CRISE SANITAIRE, GUERRE EN UKRAINE, BAISSE DU POUVOIR D'ACHAT : QUELS IMPACTS SUR LA GÉNÉROSITÉ DES FRANÇAIS ?

VOS CONTACTS IPSOS FRANCE

Etienne Mercier
etienne.mercier@ipsos.com

Amandine Lama
amandine.lama@ipsos.com

Salomé Quétier-Parent
salome.quetierparent@ipsos.com

Athénaïs Plé
athenais.ple@ipsos.com

APPRENTIS D'AUTEUIL

3ème edition – 12 mai 2022

Ipsos

Fiche technique

ÉCHANTILLONS

1 000 personnes représentatives de la population nationale âgée de 18 ans et plus

500 personnes dont le revenu annuel net du foyer est supérieur à 120 000 €

DATES DE TERRAIN

24 mars au 4 avril 2022

MÉTHODOLOGIE

Échantillon interrogé via l'Access panel Ipsos.

Méthode des quotas pour l'échantillon grand public: sexe, âge, profession de la personne interrogée, région et catégorie d'agglomération.

Enquête réalisée pour

Note de lecture : tous les résultats sont exprimés en pourcentage (%)

Ce rapport a été élaboré dans le respect de la norme internationale ISO 20252 « Etudes de marché, études sociales et d'opinion ».
Ce rapport a été relu par Amandine Lama, Directrice de Clientèle (Ipsos Public Affairs).

PARTIE 1

LES DONS AU COURS DE L'ANNÉE 2021

Le nombre de donateurs reste assez stable par rapport à 2021 et leur profil rajeunit

Questions : « Au cours de l'année 2021, combien de fois vous est-il arrivé de faire un don d'argent à une fondation ou à un organisme caritatif ? » / « Au cours de l'année 2021, à combien de fondations ou d'organismes caritatifs avez-vous fait des dons ? » Questions numériques ouvertes (base : Ensemble)

Ensemble des Français

48% ONT RÉALISÉ AU MOINS UN DON EN 2021

(24% à un organisme, 24% à plusieurs organismes)

- 61% des cadres supérieurs (-6)
- 42% d'ouvriers et employés (+4)
- 57% des Franciliens (-3)
- 55% des séniors (65 ans et plus) (-12)
- 52% des jeunes (moins de 35 ans) (+10)

RAPPELS % AU MOINS UN DON …

… EN 2019	… EN 2020	… EN 2021
51	49	48
Mesuré en 2020	*Mesuré en 2021*	*Mesuré en 2022*

Focus Hauts revenus

80% ONT RÉALISÉ AU MOINS UN DON EN 2021

(16% à un organisme, 34% à 2 ou 3 organismes, 30% à plus de 3 organismes)

RAPPELS % AU MOINS UN DON …

… EN 2019	… EN 2020	… EN 2021
77	77	80
Mesuré en 2020	*Mesuré en 2021*	*Mesuré en 2022*

En revanche, le montant moyen des dons diminue nettement en 2021, que ce soit chez l'ensemble des donateurs ou chez les hauts revenus, après la vague de solidarité record de 2020, en pleine crise sanitaire

Question : «Quel est le montant global de l'ensemble des dons que vous avez faits en 2021 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 donné au moins une fois en 2021 : 48% de l'échantillon pour l'ensemble des Français et 80% de l'échantillon hauts revenus)

Ensemble des Français
donateurs en 2021

Focus Hauts revenus
donateurs en 2021

	Ensemble des Français donateurs en 2021	Rappels : vague 2021 pour donateurs 2020	Rappels : vague 2020 pour donateurs 2019	Focus Hauts revenus donateurs en 2021	Rappels : vague 2021 pour donateurs 2020	Rappels : vague 2020 pour donateurs 2019
100€ ou moins	65 ↗	53	48	19 ↗	16	7
101 à 250 €	19	19	23	12	11	9
251 à 500 €	8 ↘	14	17	17	15	10
501 à 1000 €	5 ↘	8	7	12 ↘	15	9
Plus de 1000 €	3 ↘	6	5	40 ↘	43	65

274 €
en moyenne

- Cadres supérieurs : 420 €
- Retraités : 338 €
- Franciliens : 519 €

RAPPEL MONTANT MOYEN DES DONS

… EN 2019 (Mesuré en 2020)	… EN 2020 (Mesuré en 2021)	… EN 2021 (Mesuré en 2022)
€300	€395	€274

2 191 €
en moyenne

RAPPEL MONTANT MOYEN DES DONS

… EN 2019 (Mesuré en 2020)	… EN 2020 (Mesuré en 2021)	… EN 2021 (Mesuré en 2022)
€2 140	€2 463	€2 191

PARTIE 2

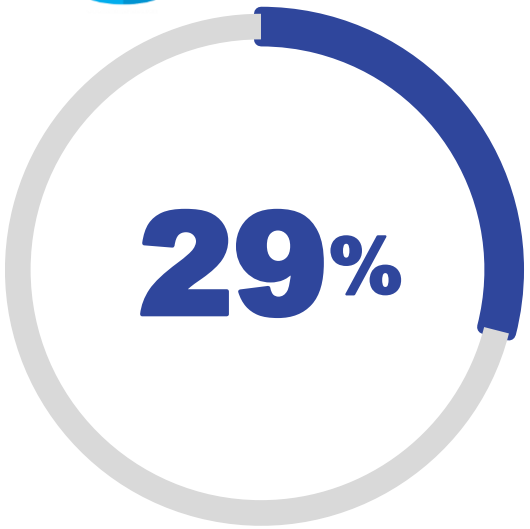
DONS AU COURS DE L'ANNÉE 2022

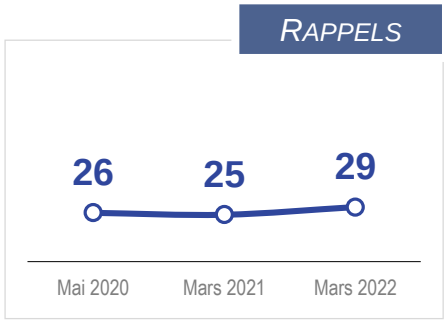
Sur le premier trimestre 2022, la part de donateurs est en hausse par rapport à la même période en 2021

