



Ipsos Public Affairs



# Baromètre du don ISF-IFI Vague 6 – De l'ISF à l'IFI Quelles conséquences sur les dons ?

Préparé pour Apprentis d'Auteuil

Par Amandine Lama & Etienne Mercier

Avril 2019

GAME CHANGERS



# Fiche technique



## ÉCHANTILLON

**300** personnes dont le foyer fiscal était assujetti à l'Impôt de solidarité sur la Fortune (ISF) en 2017.



## DATES DE TERRAIN

Du **28 mars au 8 avril** 2019.



## MÉTHODE

Échantillon interrogé par Internet via notre panel online.



Ce rapport a été élaboré dans le respect de la norme internationale ISO 20252  
« Etudes de marché, études sociales et d'opinion ».



## Bilan de l'année 2018

GAME CHANGERS

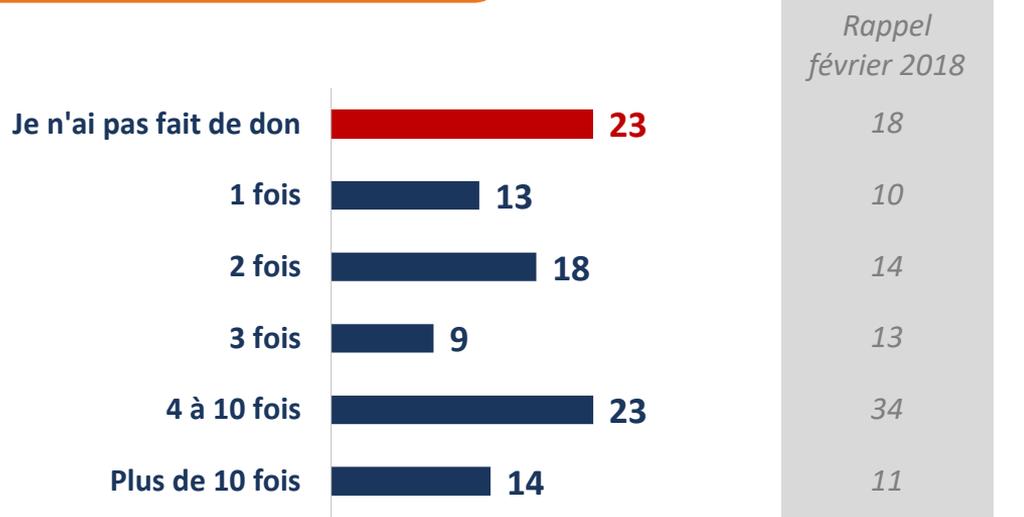


# La part de donateurs, et notamment de multi-donateurs, est en recul par rapport à l'année précédente.

Au cours de l'année 2018, combien de fois vous est-il arrivé de faire un don d'argent à une fondation ou à un organisme caritatif ? Base: A tous

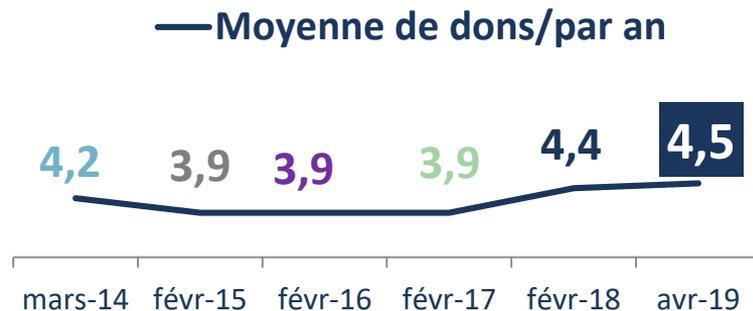
77% (-5) ont donné au cours de la dernière année

64% (-8) ont donné plusieurs fois



Fréquence de don moyenne en 2018 :

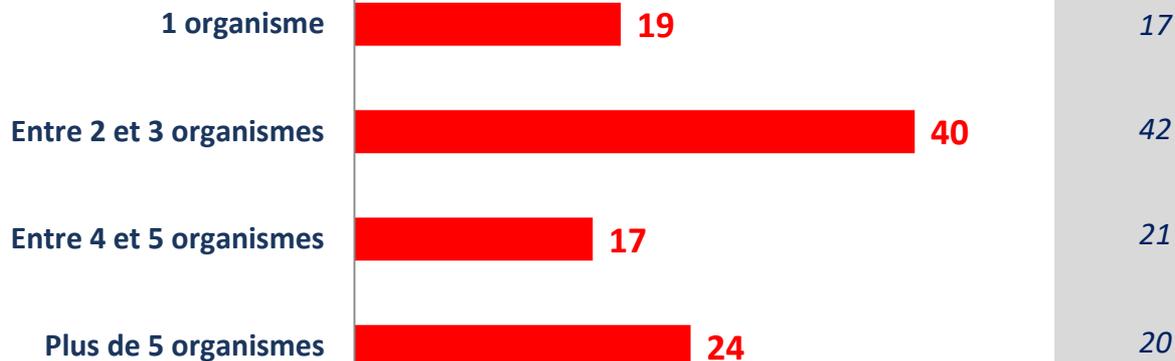
4,5



# Comme en 2017, plus de 8 donateurs sur 10 ont donné à plusieurs organismes. La part de ceux qui ont donné à un seul organisme est néanmoins en très légère augmentation.

