LA SOLIDARITE DE L'ENSEMBLE DES FRANÇAIS ET DES HAUTS REVENUS À L'ÉPREUVE DE L'INFLATION

Quel avenir pour les dons aux association et fondations ?

4ème edition – Avril 2023

VOS CONTACTS IPSOS FRANCE

Etienne Mercier
etienne.mercier@ipsos.com

Salomé Quétier-Parent
salome.quetierparent@ipsos.com

Ana Quemada Thibaud
Ana.quemadathibaud@ipsos.com

APPRENTIS D'AUTEUIL

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

23 février au 14 mars 2023

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 Etienne Mercier, Codirecteur du Pôle Opinion (Ipsos Public Affairs).*

PARTIE 1
LES DONS AU COURS DE L'ANNÉE 2022

Un Français sur deux et près de quatre personnes avec des hauts revenus sur cinq déclarent avoir donné en 2022, des proportions relativement stables depuis 2019

Questions : « Au cours de l'année 2022, 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 2022 , à combien de fondations ou d'organismes caritatifs avez-vous fait des dons d'argent ? » Questions numériques ouvertes
(base : Ensemble)

Ensemble des Français

50% ONT RÉALISÉ AU MOINS UN DON EN 2022

(51% à un organisme, 49% à plusieurs organismes)

- 56% des séniors (65 ans et plus) (+1)
- 55% des jeunes (moins de 35 ans) (+3)
- 42% des Français dont le foyer a des revenus inférieurs à 15 000 € nets annuels (+2)

RAPPELS % AU MOINS UN DON ...

... EN 2019	... EN 2020	... EN 2021	... EN 2022
51	49	48	50
Mesuré en 2020	*Mesuré en 2021*	*Mesuré en 2022*	*Mesuré en 2023*

Focus Hauts revenus

78% ONT RÉALISÉ AU MOINS UN DON EN 2022

(24% à un organisme, 41% à 2 ou 3 organismes, 35% à plus de 3 organismes)

RAPPELS % AU MOINS UN DON ...

... EN 2019	... EN 2020	... EN 2021	... EN 2022
77	77	80	78
Mesuré en 2020	*Mesuré en 2021*	*Mesuré en 2022*	*Mesuré en 2023*

Les montants des dons remontent en 2022, mais restent en moyenne inférieurs à ceux observés aux débuts de la crise sanitaire

Question : «Quel est le montant global de l'ensemble des dons que vous avez faits en 2022 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 2022 : 50% de l'échantillon pour l'ensemble des Français et 78% de l'échantillon des hauts revenus)

Ensemble des Français
donateurs en 2022

Focus Hauts revenus
donateurs en 2022

		Rappels		
		vague 2022 pour donateurs 2021	*vague 2021 pour donateurs 2020*	*vague 2020 pour donateurs 2019*
100€ ou moins	62 ↘	*65*	*53*	*48*
101 à 250 €	16 ↘	*19*	*19*	*23*
251 à 500 €	10 ↗	*8*	*14*	*17*
501 à 1000 €	7 ↗	*5*	*8*	*7*
Plus de 1000 €	5 ↗	*3*	*6*	*5*

		Rappels		
		vague 2022 pour donateurs 2021	*vague 2021 pour donateurs 2020*	*vague 2020 pour donateurs 2019*
100€ ou moins	18	*19*	*16*	*7*
101 à 250 €	12	*12*	*11*	*9*
251 à 500 €	17	*17*	*15*	*10*
501 à 1000 €	12	*12*	*15*	*9*
Plus de 1000 €	41	*40*	*43*	*65*

333 €
en moyenne

- Cadres supérieurs : 479 €
- Retraités : 233 €
- Franciliens : 703 €

RAPPEL MONTANT MOYEN DES DONS

… EN 2019	… EN 2020	… EN 2021	…EN 2022
€300	€395	€274	€333
Mesuré en 2020	*Mesuré en 2021*	*Mesuré en 2022*	*Mesuré en 2023*

2 372 €
en moyenne

RAPPEL MONTANT MOYEN DES DONS

… EN 2019	… EN 2020	… EN 2021	… EN 2022
€2 140	€2 463	€2 191	€2 372
Mesuré en 2020	*Mesuré en 2021*	*Mesuré en 2022*	*Mesuré en 2023*

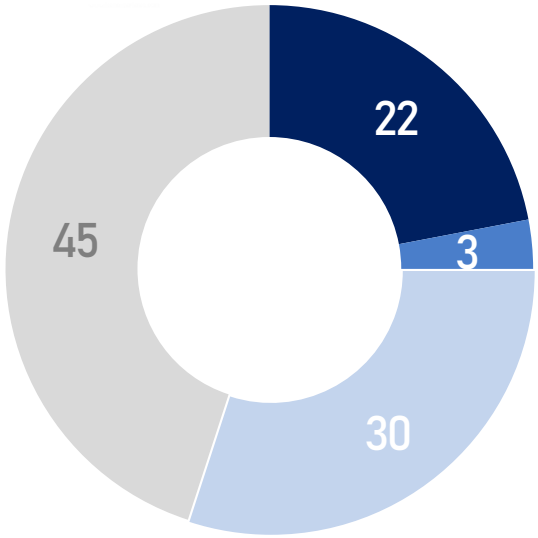
PARTIE 2

DONS AU COURS DE L'ANNÉE 2023

Un peu plus de la moitié des Français (55%, +1 point vs 2022) et 80% des hauts revenus (-4 points vs 2022) ont donné ou projettent de donner en 2023