Question : « Depuis le début de l'année 2022, avez-vous déjà fait des dons d'argent à des associations ou organismes caritatifs ? »
(base: Ensemble)

% Oui

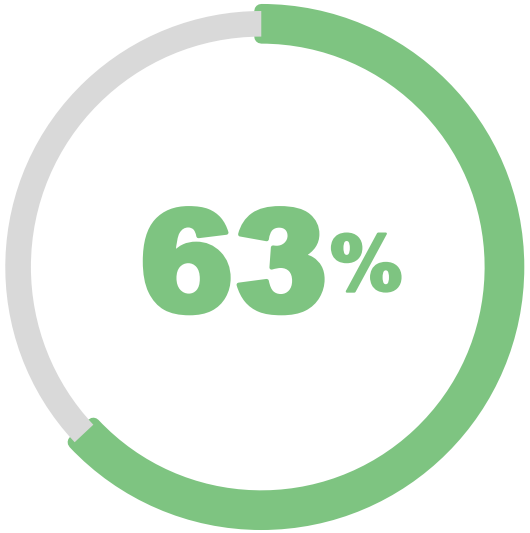
Ensemble des Français

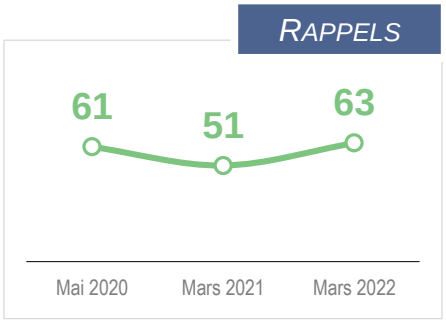




- 37% des cadres supérieurs
- 37% des Franciliens
- 34% des jeunes (moins de 35 ans)

Focus Hauts revenus





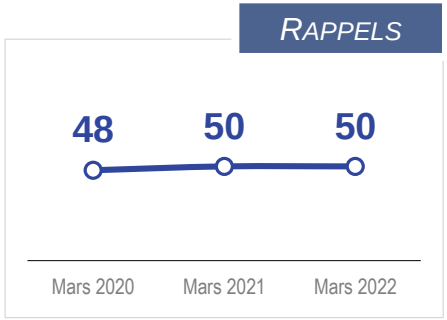
Quant aux intentions de dons pour le reste de l'année, elles sont stables pour le grand public et en hausse pour les hauts revenus

Question : « Et à partir d'aujourd'hui et jusqu'à la fin de l'année 2022, avez-vous l'intention de faire des dons d'argent à des associations ou organismes caritatifs ? »
(base: Ensemble)

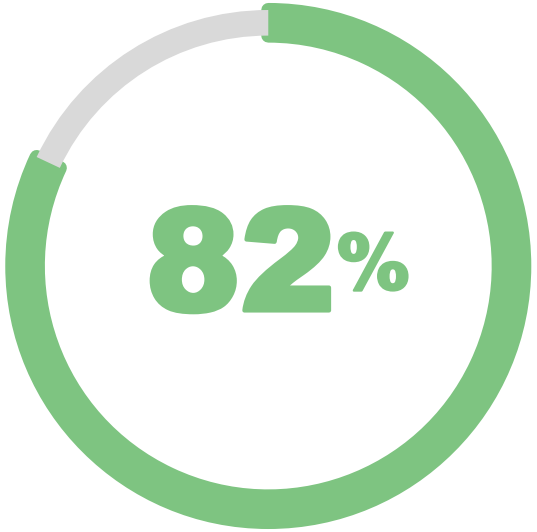
% Oui

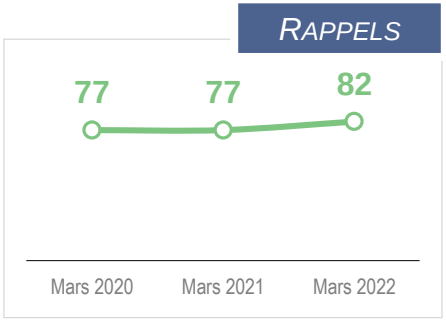
Ensemble des Français

- 66% des cadres supérieurs
- 58% des Franciliens
- 55% des jeunes (moins de 35 ans)