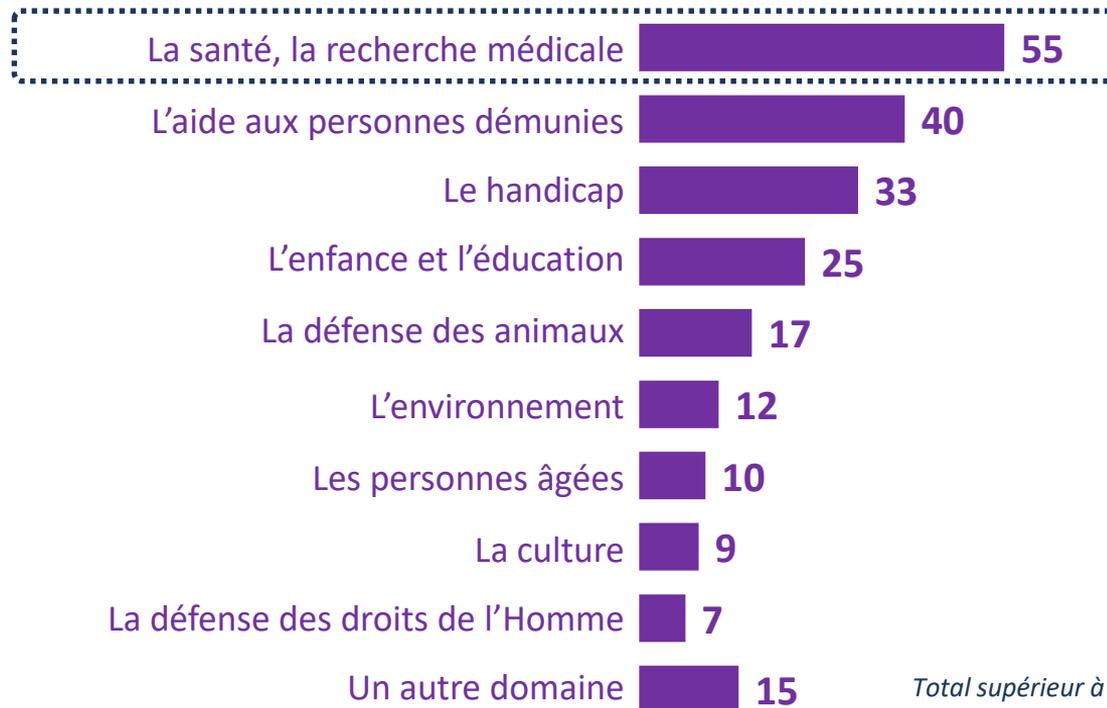
Au cours de l'année 2018, à combien de fondations ou d'organismes caritatifs avez-vous fait des dons ? Base : A ceux qui ont fait au moins un don au cours de la dernière année (77% de l'échantillon)

**81% (-2)** des donateurs assujettis à l'ISF en 2017 ont donné à plusieurs associations ou organismes



# La santé / recherche médicale est le domaine pour lequel les donateurs se sont le plus mobilisés, avec l'aide aux plus démunis

Dans quels domaines les organismes auxquels vous avez fait des dons au cours de l'année 2018 œuvrent-ils ? Base : A ceux qui ont fait au moins un don au cours de la dernière année (77% de l'échantillon)

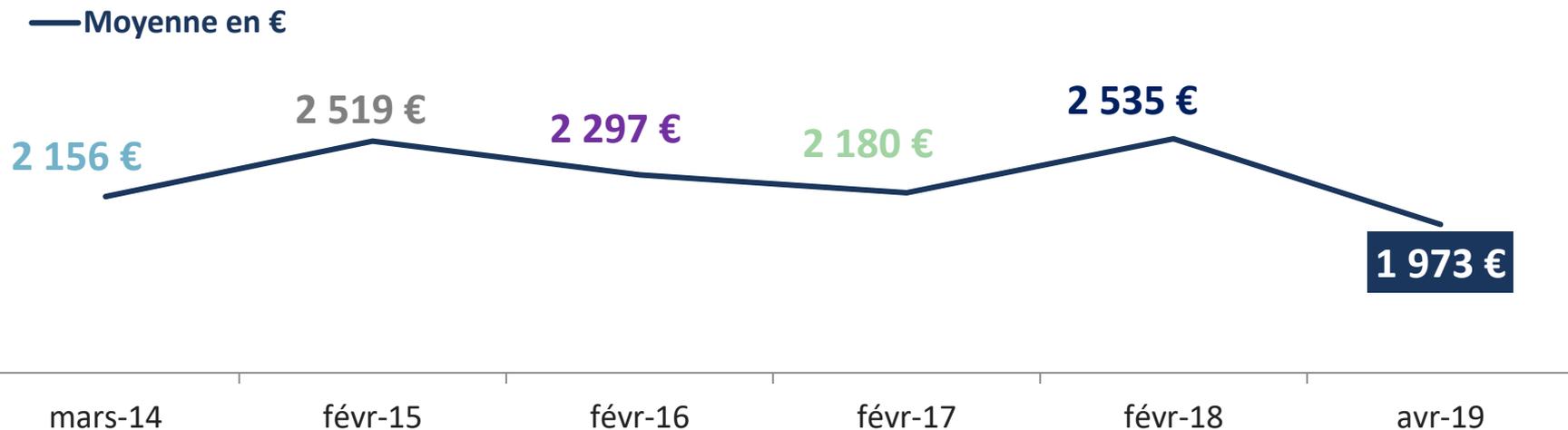


Total supérieur à 100, 3 réponses possibles

# Le niveau de don moyen pour 2018 passe sous la barre des 2 000 €

Ce montant moyen est le plus faible enregistré depuis la mise en place du baromètre

Quel est le montant global de l'ensemble des dons que vous avez fait au cours de l'année 2018 à une ou plusieurs associations, fondations ou organismes caritatifs ? Prenez en compte l'ensemble des dons que vous avez réalisés au cours de l'année. *Base : A ceux qui ont fait au moins un don au cours de la dernière année (77% de l'échantillon)*