Questions : « Depuis le début de l'année 2023, 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 2023, avez-vous l'intention de faire des dons d'argent à des associations ou organismes caritatifs ? »
(base: Ensemble)

Ensemble des Français



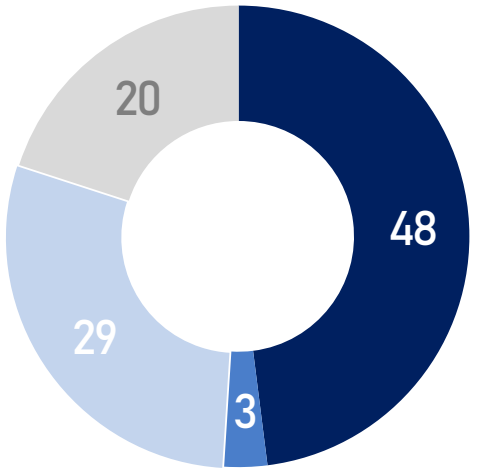
55%

déclarent qu'il ont donné ou vont donner en 2023

54% en déclaraient autant pour 2022 *(Chiffre de la vague 2022)*

Mais finalement 50% déclarent avoir effectivement donné en 2022

Focus Hauts revenus



80%

déclarent qu'il ont donné ou vont donner en 2023

84% en déclaraient autant pour 2022 *(Chiffre de la vague 2022)*

Mais finalement 78% déclarent avoir effectivement donné en 2022

DON AU 1ER ET 2ND SEMESTRE 2023 | 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

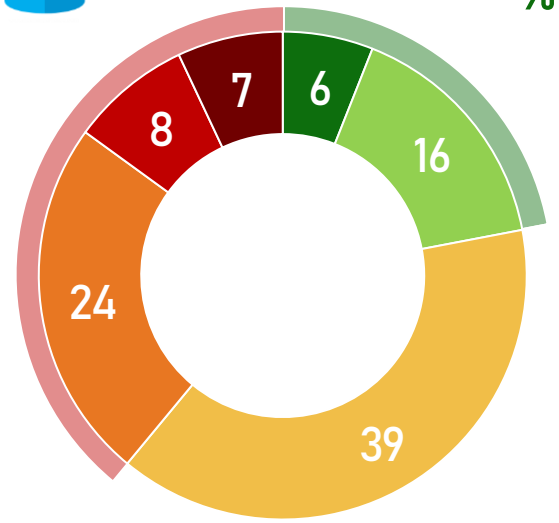
Focus Hauts revenus

	… 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%	50%	84%	78%
2023	55%	-	80%	-

Si près de la moitié des donateurs les plus aisés prévoient de donner des montants plus élevés en 2023 qu'en 2022, les donateurs « moyens » prévoient globalement de donner moins …

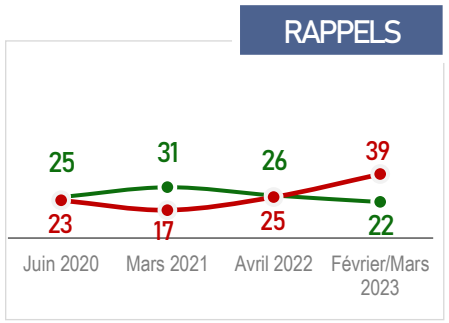
Question : « Et en pensant à l'année 2023, pensez-vous que, par rapport à l'année dernière, le montant que vous donnerez à des organismes caritatifs sera… »
(base: A ceux qui ont donné au moins une fois en 2022: 50% de l'échantillon pour l'ensemble des Français et 78% de l'échantillon hauts revenus))