Focus Hauts revenus

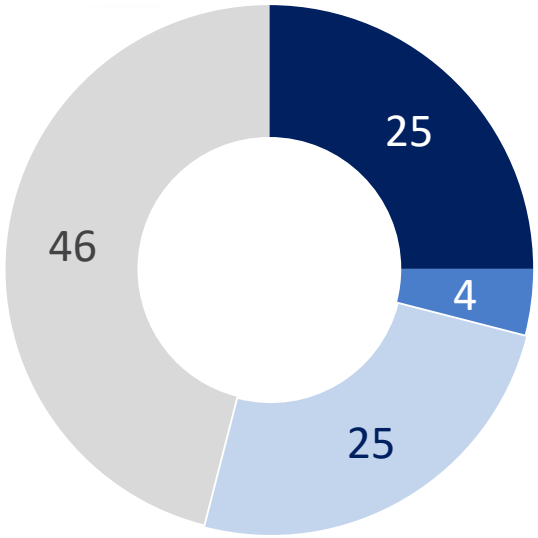




In fine, la majorité des Français (stable vs 2021) et 84% des hauts revenus (+3 points) ont donné ou projettent de donner en 2022

Questions : « Depuis le début de l'année 2022, avez-vous déjà fait des dons d'argent à des associations ou organismes caritatifs ? » / « Et à partir d'aujourd'hui et jusqu'à la fin de l'année 2022, avez-vous l'intention de faire des dons d'argent à des associations ou organismes caritatifs ? »
(base: Ensemble)

Ensemble des Français



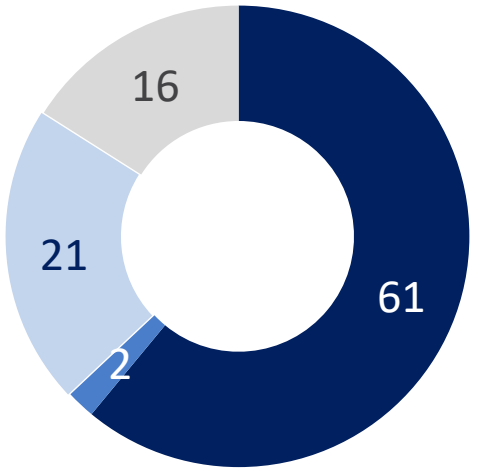
54%

déclarent qu'il ont donné ou vont donner en 2022

54% en déclaraient autant pour 2021 *(Chiffre de la vague 2021)*

Mais finalement
48% déclarent avoir effectivement donné en 2021

Focus Hauts revenus



84%

déclarent qu'il ont donné ou vont donner en 2022

81% en déclaraient autant pour 2021 *(Chiffre de la vague 2021)*

Mais finalement
80% déclarent avoir effectivement donné en 2021

DON AU 1ER ET 2ND SEMESTRE 2022	DON AU 1ER SEMESTRE UNIQUEMENT	DON AU 2ND SEMESTRE UNIQUEMENT	NE VA PAS DONNER

Attention toutefois, la part de personnes ayant l'intention de donner au cours de l'année est toujours légèrement plus élevée que la part de donateurs effective en fin d'année

HISTORIQUE DES INTENTIONS DE DONS VS DONS RÉALISÉS

Ensemble des Français

Focus Hauts revenus

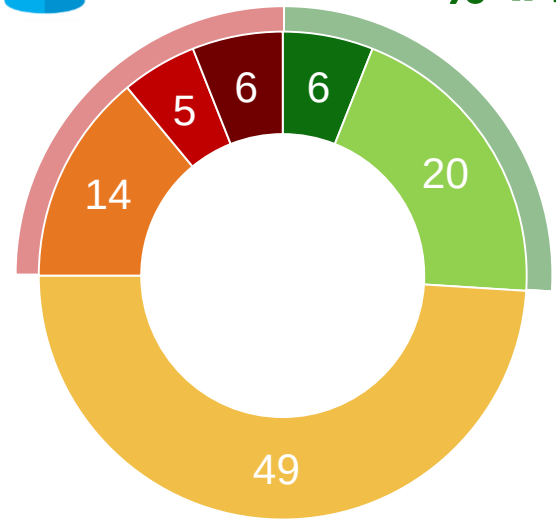
	… intention de dons (mesuré en début d'année pour l'année en cours)	… dons réalisés (mesuré rétrospectivement)	… intention de dons (mesuré en début d'année pour l'année en cours)	… dons réalisés (mesuré rétrospectivement)
2019	-	**51%**	-	**77%**
2020	**51%**	**49%**	**82%**	**77%**
2021	**54%**	**48%**	**81%**	**80%**
2022	**54%**	-	**84%**	

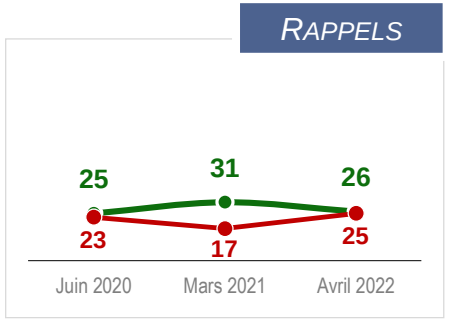
Si la majorité des donateurs avec des hauts revenus prévoient de donner des montants plus élevés en 2022 qu'en 2021, les donateurs « moyens » sont bien plus partagés

Question : « Et en pensant à l'année 2022, pensez-vous que, par rapport à l'année dernière, le montant que vous donnerez à des organismes caritatifs sera… »
(base: A ceux qui ont donné au moins une fois en 2021 : 48% de l'échantillon pour l'ensemble des Français et 80% de l'échantillon hauts revenus))