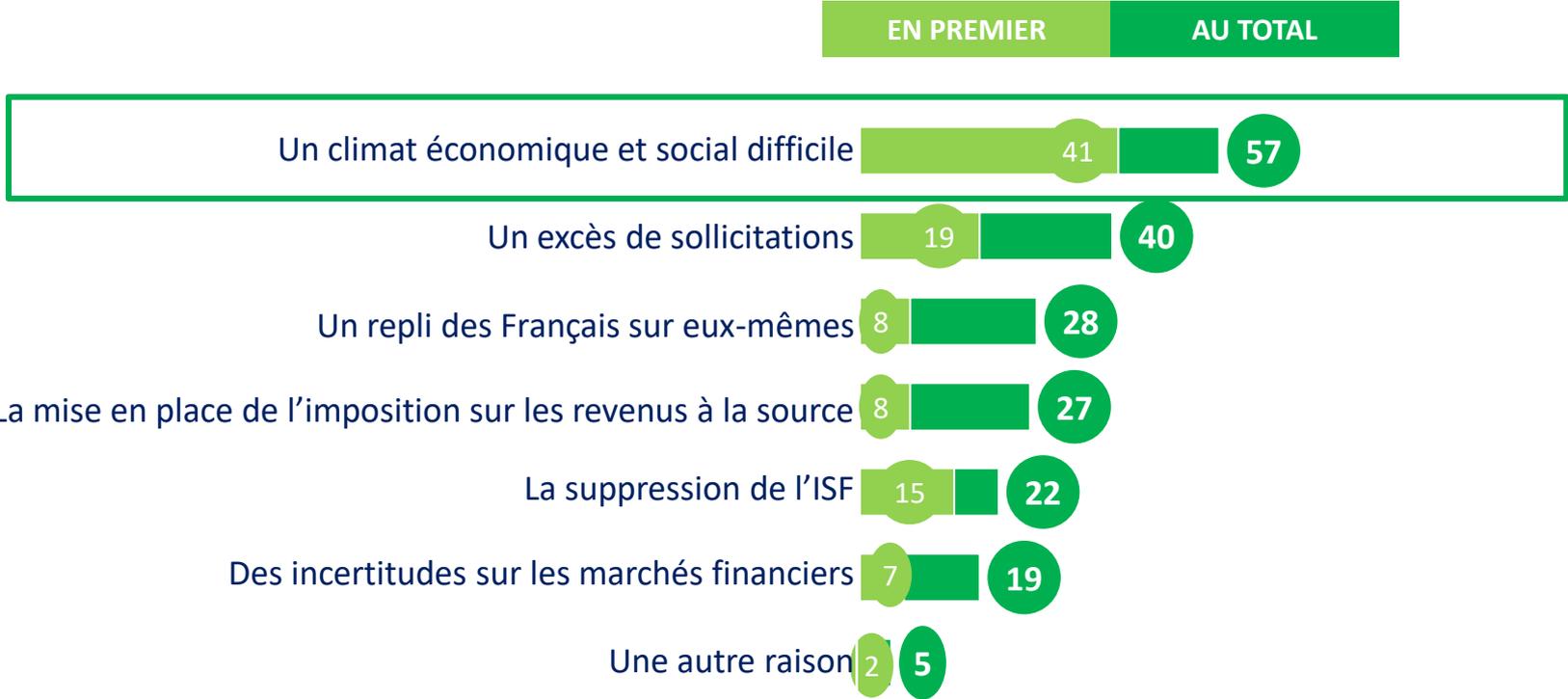




## Les pistes d'explication de cette baisse

# Les répondants attribuent avant tout la baisse des dons des Français aux associations au climat économique et social difficile, loin devant la suppression de l'ISF

Les associations ont enregistré une baisse des dons en 2018. Selon vous, qu'est-ce qui explique le mieux cette baisse ? Base : A tous



# La majorité des sommes économisées par les exonérés d'ISF ont été consacrées à des dépenses de consommation ou de l'épargne classique, et moins que prévu à des dons à des associations

Avec la suppression de l'ISF, à quoi avez-vous consacré les sommes que vous payiez auparavant en ISF ?

Base : A ceux qui n'étaient pas redevables de l'IFI en 2018 (53% de l'échantillon)



# 78% des répondants estiment qu'il est essentiel ou important de mettre en place de nouveaux dispositifs fiscaux incitatifs pour encourager la générosité

Personnellement, pensez-vous qu'il faudrait mettre en place de nouveaux dispositifs fiscaux incitatifs (par ex : taux de réduction d'impôt plus élevé, hausse du plafond de réduction fiscale de l'impôt sur le revenu etc.) pour encourager la générosité des Français ? *Base : A tous*

