

**7^{ème} baromètre e-donateurs
des usages numériques de dons (2010-2020)**

Les millennials en (première) ligne !



Méthodologie

Menée depuis 2010 par l'Agence LIMITE, spécialisée dans la communication sur les sujets d'intérêt général, auprès d'un échantillon représentatif de personnes ayant donné en ligne depuis un an, l'enquête de cette année a été menée en 2 vagues par l'Ifop :

- ✓ une première vague menée en décembre 2019 auprès d'un échantillon de 583 e-donateurs extrait d'un échantillon de 2 031 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus ;
- ✓ une seconde vague menée en avril 2020, en pleine crise du Covid-19, auprès d'un échantillon représentatif de 2029 Français (dont 601 e-donateurs).

L'étude est complétée par **l'analyse des pratiques digitales des 100 principales associations et fondations françaises** (analyse approfondie selon 30 critères : site internet, réseaux sociaux, référencement, paiements, interactions, contenus, etc.).

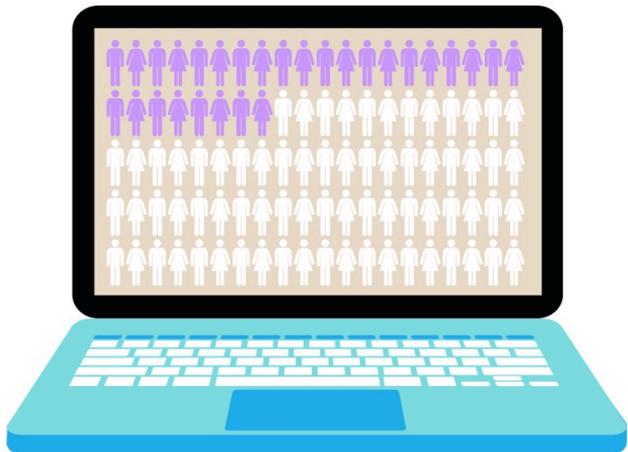
Les grands enseignements

- 1** Si le précédent baromètre e-donateurs LIMITE-IFOP mettait en évidence l'émergence des « généreux Y », l'édition de cette année – menée en décembre 2019 et en pleine crise sanitaire, met en lumière les nouvelles dynamiques de don portées par les moins de 35 ans. Mieux informés et plus connectés, **ils se mobilisent davantage pour les causes, proches et lointaines, liées à l'actualité et aux catastrophes que pour une association en tant que telle.**
- 2** Une fois n'est pas coutume, dans le cadre du Covid-19, ce sont eux qui se mobilisent plus que leurs aînés: **53% des donateurs entre 18-35 ans déclarent avoir fait un don en lien avec le Covid-19**, ce chiffre montant même à 59% chez les 18-24 ans (37% des donateurs de plus de 35 ans).
- 3** De manière générale, dans leurs pratiques de don, **nous assistons à l'explosion des cagnottes en ligne** (40% des moins de 35 ans ont participé à une cagnotte de type collecte au cours des 12 derniers mois) **et à la prescription par des pairs** (41% des moins de 35 ans déclarent avoir fait un don à l'initiative d'un proche ou d'une personnalité).