Ensemble des Français
donateurs en 2021

% « PLUS ÉLEVÉS » : 26

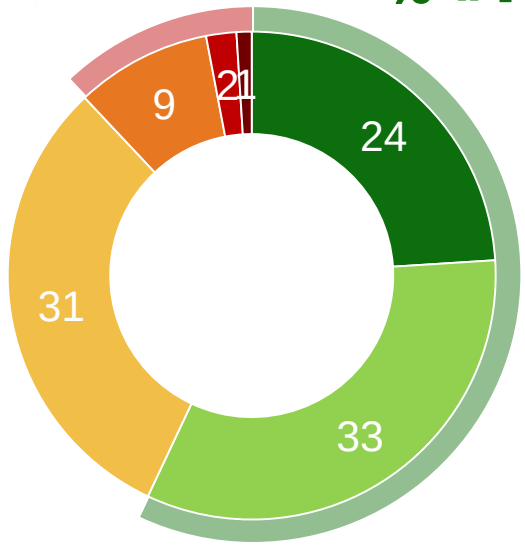


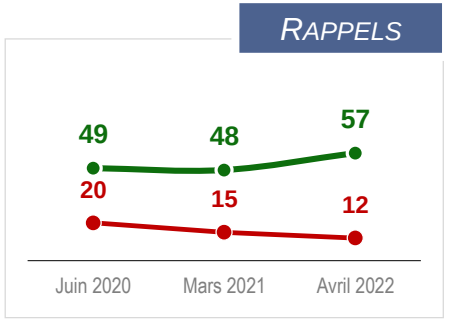


% « MOINS ÉLEVÉS » : 25

Focus Hauts revenus
donateurs en 2021

% « PLUS ÉLEVÉS » : 57





% « MOINS ÉLEVÉS » : 12

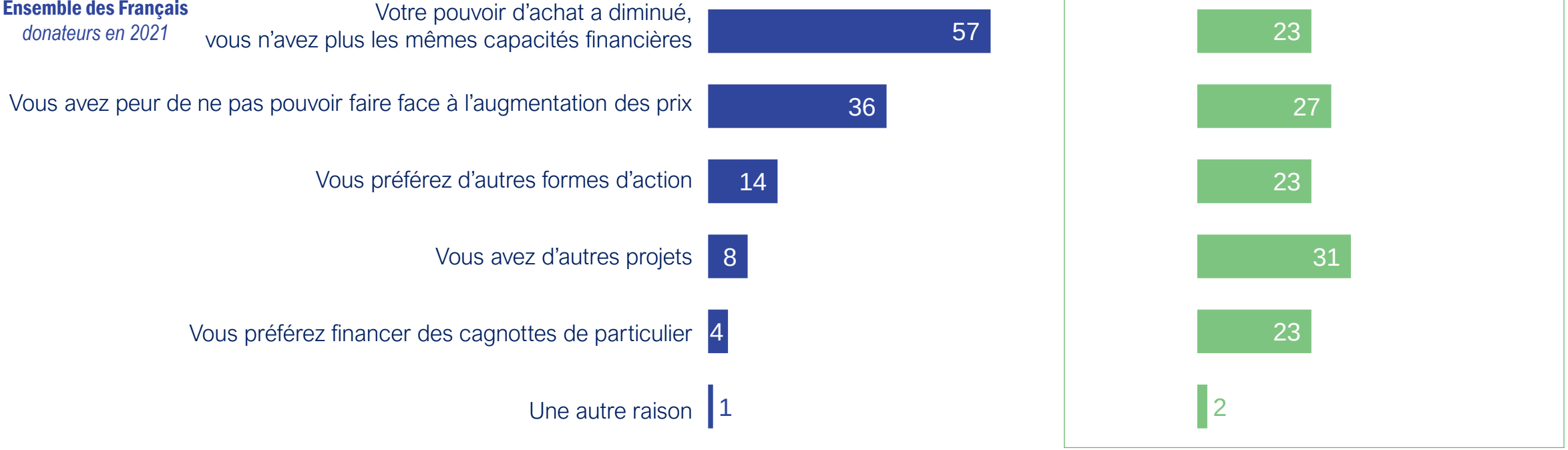
BEAUCOUP PLUS ÉLEVÉ	UN PEU PLUS ÉLEVÉ	NI PLUS NI MOINS ÉLEVÉ	UN PEU MOINS ÉLEVÉ	BEAUCOUP MOINS ÉLEVÉ	VOUS NE PENSEZ PAS REFAIRE UN DON

… ce qu'ils justifient principalement par la baisse de leur pouvoir d'achat et la peur de l'inflation

Question : « Quelles raisons parmi les suivantes expliquent-elles le mieux que vous pensiez donner moins cette année ? »
(base: A ceux qui déclarent qu'ils donneront moins cette année : 25% des donateurs de l'échantillon grand public, 12% des donateurs de l'échantillon des hauts revenus)

Ensemble des Français
donateurs en 2021

Focus Hauts revenus



PARTIE 3

LES PRINCIPALES CAUSES POUR LESQUELLES LES FRANÇAIS SOUHAITENT DONNER EN 2022

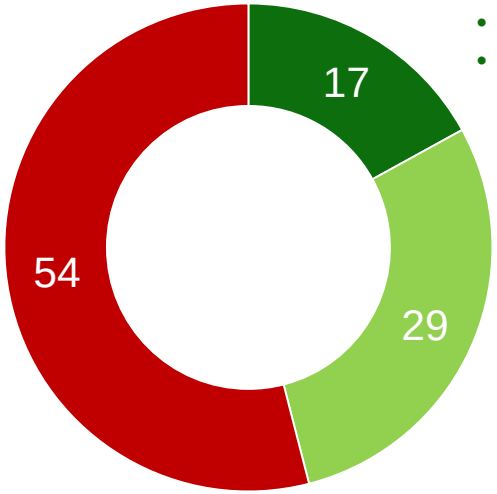
Près d'un Français sur deux a fait ou souhaite faire un don pour aider les réfugiés ukrainiens ou les victimes du conflit ; et parmi les hauts revenus, près de la moitié en a déjà fait un