Ensemble des Français
donateurs en 2022

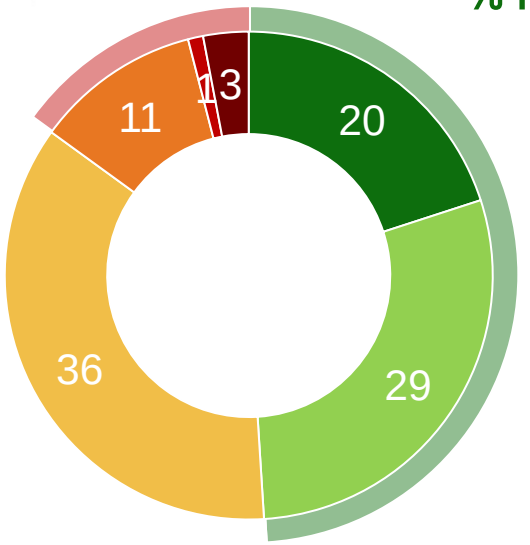


% PLUS ÉLEVÉS : 22

% MOINS ÉLEVÉS : 39

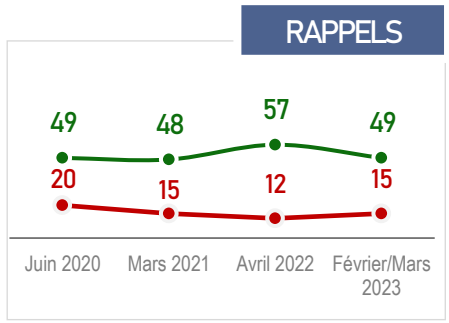


Focus Hauts revenus
donateurs en 2022



% PLUS ÉLEVÉS: 49

% MOINS ÉLEVÉS : 15

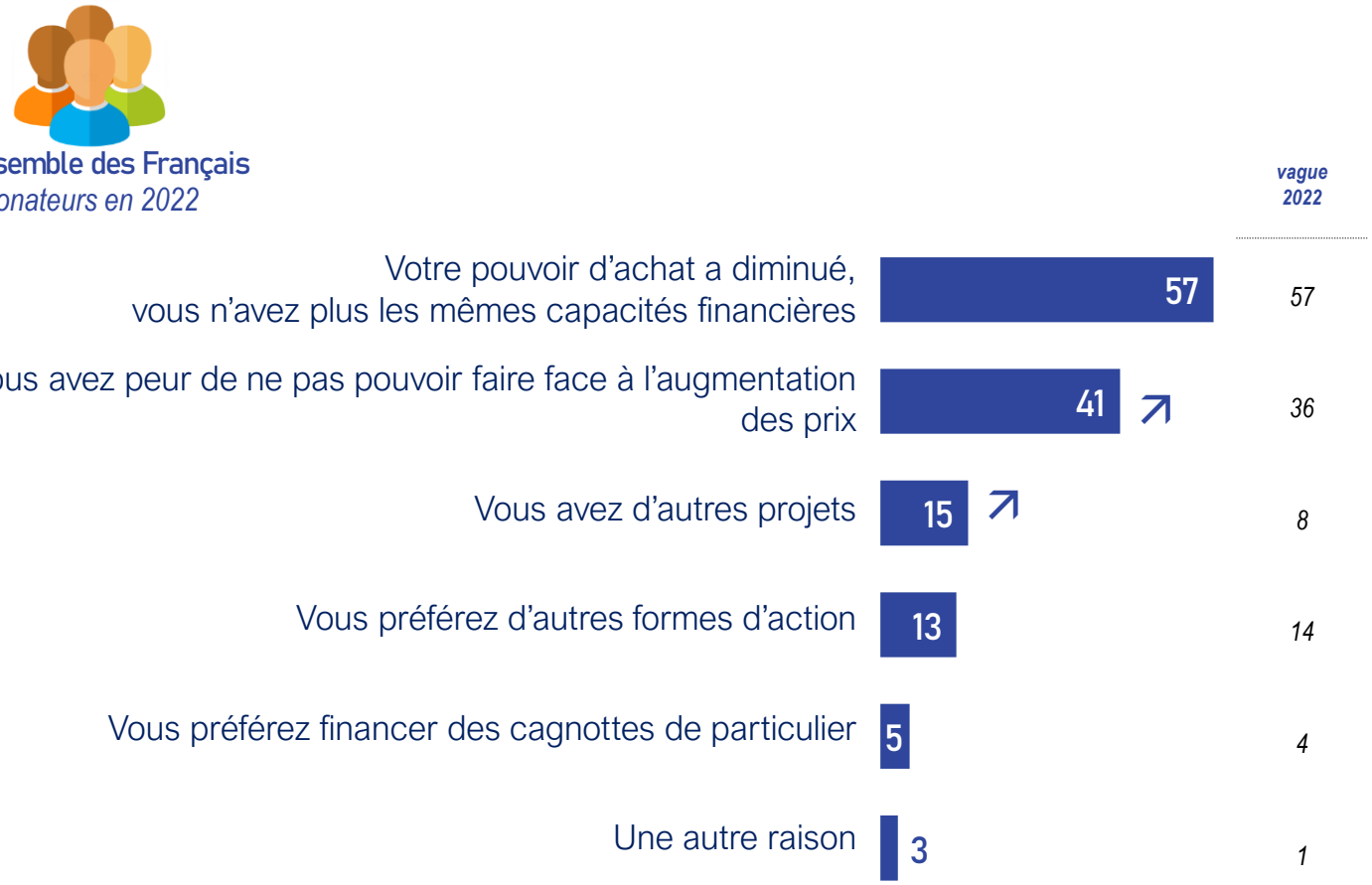


BEAUCOUP PLUS ÉLEVÉ	UN PEU PLUS ÉLEVÉ	NI PLUS NI MOINS ÉLEVÉ	UN PEU MOINS ÉLEVÉ	BEAUCOUP MOINS ÉLEVÉ	VOUS NE PENSEZ PAS REFAIRE UN DON