1. Le don en ligne bien installé dans le paysage caritatif

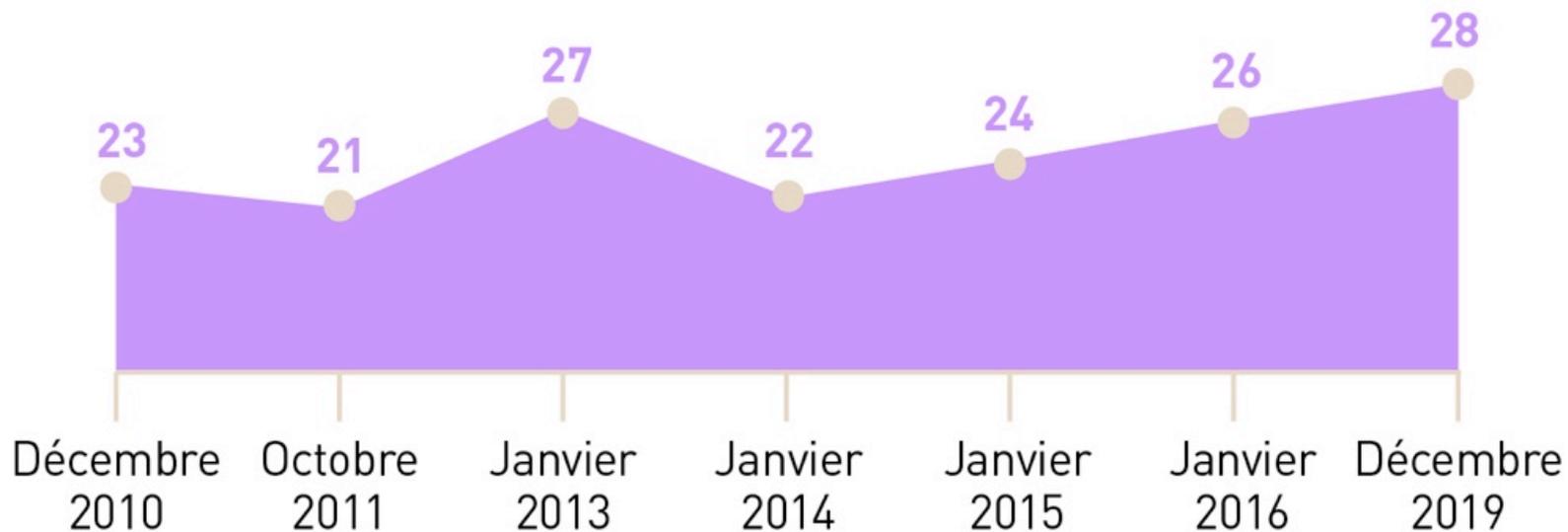
Le don en ligne bien installé dans le paysage caritatif



28%

de e-donateurs en France aujourd'hui
(+ 5 points par rapport à 2010)

Le don en ligne bien installé dans le paysage caritatif



Le don en ligne bien installé dans le paysage caritatif

« Marginal lorsque nous avons créé ce baromètre, le don en ligne (ou « e-don ») s'est, en 10 ans, installé dans les pratiques : 64% des 46% de Français qui déclarent donner à des associations le font par internet (19% exclusivement et 45% parfois par internet et parfois hors internet). Notre benchmark des présences digitales des 98 premiers acteurs caritatifs montre que ceux-ci ont su s'adapter à cette montée en puissance.

L'enjeu est à présent de répondre à leurs deux publics de donateurs (seniors et millenials), tout en préservant leur cohérence de « marque tiers de confiance » et de prouver leur utilité, face à de nouvelles causes et de nouvelles formes d'engagements. »