Question : « Avez-vous effectué un don en euros pour aider les réfugiés ukrainiens ou les victimes du conflit ? »
(base: Ensemble)

Ensemble des Français

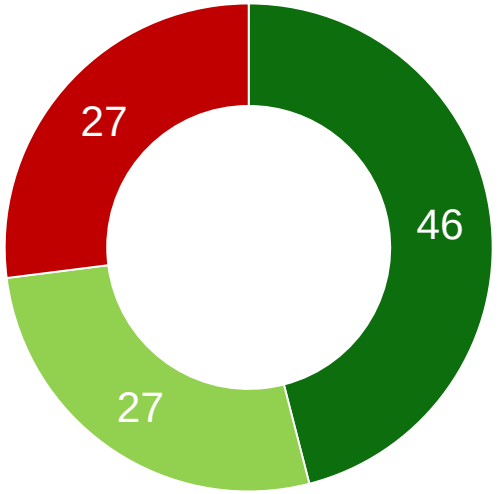
% « OUI OU VA CERTAINEMENT DONNER EN 2022 » : 46

- 64% des donateurs en 2021
- 53% des séniors (65 ans et plus)



Focus Hauts revenus

% « OUI OU VA CERTAINEMENT DONNER EN 2022 » : 73

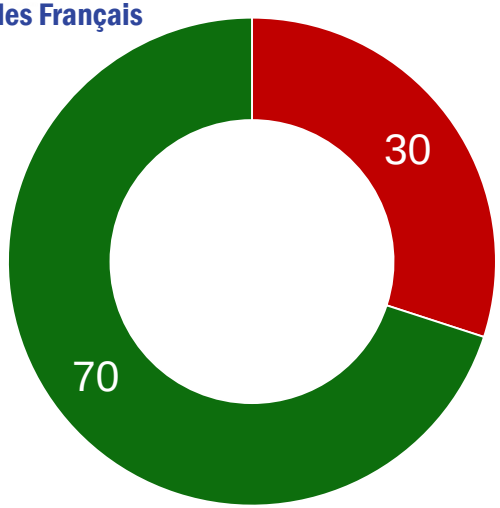


OUI, JE L'AI DÉJÀ FAIT | NON, MAIS JE VAIS CERTAINEMENT LE FAIRE D'ICI LA FIN D'ANNÉE 2022 | NON, ET JE NE PENSE PAS LE FAIRE

… Des dons qui pourraient pousser une partie significative de la population à donner moins que d'habitude pour les autres causes (14% des Français et 32% des hauts revenus)

Question : « Compte tenu de ce ou ces dons pour l'Ukraine, vous pensez donner moins en 2022 pour les autres causes par rapport à ce que vous faisiez précédemment ? »
(base: A ceux qui ont fait un don ou vont faire un don pour l'Ukraine : 46% de l'échantillon pour l'ensemble des Français, 73% de l'échantillon hauts revenus)

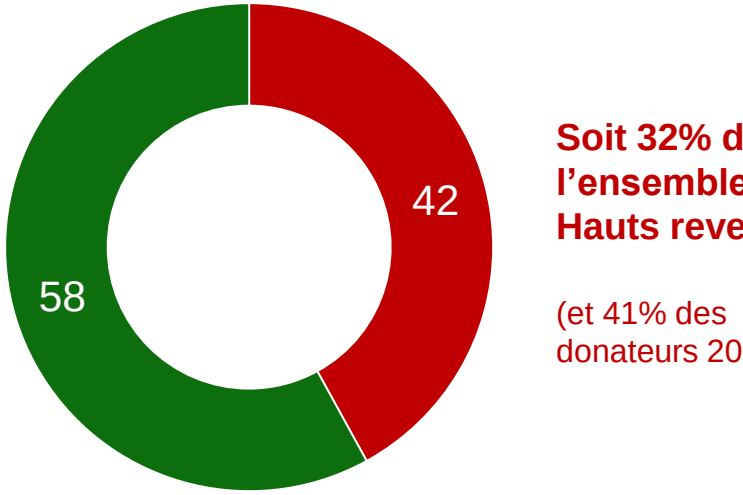
Ensemble des Français



Soit 14% de l'ensemble des Français

(et 20% pour l'ensemble des donateurs 2021)

Focus Hauts revenus



Soit 32% de l'ensemble des Hauts revenus

(et 41% des donateurs 2021)

OUI, JE PENSE DONNER MOINS QUE D'HABITUDE POUR LES AUTRES CAUSES

NON, CELA NE CHANGERA RIEN

La santé et la recherche médicale restent en tête des causes pour lesquelles Français souhaitent donner, devant l'aide aux personnes démunies et les situations d'urgence ; l'enfance, la jeunesse et l'éducation arrivent en 5ème place (3ème pour les hauts revenus)

Question : « Pour quelles causes parmi les suivantes comptez-vous donner en 2022 ? »
(base: Ensemble)