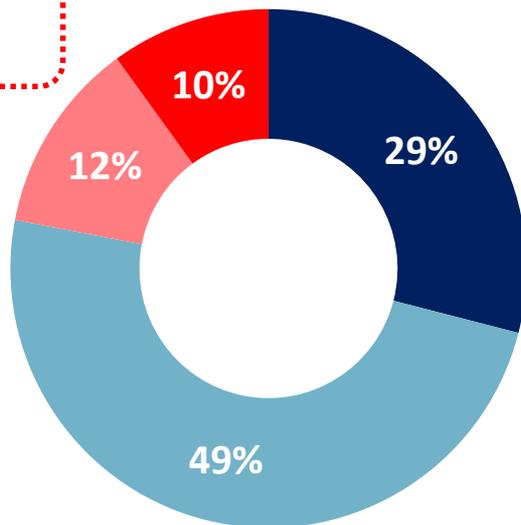
Ce serait essentiel

Ce serait important mais pas essentiel

Ce serait secondaire

Ce serait inutile

Secondaire ou inutile : 22%



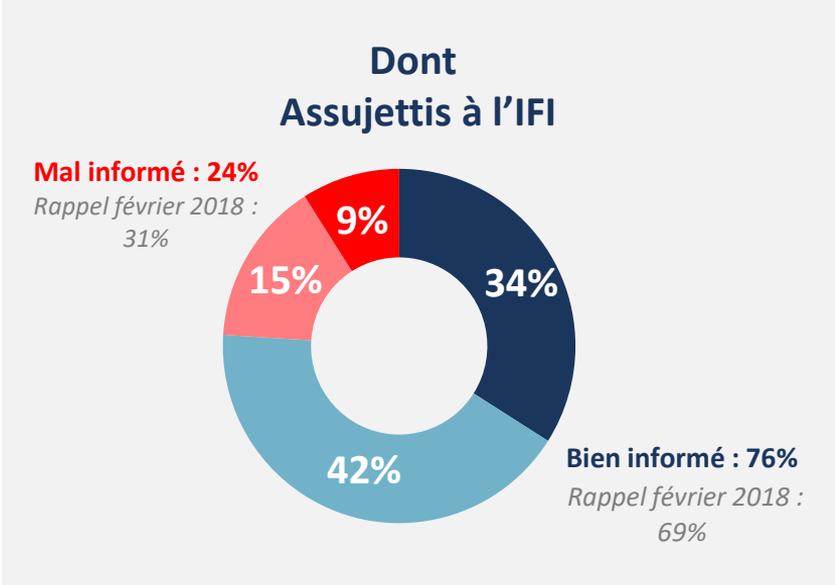
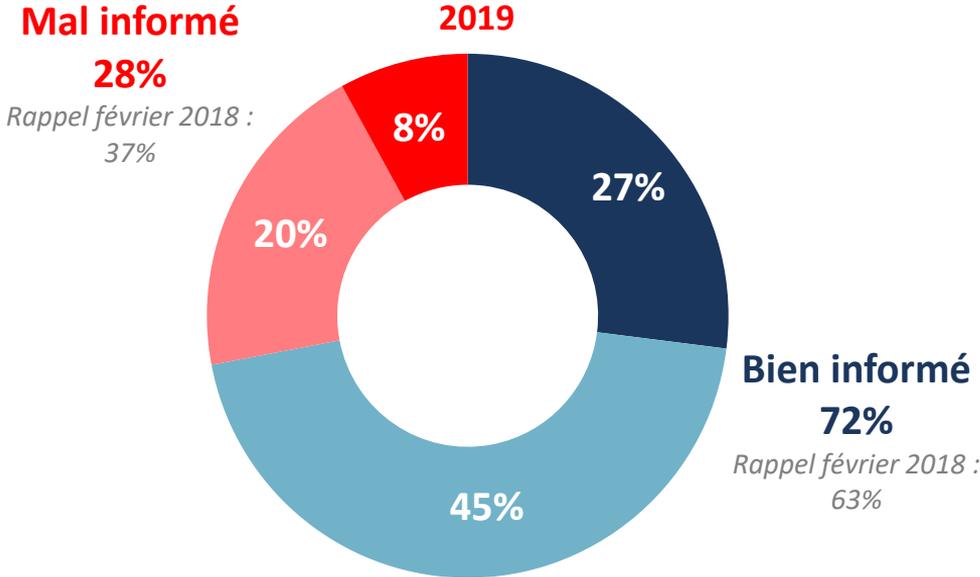
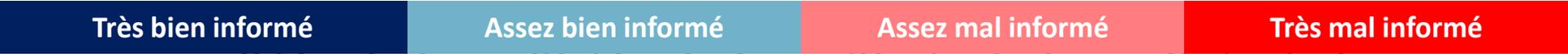
Essentiel ou important : 78%



## **Le niveau d'information sur les dispositifs fiscaux en place**

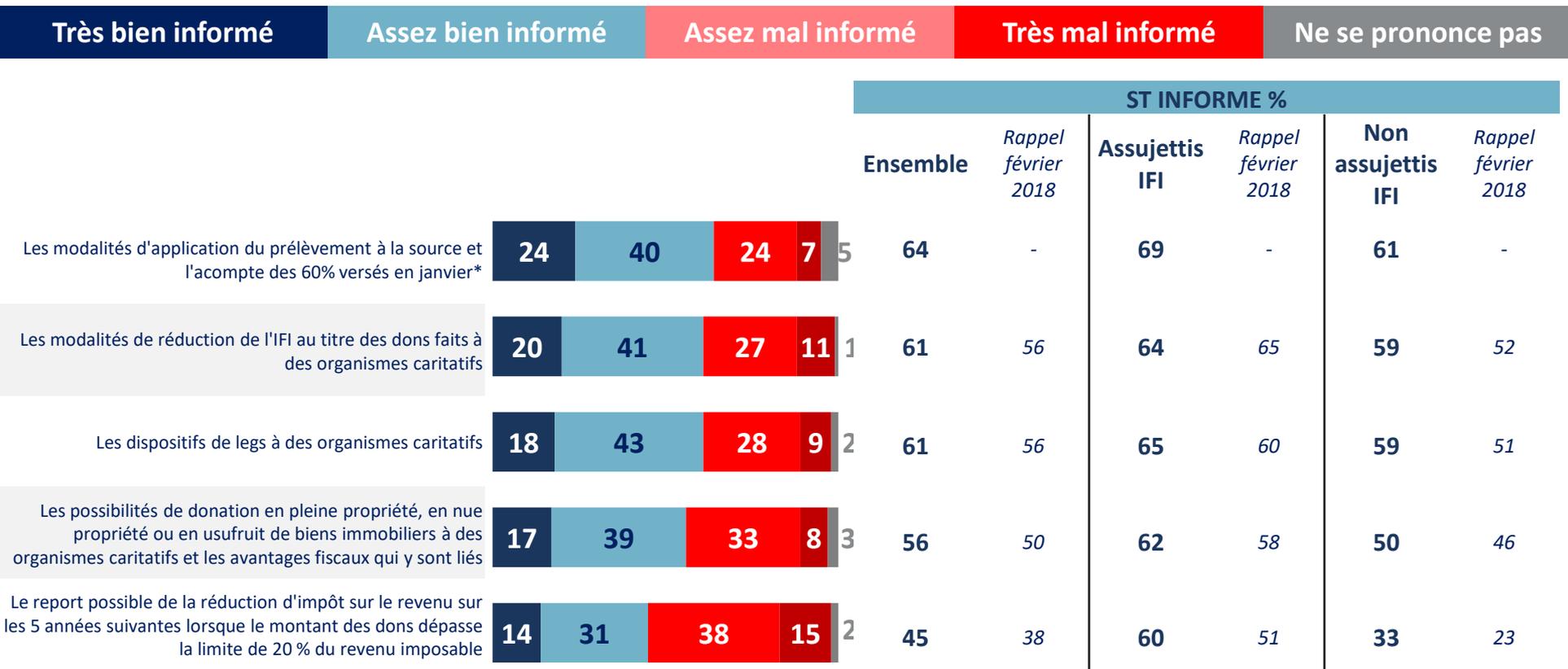
# L'information sur l'IFI progresse sensiblement par rapport à l'année dernière