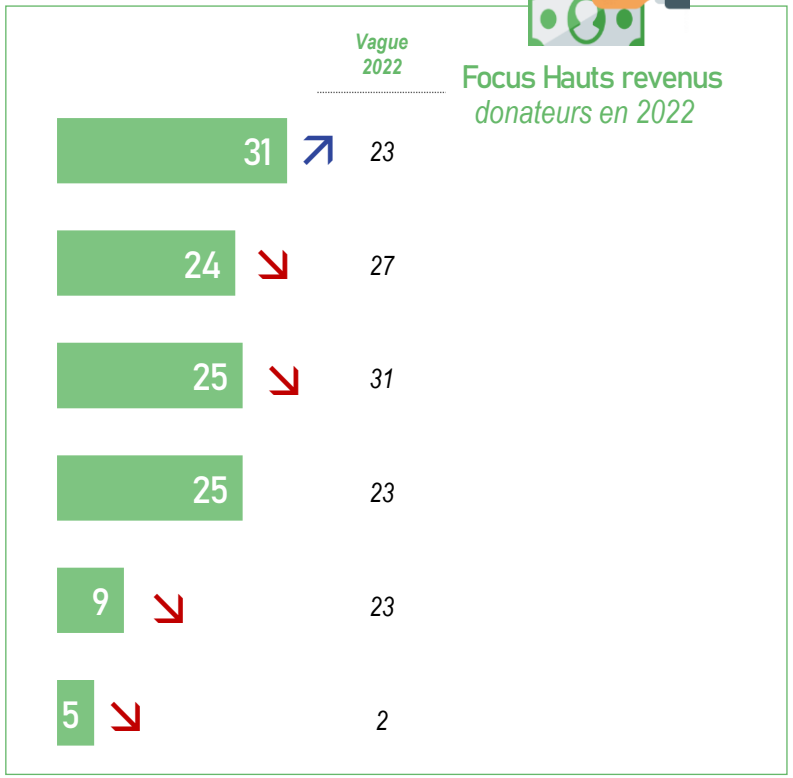
… ce qu'ils justifient principalement par la baisse de leur pouvoir d'achat et la peur de l'inflation

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 : 39% des donateurs de l'échantillon grand public, 15% des donateurs de l'échantillon des hauts revenus)

Ensemble des Français
donateurs en 2022



Focus Hauts revenus
donateurs en 2022

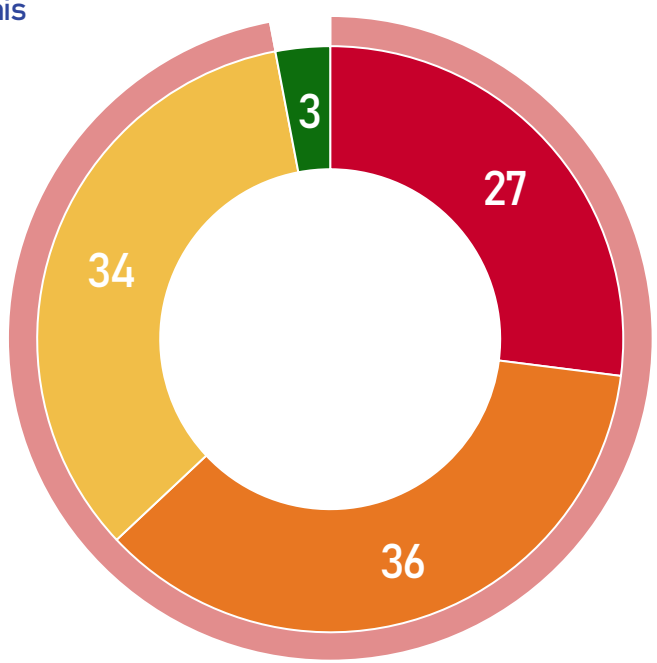


En effet, la quasi-totalité des Français déclare que leur pouvoir d'achat a été impacté par l'inflation ces derniers mois, et pour une large majorité l'impact a été fortement ressenti

Question : « Comment la hausse de l'inflation de ces derniers mois impacte-t-elle votre pouvoir d'achat? »
(base: Ensemble)