Ensemble des Français

Focus Hauts revenus

	Ensemble des Français	Rappels vague 2021	Rappels vague 2020	Focus Hauts revenus	Rappels vague 2021	Rappels vague 2020
La santé, la recherche médicale	32	34	39	45	42	48
L'aide aux personnes démunies	27	36	27	38	43	38
Si cela se présente, les situations d'urgence* *(catastrophes naturelles, conflits, réfugiés…)*	27	-	-	31	-	-
La défense des animaux	20	25	23	33	25	29
L'enfance, la jeunesse et l'éducation	17	24	20*	37	40	34*
Le handicap	16	19	14	32	27	22
L'environnement	14	22	27	29	27	28
Les personnes âgées	11	14	13	23	19	20
La culture / Le patrimoine	10	14	12	26	27	28
La défense des droits de l'Homme	10	10	10	19	18	18
Un autre domaine	13	14	14	9	8	7

Total supérieur à 100, plusieurs réponses possibles

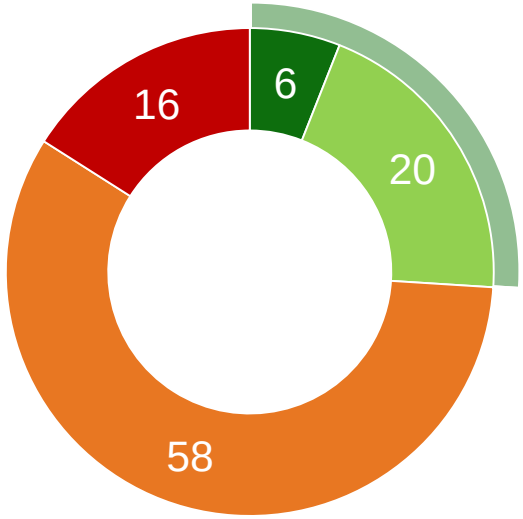
**Nouvel item*
En raison de l'ajout d'un nouvel item dans la liste, les évolutions sont à interpréter avec précaution.

D'ailleurs trois quarts des Français estiment que la question de l'avenir de la jeunesse n'est pas suffisamment abordée dans le débat politique actuel

Question : « Pensez-vous que la question de l'avenir de la jeunesse est suffisamment abordée dans le débat politique actuel ? »
(base: Ensemble)

Ensemble des Français

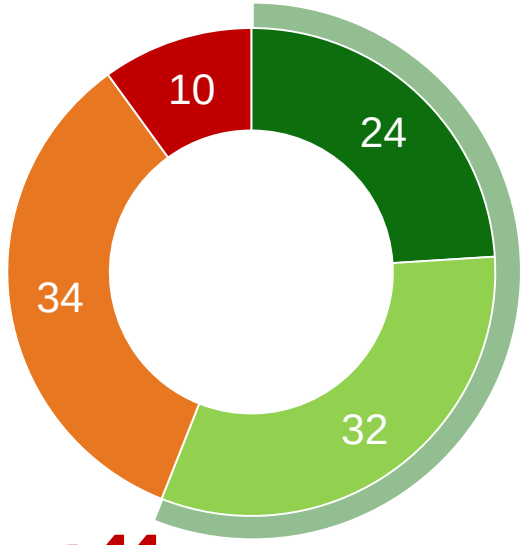
% « Oui » : 26



% « Non » : 74

Focus Hauts revenus

% « Oui » : 56

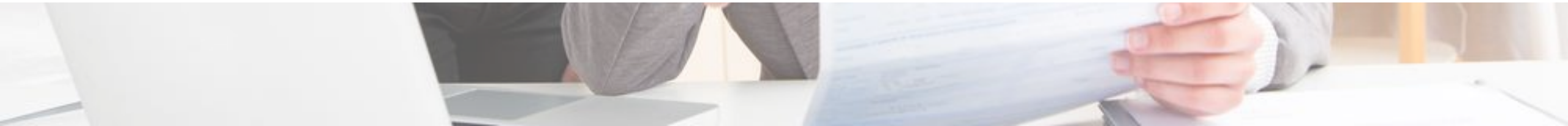


% « Non » : 44

Oui, tout à fait	Oui, plutôt	Non, plutôt pas	Non, pas du tout

PARTIE 4

NIVEAU D'INFORMATION SUR LES AVANTAGES FISCAUX



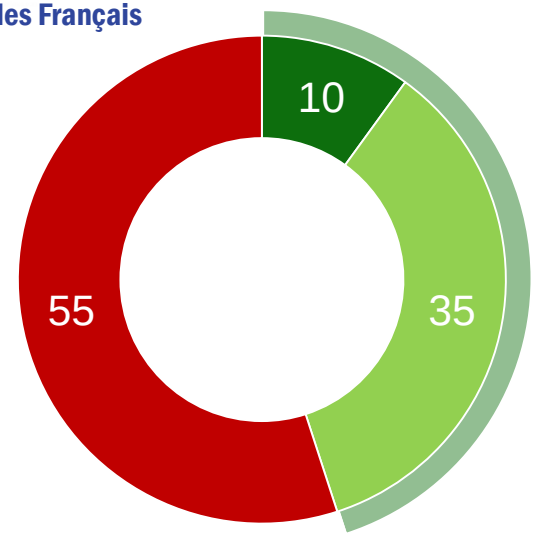
La connaissance de l'élévation du plafond de déduction des dons progresse, de même que son impact sur le montant des dons

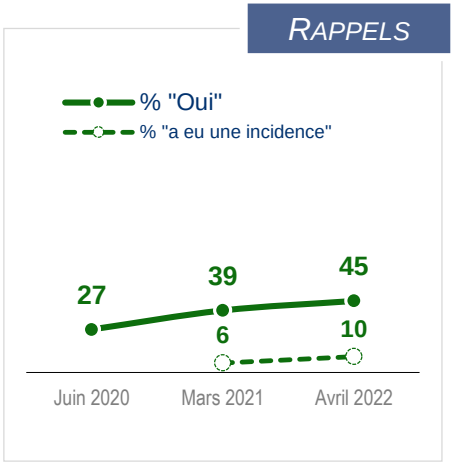
Question : « Le plafond de déduction des dons aux associations permettant de bénéficier d'une déduction de 75% sur son impôt sur le revenu est passé de 552 € à 1000 € depuis 2020. Le saviez-vous ? »
(base: Ensemble)