Globalement, vous sentez-vous aujourd'hui bien ou mal informé sur le nouvel Impôt sur la Fortune Immobilière (règles d'imposition, placements exonérés, date d'entrée en vigueur, dispositions concernant les dons...) ? *Base : A tous*



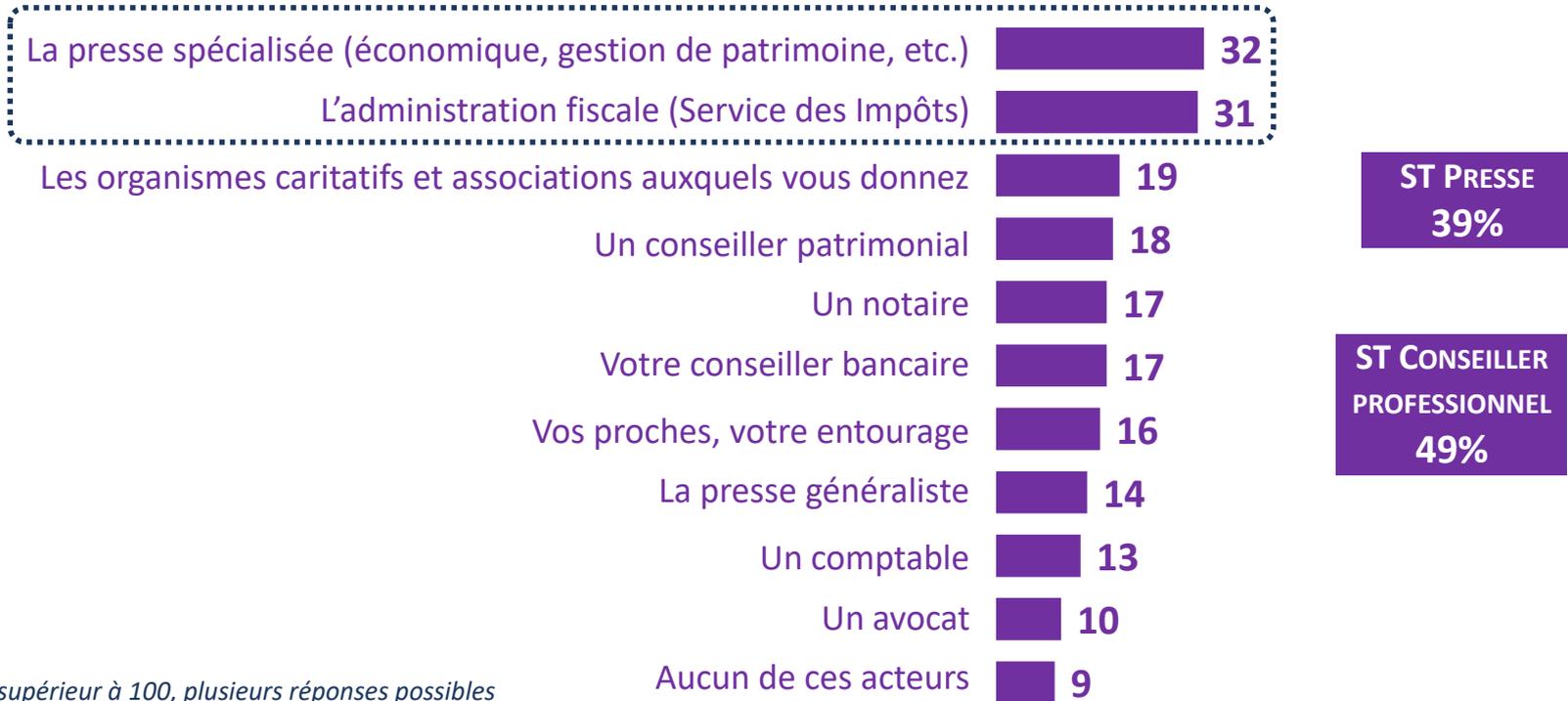
# Le sentiment d'information sur les différents dispositifs fiscaux liés aux dons progresse lui aussi sensiblement

Avez-vous le sentiment d'être **bien** ou **mal** informé sur chacun des sujets suivants ? Base : A tous



# La presse spécialisée et l'administration fiscale sont les deux principales sources d'information de ceux qui cherchent à s'informer sur les avantages fiscaux liés aux dons, donations et legs

Après de qui vous informez-vous sur les avantages fiscaux liés aux dons, donations, legs... Base : A tous