Nouvelle question

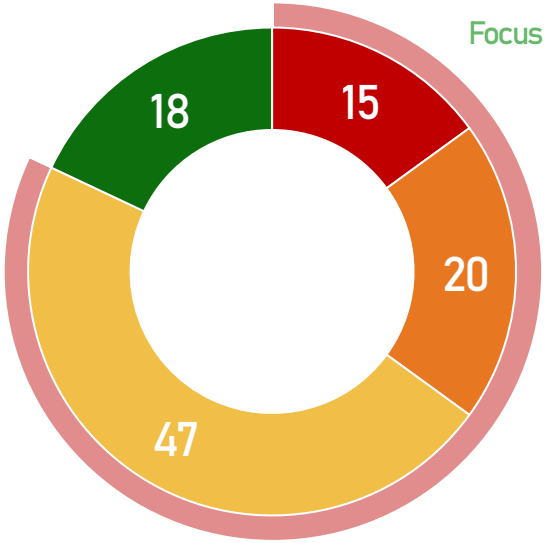
Ensemble des Français



% AU MOINS MODÉRÉMENT
97

.. DONT % FORTEMENT
63

Focus Hauts revenus



% AU MOINS MODÉRÉMENT
82

.. DONT FORTEMENT
35%

TRÈS FORTEMENT | FORTEMENT | MODÉRÉMENT | PAS DU TOUT

PARTIE 3

LES PRINCIPALES CAUSES POUR LESQUELLES LES FRANÇAIS SOUHAITENT DONNER EN 2023

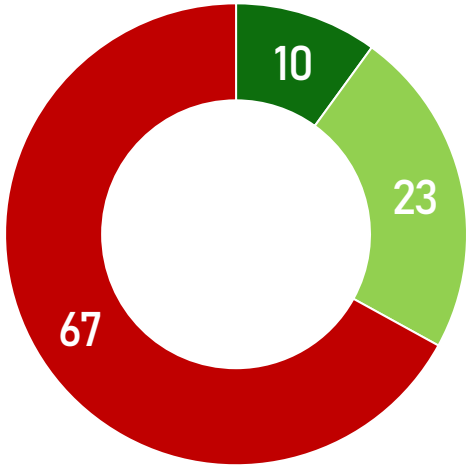
Un tiers des Français a fait ou souhaite faire un don pour aider les victimes du séisme en Turquie et en Syrie

Question : « Avez-vous effectué un don en euros pour aider les victimes du séisme qui a eu lieu en Turquie et en Syrie? »
(base: Ensemble)

Nouvelle question

Ensemble des Français

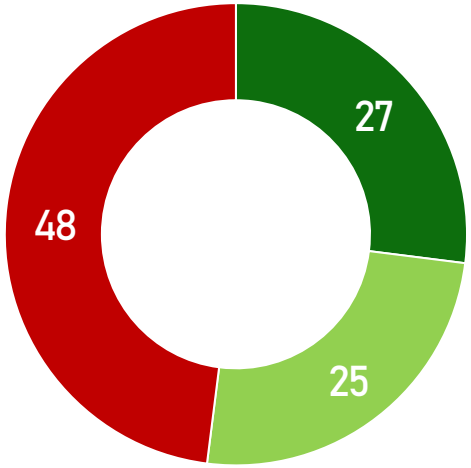
% OUI OU PRÉVOIT DE DONNER EN 2023 : 33



- 47% des jeunes (moins de 35 ans)

Focus Hauts revenus

% OUI OU PRÉVOIT DE DONNER EN 2023 : 52



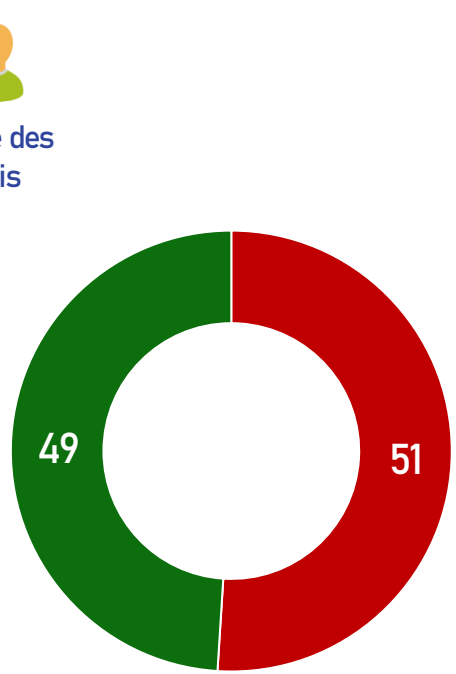
OUI, JE L'AI DÉJÀ FAIT | NON, MAIS JE VAIS CERTAINEMENT LE FAIRE D'ICI LA FIN D'ANNÉE 2023 | NON, ET JE NE PENSE PAS LE FAIRE

Des dons qui devraient avoir un impact sur les montants alloués aux autres causes pour la moitié des potentiels donateurs

Question : « Compte tenu de ce ou ces dons pour les victimes du séisme, vous pensez donner moins en 2023 pour les autres causes par rapport à ce que vous faisiez précédemment ? »
(base: A ceux qui ont fait un don ou prévoient faire un don pour les victimes du séisme en 2023 : 33% de l'échantillon pour l'ensemble des Français, 52% de l'échantillon hauts revenus)

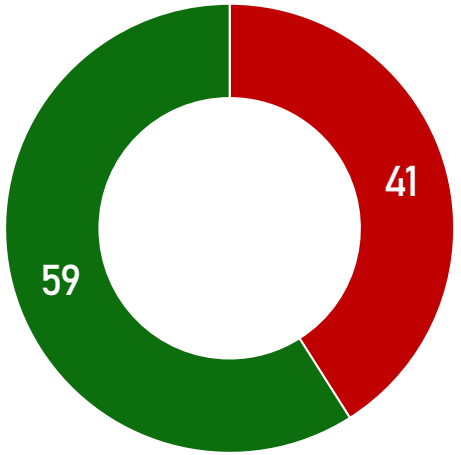
Nouvelle question

Ensemble des Français



Soit 17% de l'ensemble des Français

Focus Hauts revenus



Soit 21% de l'ensemble des Hauts revenus

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 les Français souhaitent donner, devant la défense des animaux et l'aide aux personnes démunies; 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 2023 ? »
(base: A ceux qui ont effectué ou prévoient de d'effectuer un don sur l'année 2023, soit 55% de l'échantillon pour l'ensemble des Français, 80% de l'échantillon des hauts revenus) *Total supérieur à 100, plusieurs réponses possibles*