Ensemble des Français

% « Oui » : 45

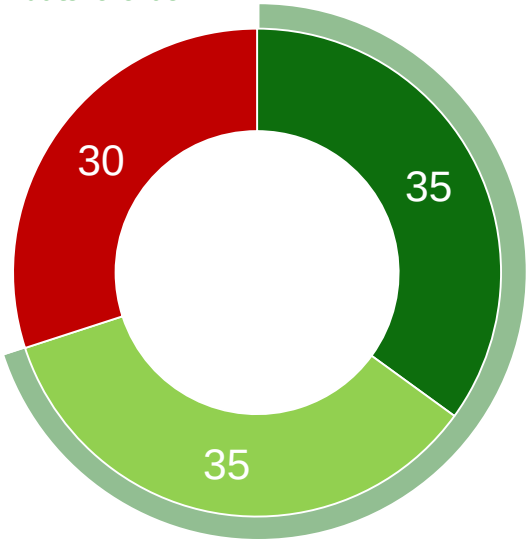
- 57% des donateurs
- 60% des séniors (65 ans et plus)

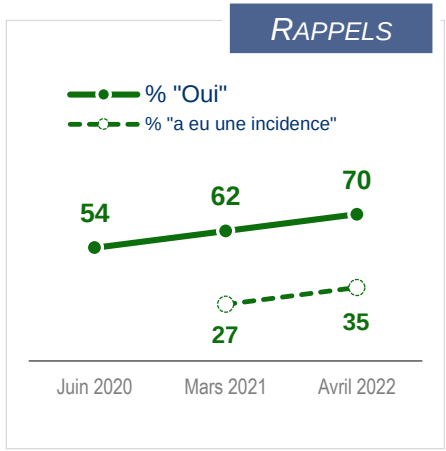




Focus Hauts revenus

% « Oui » : 70



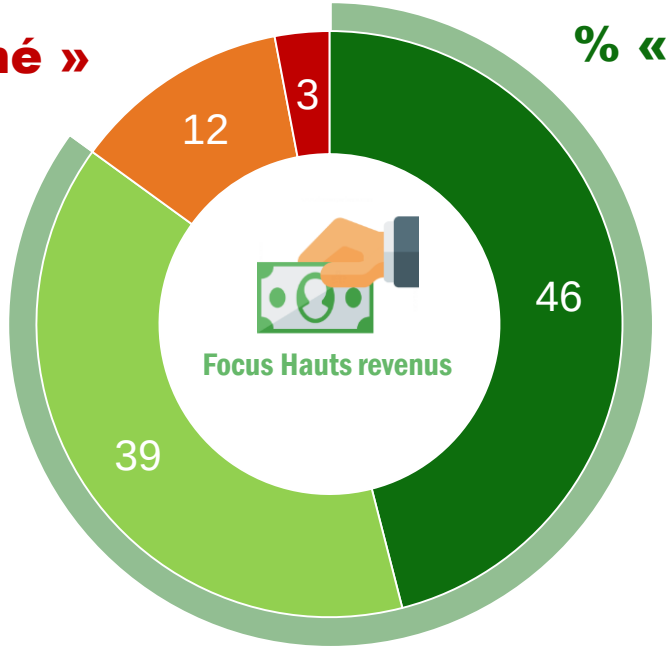


OUI, ET CETTE AUGMENTATION A EU UNE INCIDENCE SUR LE MONTANT DE VOS DONS EN 2020 ET 2021	OUI, MAIS CETTE AUGMENTATION N'A PAS EU D'INCIDENCE	NON, VOUS NE LE SAVIEZ PAS

Plus généralement, près de la moitié des Français avec des hauts revenus s'estiment « *très bien* » informés sur les avantages fiscaux liés aux dons, (+10 points en 1 an)…

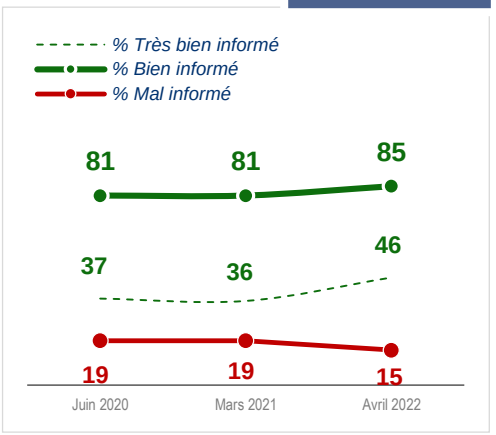
Question : « Globalement, vous sentez-vous aujourd'hui bien ou mal informé sur les avantages fiscaux liés aux dons, donations et legs à des organismes caritatifs ? »
(base: A l'échantillon des hauts revenus)