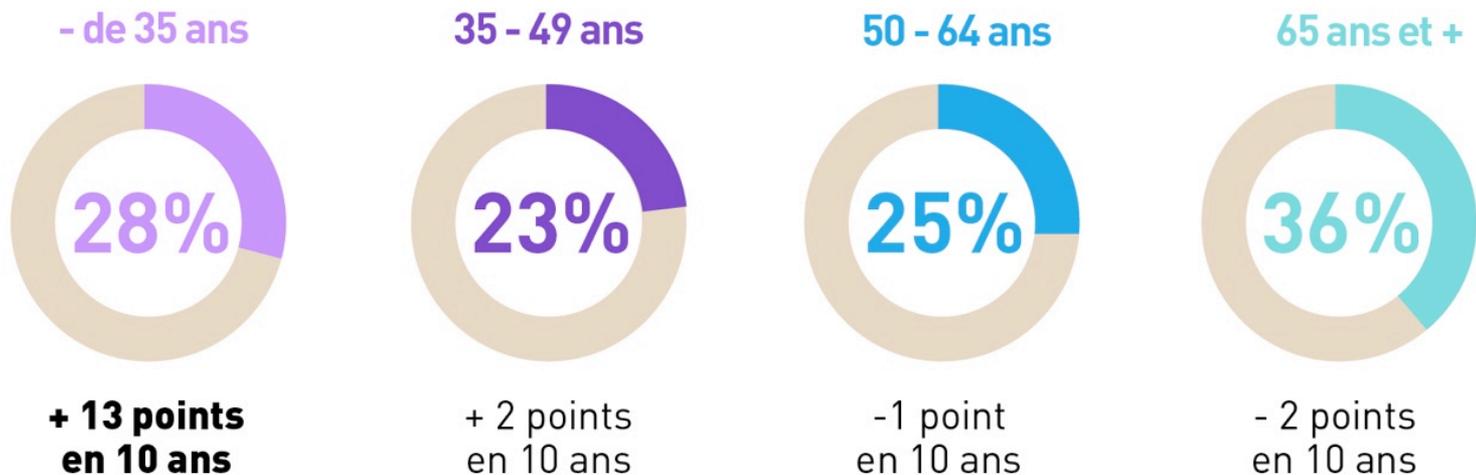
Laurent Terrisse, président de LIMITE

Les donateurs de moins de 35 ans sont de plus en plus nombreux à donner en ligne

28%

des moins de 35 ans sont des e-donateurs
(+ 13 points en 10 ans)

Ils sont pour la première fois plus nombreux que les e-donateurs entre 35-49 et entre 50-64 ans



Mais un risque de sur-sollicitation des e-donateurs auquel les associations doivent être vigilantes

59%

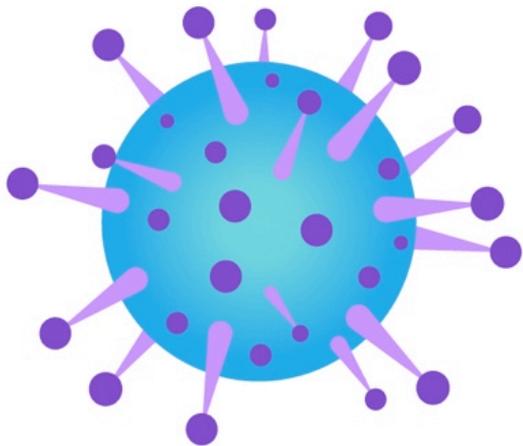
-10 points par rapport à 2016

des e-donateurs se sentent trop sollicités pour faire des dons sur Internet à des associations



2. Les jeunes donnent davantage dans le cadre du Covid-19

La mobilisation des donateurs dans le cadre de la crise du Coronavirus



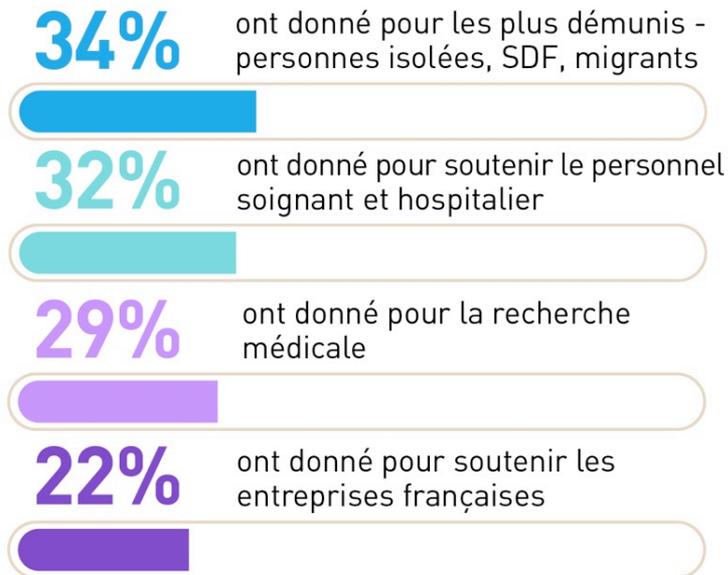
40%

des donateurs ont réalisé un don en lien avec le Covid-19 depuis le début de l'épidémie

Mais ce sont les jeunes qui se sont le plus mobilisés

53%

des donateurs de moins de 35 ans ont effectué un don dans le cadre du Covid-19



Les moins de 35 ans s'étaient déjà fortement engagés en 2019



INCENDIE DE
NOTRE-DAME

34 % pour les – 35 ans
27 % en moyenne



MARCHES POUR
LE CLIMAT

34 % pour les – 35 ans
15 % en moyenne



INCENDIES EN
AMAZONIE

34 % pour les – 35 ans
14 % en moyenne



CRISES DES
RÉFUGIÉS

29 % pour les – 35 ans
17 % en moyenne



3. Des pratiques de don spécifiques au plus jeunes

Les cagnottes en ligne explosent...