	Ensemble des Français	Rappels vague 2022	Rappels vague 2021*	Rappels vague 2020*	Focus Hauts revenus	Rappels Vague 2022	Rappels vague 2021 *	Rappels vague 2020*
La santé, la recherche médicale	38 ↘	43	49	51	47 ↘	51	48	52
L'aide aux personnes démunies	32 ↘	39	47	39	42	44	51	45
La défense des animaux	25 ↗	21	28	26	29 ↘	35	28	31
Si cela se présente, les situations d'urgence (catastrophes naturelles, conflits)	22 ↘	33	-	-	28 ↘	34	-	-
L'enfance, la jeunesse et l'éducation	20	22	33	27	39 ↘	42	45	39
Le handicap	19	21	28	20	27 ↘	36	31	26
L'environnement	18	16	26	28	29	31	29	31
Les personnes âgées	11	11	16	15	20 ↘	26	22	24
La défense des droits de l'Homme	9 ↘	12	14	14	17 ↘	23	21	21
La culture / Le patrimoine	9 ↘	12	19	15	21 ↘	29	30	31
Un autre domaine	8	6	6	6	4	6	5	2
Nombre moyen de causes par donateur	2,1	2,4	2,7	2,4	3,0	3,6	3,1	3,0

 ©Ipsos – Enquête auprès du grand public et des Français avec de hauts revenus – Apprentis d'Auteuil – Mars 2023

**En raison de l'ajout d'un item dans la liste en 2022, les évolutions entre 2021 et 2022 sont à interpréter avec précaution.*

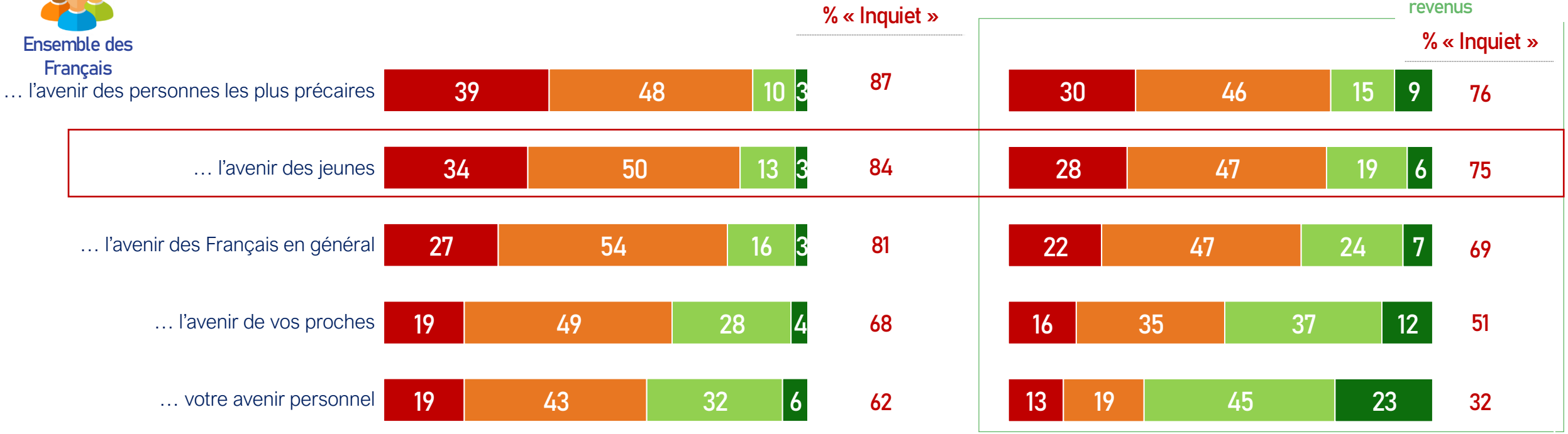
Mais dans le même temps, l'avenir de la jeunesse préoccupe la plupart des Français

Nouvelle question

Question : «Aujourd'hui de manière générale, diriez-vous que vous êtes inquiet ou pas pour…? »
(base: Ensemble)

