiés par les *citoyens*



# Une tendance que l'on observe aussi *chez les citoyens*



**+11%**

## De citoyen 'multi engagés'

51% des citoyens dans la cohorte analysée ont soutenu une association **par le don et un autre levier**. Ils étaient 40% en 2022.



**3,2**

## Participations par an

En 2024, le donateur moyen sur HelloAsso réalisait **3,2 paiement sur des leviers hors don** (adhésions, billetteries, ventes...)



**0,8**

## Dons par an

En 2024, le donateur moyen sur HelloAsso réalisait **0,8 paiement sur des leviers de don** (dons, financements participatifs)



## *Prêts à engager vos donateurs ?*

Retrouvez nos contenus et la présentation de nos solutions.

[info.helloasso.com](https://info.helloasso.com)