40%

des moins de 35 ans ont
participé à une collecte de
type cagnotte au cours
des 12 derniers mois
(33% sur l'ensemble de la population)

24% en soutien à une association ou
une fondation



11% en soutien à une personne (victime
de maladie, d'attentat, etc.)



9% en soutien à un mouvement (marches
pour le climat, Gilets Jaunes, etc.)



...et les associations s'adaptent



des associations utilisent
les **cagnottes** comme
moyen de collecte

A screenshot of the Facebook page for the Association ELA. The page header shows the association's name and a description: 'Fondée en 1992 par Guy ALBA, l'Association Européenne contre les Leucodystrophies (ELA) regroupe des familles qui se mobilisent pour vaincre ces maladies génétiques rares qui sécrètent la myéline (la gaine des nerfs) du système nerveux. Chaque semaine en France, 3 à 6 enfants naissent atteints de ces pathologies qui engendrent des situations de handicap très lourd et entraînent progressivement la perte de toutes les fonctions vitales : l'ouïe, la vue, la locomotion.' Below this, there is a section titled 'NOS CHALLENGES' with two entries: 'Course des Héros Paris 2020' (21 juin 2020) with 13 collecteurs and 'Course des Héros Nantes 2020' (5 juillet 2020) with 3 collecteurs. On the right side, there is a sidebar with '4 843' supporters, a 'COMMENCER MA COLLECTE' button, and a 'FAIRE UN DON' button with social media icons for Messenger, Facebook, and Twitter.

A screenshot of a Facebook fundraising post. The post is titled 'Collecte anniversaire pour WWF' and is a 'Collecte de fonds pour WWF-France' by Marine Rougier. It features a photo of an elephant. The post includes a 'Faire un don' button, 'Inviter' and 'Partager' buttons, and a progress bar showing '85 € / 80 € collectés'. The text below the progress bar says 'Collecte terminée' and 'Marine a atteint l'objectif pour son anniversaire ! Merci à tous ceux qui ont participé.'

Le don a l'initiative d'un proche ou d'une personnalité se développe

41%

des e-donateurs de moins de 35 ans déclarent être passés à l'acte à l'initiative de quelqu'un (31% chez les plus de 35 ans)

Une multitude de nouveaux modes de don en ligne émergent

MICRODON

53% des associations
le proposent

29% des e-donateurs
y ont recours

(+12 points vs 2016)

34% chez les moins
de 35 ans

DON PAR SMS

41% des associations
le proposent

16% des e-donateurs
y ont recours

(+5 points vs 2016)