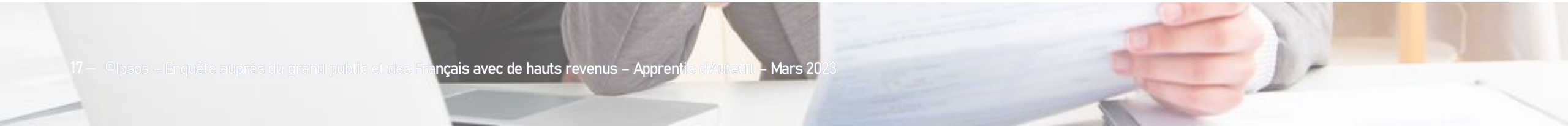
Ensemble des Français

Focus Hauts revenus



PARTIE 4

NIVEAU D'INFORMATION SUR LES AVANTAGES FISCAUX



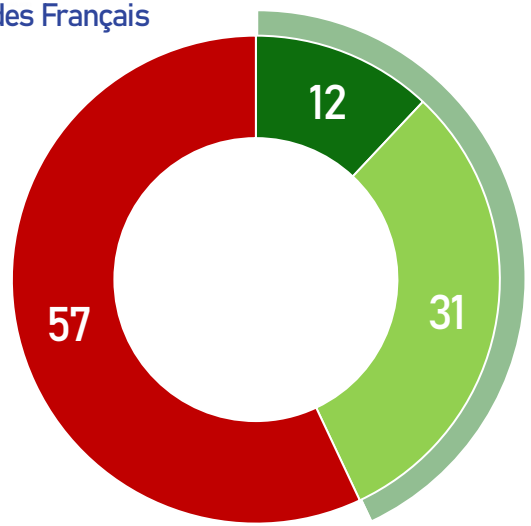
La connaissance de l'élévation du plafond de déduction régresse un peu et son impact sur les dons effectués reste très stable auprès des Français mais diminue chez les hauts revenus

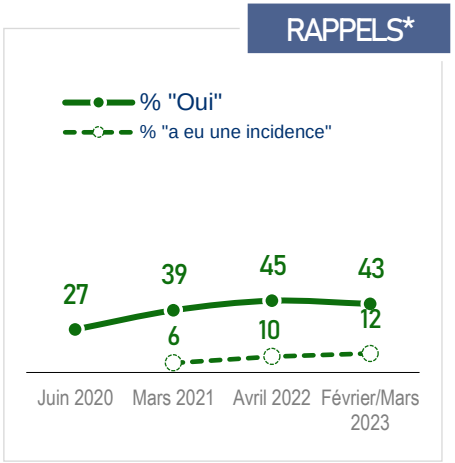
Question : « Le plafond de déduction des dons aux associations permettant de bénéficier d'une déduction de 75% sur son impôt sur le revenu est passé de 552 € à 1000 € depuis 2020. Le saviez-vous ? »
(base: Ensemble)

Ensemble des Français

% OUI : 43

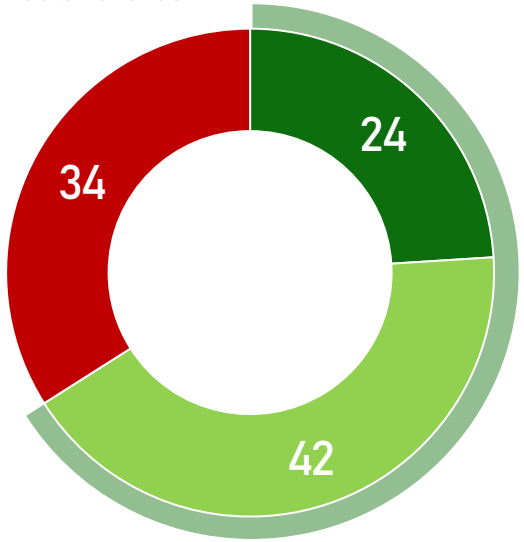
- 55% des donateurs
- 50% des moins de 35 ans