% « Mal informé »
15



% « Bien informé »
85

RAPPELS*

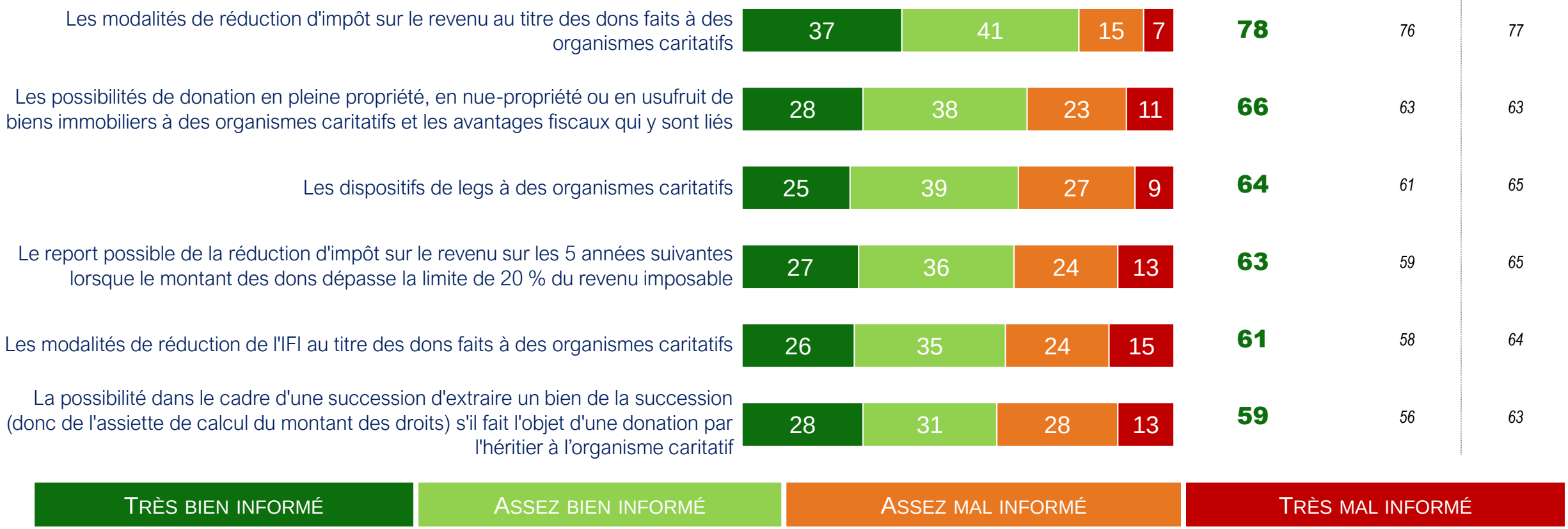


TRÈS BIEN INFORMÉ | ASSEZ BIEN INFORMÉ | ASSEZ MAL INFORMÉ | TRÈS MAL INFORMÉ

En détail, le niveau d'information des Français avec des hauts revenus remonte sur l'ensemble des dispositifs fiscaux

Question : «Avez-vous avez le sentiment d'être bien ou mal informé sur chacun des sujets suivants ? »
(base: A l'échantillon des hauts revenus)

Focus Hauts revenus



La presse joue toujours un rôle majeur dans la diffusion d'informations sur les avantages fiscaux liés aux dons, avant même l'administration fiscale et les conseillers bancaires

Question : « Auprès de qui vous informez-vous sur les avantages fiscaux liés aux dons, donations, legs… ? »
(base: A l'échantillon des hauts revenus)

Focus Hauts revenus

% « Presse » 30

30% en 2021
29% en 2020

Total supérieur à 100, plusieurs réponses possibles

 ©Ipsos – Enquête auprès du grand public et des Français avec de hauts revenus – Apprentis d'Auteuil - Avril 2022

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), Syndicat professionnel des sociétés d'études de marché en France
- **ESOMAR** (www.esomar.org), **E**uropean **S**ociety for **O**pinion and **Mar**ket 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 20252 : 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 sur 90 marchés, il emploie plus de 18 000 salariés et a la capacité de conduire des programmes de recherche dans plus de 100 pays.

Nos professionnels des études, analystes et scientifiques ont construit un groupe solide autour d'un positionnement unique multi-expertises – études marketing, opinion, citoyens, patients, gestion de la relation clients/employés. Nos 75 solutions sont basées sur des données primaires issues de nos enquêtes, de la surveillance des médias sociaux et de techniques qualitatives ou d'observation.

"Game Changers" – notre slogan– résume notre ambition d'aider nos 5 000 clients à naviguer plus facilement dans notre monde en profonde mutation.

Founded in France in 1975, Ipsos is listed on the Euronext Paris since July 1st, 1999. 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

GAME CHANGERS

Dans un monde qui évolue rapidement, s'appuyer sur des données fiables pour prendre les bonnes décisions n'a jamais été aussi important.

Chez Ipsos, nous sommes convaincus que nos clients cherchent plus qu'un simple fournisseur de données. Ils ont besoin d'un véritable partenaire qui leur procure des informations précises et pertinentes, et les transforme en connaissances pour leur permettre de passer à l'action.

Voilà pourquoi nos experts, curieux et passionnés, délivrent les mesures les plus exactes pour en extraire l'information qui permettra d'avoir une vraie compréhension de la Société, des Marchés et des Gens.

Nous mêlons notre savoir-faire au meilleur des sciences et de la technologie, et appliquons nos quatre principes de sécurité, simplicité, rapidité et de substance à tout ce que nous produisons.

Pour permettre à nos clients d'agir avec plus de rapidité, d'ingéniosité et d'audace.
La clef du succès se résume par une vérité simple :
« YOU ACT BETTER WHEN YOU ARE SURE* »

*Pour prendre les bonnes décisions, il faut être sûr.