Total supérieur à 100, plusieurs réponses possibles



## Quelles perspectives pour 2019 ?

GAME CHANGERS



# Les assujettis à l'IFI sont plus nombreux à avoir l'intention de faire des dons en 2019 que les non assujettis.

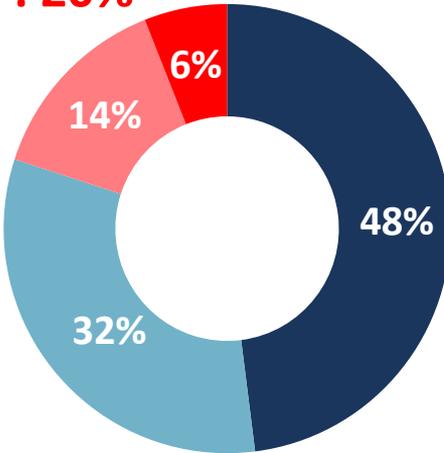
Avez-vous l'intention de faire des dons à des associations ou organismes caritatifs en 2019 ?

Base : A tous



2019

Non : 20%



Oui : 80%



OUI

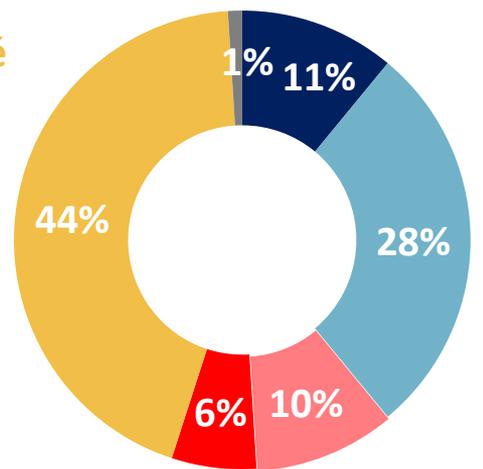
- Assujettis à l'IFI en 2018 : **89%** (+7 / 2018)
- Non assujettis à l'IFI en 2018 : **75%** (+1)

# 39% des donateurs comptent augmenter le montant consacré aux dons en 2019

Et en pensant à l'année qui vient, pensez-vous que, par rapport à l'année dernière, le montant que vous donnerez à des organismes caritatifs sera... Base : A ceux qui ont fait au moins un don au cours de la dernière année (77% de l'échantillon)

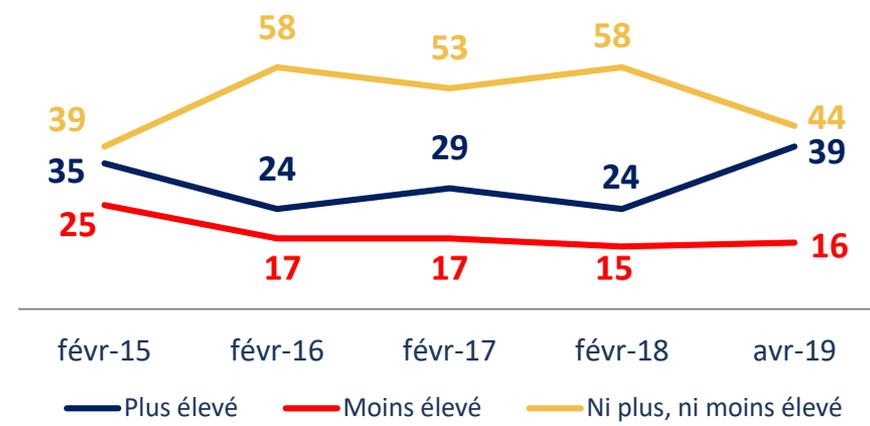


Ni plus, ni moins élevé  
44%



Plus élevé  
39%

Moins élevé  
16%



**Toutefois, la hausse envisagée par les donateurs qui souhaitent augmenter leur don, ne compense pas la baisse prévue par ceux qui souhaitent le diminuer.**

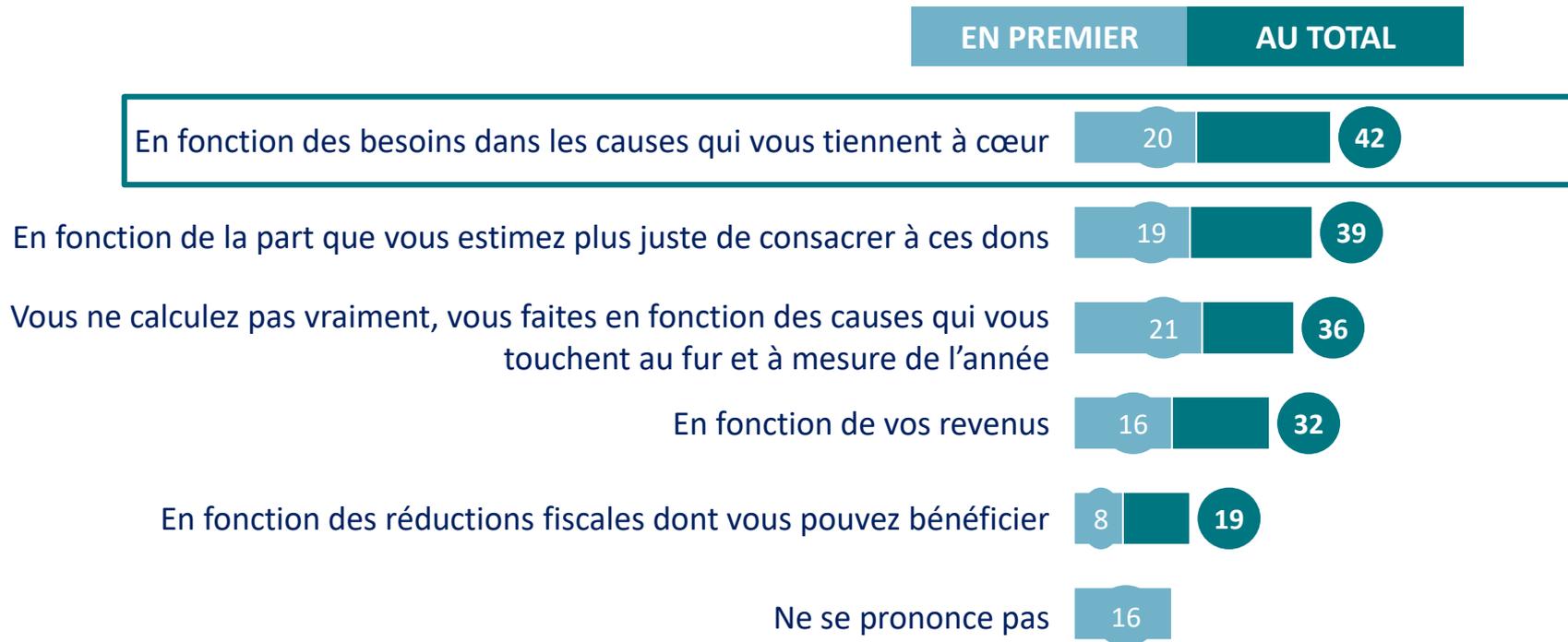
Quel montant pensez-vous consacrer à vos dons d'argent à des associations ou organismes caritatifs en 2019 ? *Base : A ceux qui ont l'intention de faire des dons d'argent à des associations ou organismes caritatifs en 2019, soit 84% de l'échantillon*