20% chez les moins
de 35 ans

CROWDFUNDING

14% des e-donateurs
y ont recours

19% chez les moins
de 35 ans

Des usages numériques spécifiques aux jeunes

**DON VIA UNE
PLATEFORME
SOCIALE**

30% des moins de 35 ans
vs. 8% des 35 ans et plus

**DON VIA UN
TÉLÉPHONE
PORTABLE**

42% des moins de 35 ans
vs. 12% des 35 ans et plus

**OUVERTURE D'UNE
PAGE PERSONNELLE
DE COLLECTE**

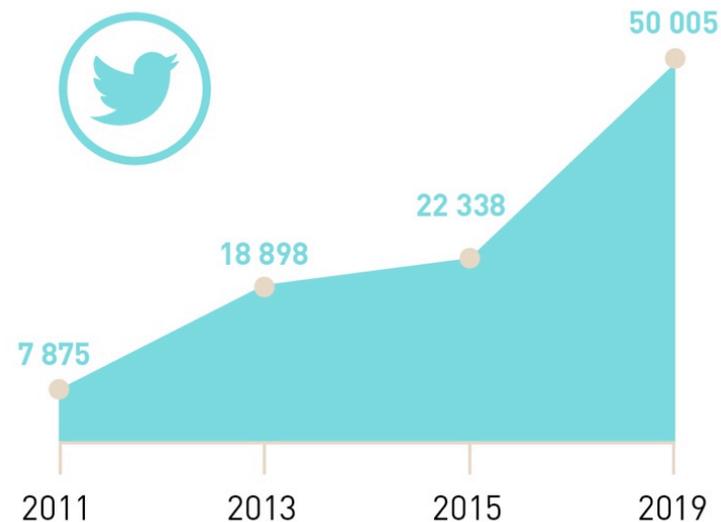
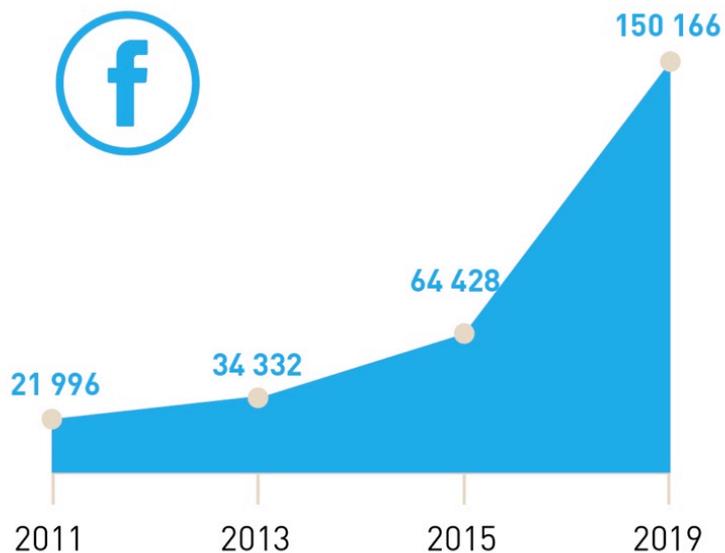
32% des moins de 35 ans
vs. 12% des 35 ans et plus





4. La place croissante des réseaux sociaux

Depuis 2010, les associations ont doublé leurs audiences sur leurs réseaux sociaux existants



L'essor d'Instagram



83% des associations
ont un compte Instagram

17 800

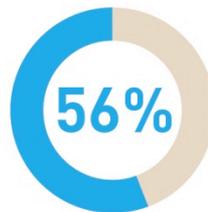
abonnés en
moyenne

Des usages numériques spécifiques aux jeunes

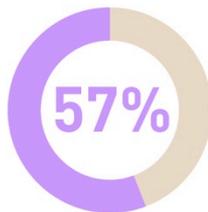
30%

des e-donateurs de moins de 35 ans déclarent avoir fait un don sur une plateforme social
(vs. 8% pour les + 35 ans)