**ENSEMBLE**  
**1 944 € en moyenne**  
**(-29€ / montant donné en 2018)**



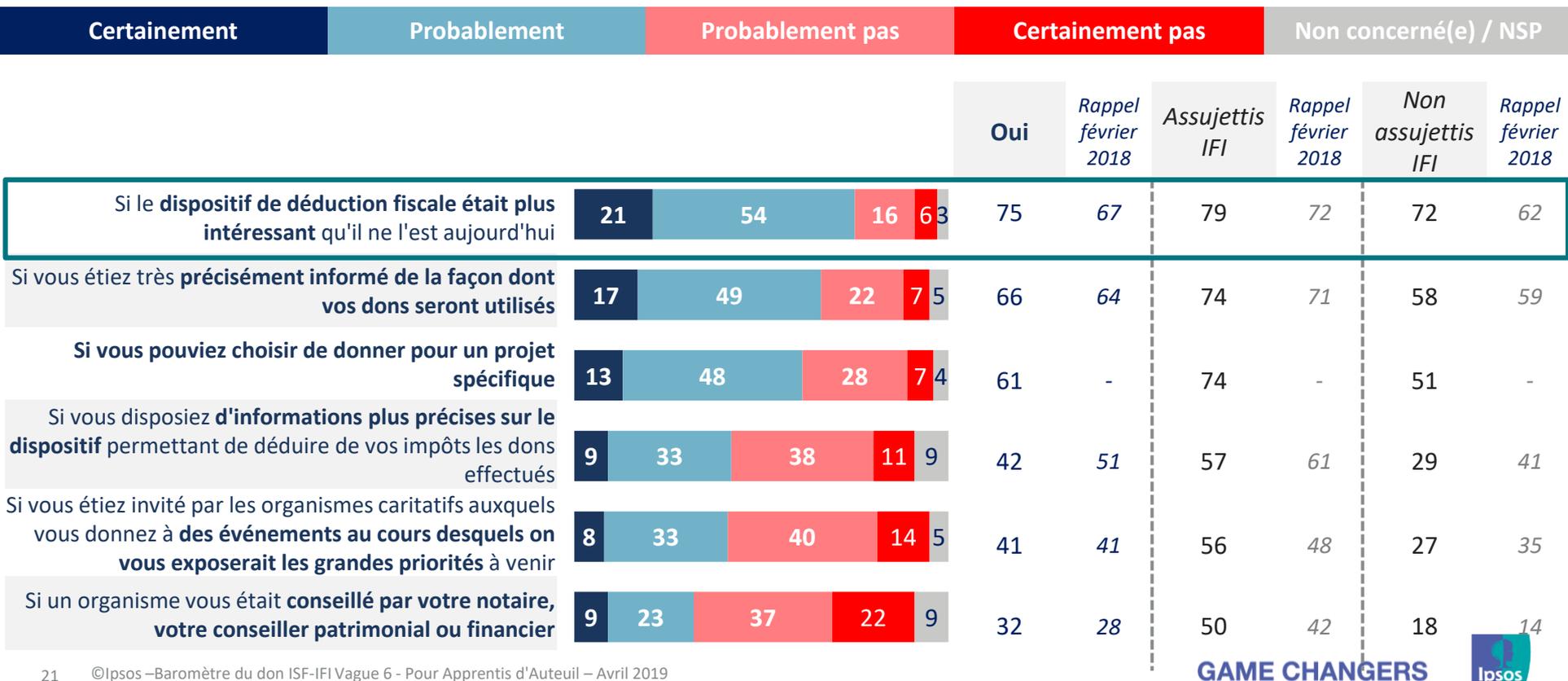
# Les réductions fiscales sont d'après eux le dernier critère utilisé pour établir le montant total de leurs dons sur une année

En général, comment établissez-vous le montant total de vos dons sur une année ? Base : A ceux qui ont l'intention de faire des dons d'argent à des associations ou organismes caritatifs en 2019, soit 80% de l'échantillon



# Des déductions fiscales plus intéressantes sont néanmoins ce qui les inciterait le plus à donner davantage.

Et pour chacune des mesures suivantes, dites-moi si elle serait susceptible de vous convaincre de faire un ou des dons plus importants que vous ne le faites aujourd'hui à des fondations ou des organismes caritatifs ? *Base : A tous*





# ANNEXES



# FIABILITÉ DES RÉSULTATS : Études auto-administrées online

La fiabilité globale d'une enquête est le résultat du contrôle de toutes les composantes d'erreurs, c'est pourquoi Ipsos impose des contrôles et des procédures strictes à toutes les phases des études.

## ☑ EN AMONT DU RECUEIL

- **Echantillon** : structure et représentativité
- **Questionnaire** : le questionnaire est rédigé en suivant un process de rédaction comprenant 12 standards obligatoires. Il est relu et validé par un niveau senior puis envoyé au client pour validation finale. La programmation (ou script du questionnaire) est testée par au moins 2 personnes puis validée.

## ☑ LORS DU RECUEIL

- **Echantillonnage** : Ipsos impose des règles d'exploitation très strictes de ses bases de tirages afin de maximiser le caractère aléatoire de la sélection de l'échantillon: tirage aléatoire, taux de sollicitation, taux de participation, abandon en cours, hors cible...
- **Suivi du terrain** : La collecte est suivie et contrôlée (lien exclusif ou

contrôle de l'adresse IP, pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses, suivi du comportement du panéliste, taux de participation, nombre de relances,...).

## ☑ EN AVAL DU RECUEIL

- Les résultats sont analysés en respectant les méthodes d'analyses statistiques (intervalle de confiance versus taille d'échantillon, tests de significativité). Les premiers résultats sont systématiquement contrôlés versus les résultats bruts issus de la collecte. La cohérence des résultats est aussi contrôlée (notamment les résultats observés versus les sources de comparaison en notre possession).
- Dans le cas d'une pondération de l'échantillon (méthode de calage sur marges), celle-ci est contrôlée par les équipes de traitement (DP) puis validée par les équipes études.



## NOS ENGAGEMENTS :

# Codes professionnels, certification qualité, conservation et protection des données

☑ Ipsos est membre des organismes professionnels français et européens des études de Marché et d'Opinion suivants :

- **SYNTEC** ([www.syntec-etudes.com](http://www.syntec-etudes.com)), Syndicat professionnel des sociétés d'études de marché en France
- **ESOMAR** ([www.esomar.org](http://www.esomar.org)), European Society for Opinion and Market Research,

☑ A ce titre, Ipsos France s'engage à appliquer **le code ICC/ESOMAR** des études de Marché et d'Opinion. Ce code définit les règles déontologiques des professionnels des études de marché et établit les mesures de protection dont bénéficient les personnes interrogées.

☑ Ipsos France s'engage à respecter l'article 29 de la Loi Informatique et Libertés du 6 janvier 1978 modifiée en 2004 et les recommandations de la **CNIL**. A ce titre, Ipsos a nommé un Correspondant Informatique et Libertés.

☑ Ipsos France est certifiée **ISO 9001: version 2008 et ISO 2052 : version 2012**. A ce titre, la durée de conservation des documents et données relatifs à l'étude sont , à moins d'un engagement contractuel spécifique , et à partir de la date d'achèvement du contrat :

- de 12 mois pour les données primaires (données sources d'enquête)
- de 24 mois pour les données secondaires (autres documents relatifs à l'étude)

☑ Ce document est élaboré dans le respect de ces normes internationales. Les éléments techniques relatifs à l'étude sont présents dans le descriptif de la méthodologie ou dans la fiche technique du rapport d'étude.

☑ Cette étude a été réalisée dans le respect de ces normes internationales

## A PROPOS D'IPSOS

---

Ipsos est le troisième Groupe mondial des études. Avec une présence effective dans 87 pays, il emploie plus de 16 000 salariés et a la capacité de conduire des programmes de recherche dans plus de 100 pays. Créé en 1975, Ipsos est contrôlé et dirigé par des professionnels des études. Ils ont construit un groupe solide autour d'un positionnement unique de multi-spécialistes – Etudes sur les Médias et l'Expression des marques, Recherche Marketing, Etudes pour le Management de la Relation Clients / Employés, Opinion et recherche sociale, Recueil de données sur mobile, internet, face à face et téléphone, traitement et mise à disposition des résultats.

Ipsos is listed on Eurolist - NYSE-Euronext. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD). ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP  
[www.ipsos.com](http://www.ipsos.com)

© 2019 IPSOS. ALL RIGHTS RESERVED.

*This document constitutes the sole and exclusive property of Ipsos. Ipsos retains all copyrights and other rights over, without limitation, Ipsos' trademarks, technologies, methodologies, analyses and know how included or arising out of this document. The addressee of this document undertakes to maintain it confidential and not to disclose all or part of its content to any third party without the prior written consent of Ipsos. The addressee undertakes to use this document solely for its own needs (and the needs of its affiliated companies as the case may be), only for the purpose of evaluating the document for services of Ipsos. No other use is permitted.*

## GAME CHANGERS

---

Chez Ipsos, nous sommes passionnément curieux des individus, des marchés, des marques et de la société.

Nous aidons nos clients à naviguer plus vite et plus aisément dans un monde en profonde mutation.

Nous leur apportons l'inspiration nécessaire à la prise de décisions stratégiques.

Nous leur délivrons sécurité, rapidité, simplicité et substance.  
Nous sommes des Game Changers

## RETROUVEZ-NOUS

---



[www.ipsos.fr](http://www.ipsos.fr)



[facebook.com/ipsos.fr](https://facebook.com/ipsos.fr)



[vimeo.com/ipsos](https://vimeo.com/ipsos)



[@IpsosFrance](https://twitter.com/IpsosFrance)

GAME CHANGERS