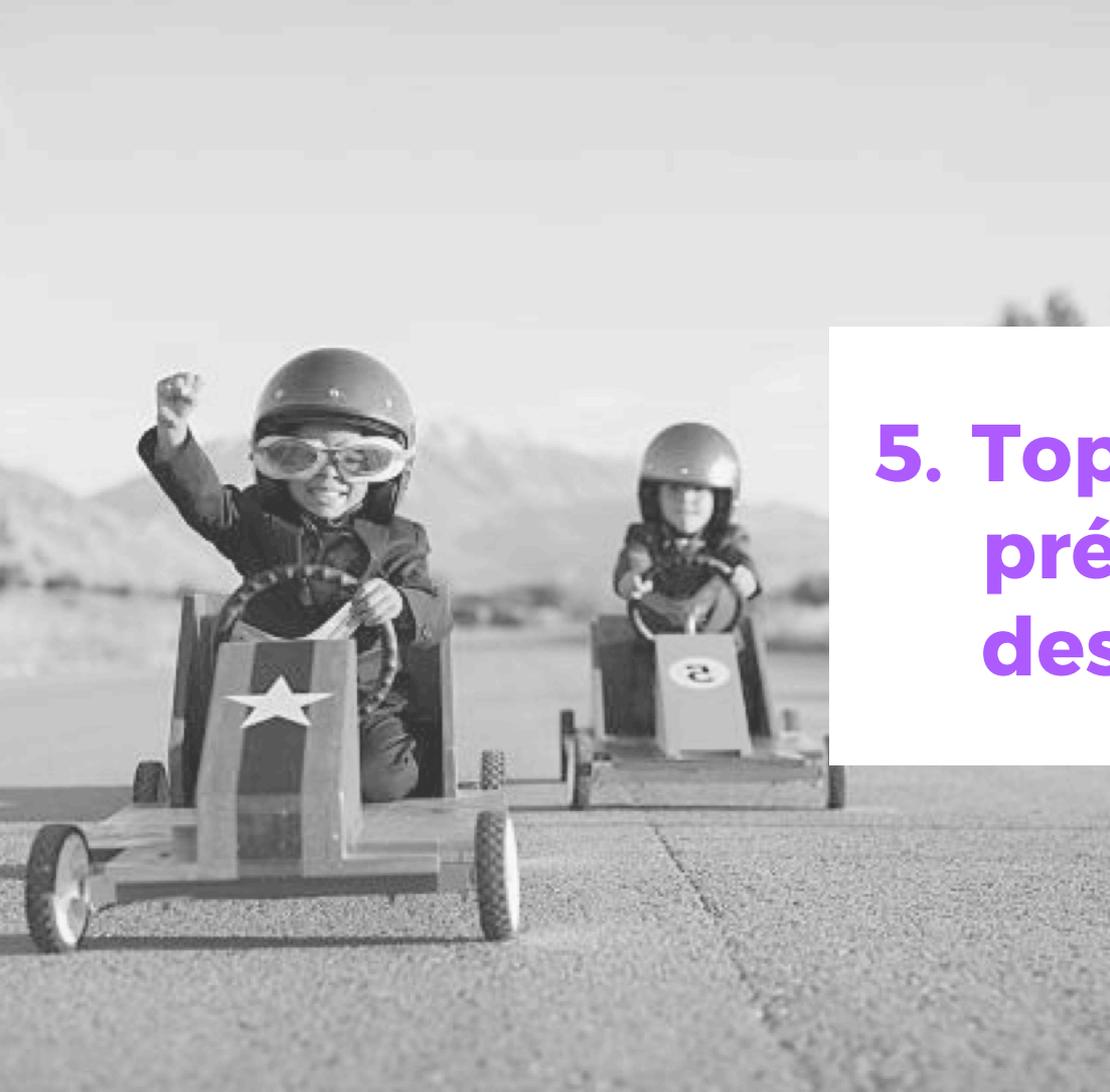
Pourtant seulement :



des associations ont un bouton de don sur Facebook



des associations ont un bouton de don sur Instagram



5. Top 10 de la présence digitale des associations

Top 10 de la présence digitale des associations

1. Les Restos du Cœur = **18,9/20** (+12 places par rapport à 2016)
2. Croix-Rouge française = **18,6/20** (+1)
2. Unicef France = **18,6/20** (-1)
4. Société Protectrice des Animaux (SPA) = **18/20** (+47)
4. Action contre la faim = **18/20** (-2)
6. Fondation Abbé Pierre = **17,7/20** (+7)
6. Secours populaire français = **17,7/20** (+7)
8. Médecins du Monde = **17,5/20** (+49)
9. Ligue nationale contre le cancer = **17,2/20** (-1)
9. Mécénat Chirurgie Cardiaque = **17,2/20** (+40)

Moyenne totale
des associations :

13,2/20



NOUS CONTACTER

Miguel de Oliveira – Directeur de clientèle associé

miguel.deoliveira@agence-limite.fr

06 89 97 00 10

RETROUVEZ-NOUS SUR WWW.AGENCE-LIMITE.FR ET SUR TWITTER @AGENCELIMITE