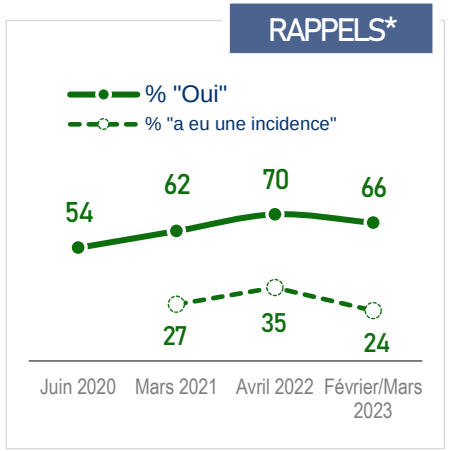




Focus Hauts revenus

% OUI : 66



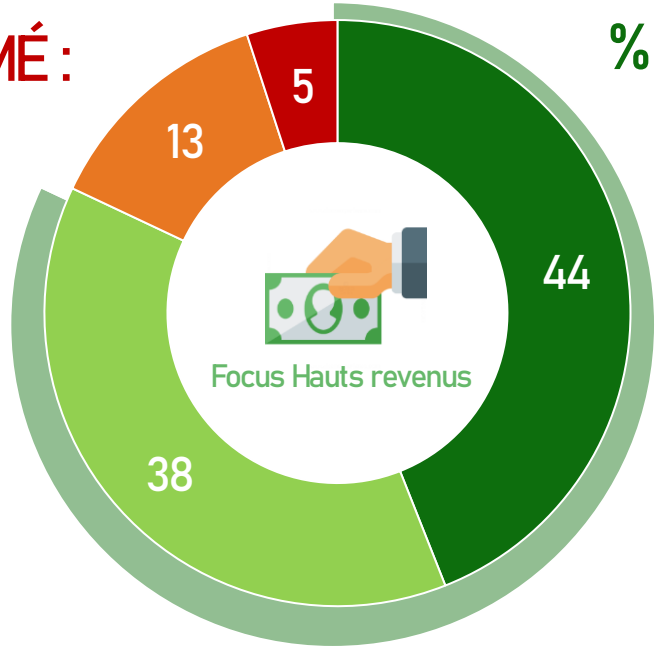


OUI, ET CETTE AUGMENTATION A DEPUIS EU UNE INCIDENCE SUR LE MONTANT DE VOS DONS	OUI, MAIS CETTE AUGMENTATION N'A PAS EU D'INCIDENCE	NON, VOUS NE LE SAVIEZ PAS

De manière générale, la plupart des hauts revenus s'estiment bien informés sur les avantages fiscaux liés au dons, donations et legs à des organismes caritatifs mais leur niveau de connaissance ne progresse plus

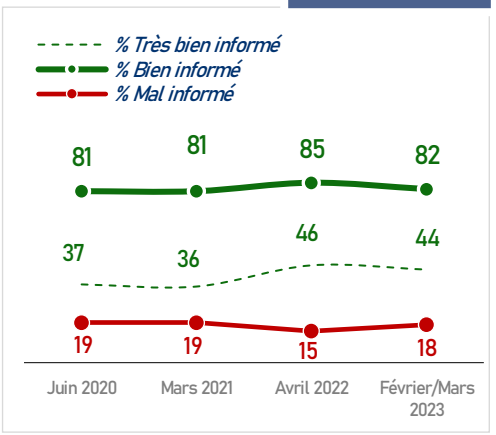
Question : « Globalement, vous sentez-vous aujourd'hui bien ou mal informé sur les avantages fiscaux liés aux dons, donations et legs à des organismes caritatifs ? » (base: A l'échantillon des hauts revenus)

% MAL INFORMÉ : 18



% BIEN INFORMÉ : 82

RAPPELS

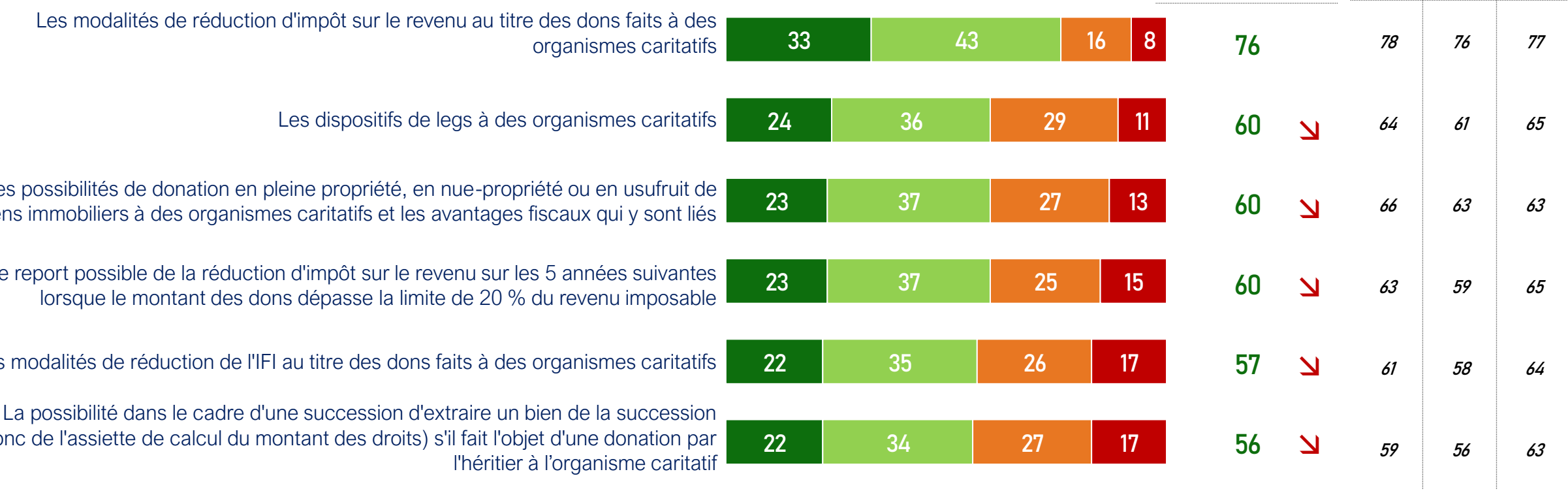


TRÈS BIEN INFORMÉ | ASSEZ BIEN INFORMÉ | ASSEZ MAL INFORMÉ | TRÈS MAL INFORMÉ

Le niveau d'information sur les différents dispositifs fiscaux se dégrade légèrement chez les Français les plus aisés, même s'il reste globalement élevé

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



Les organismes caritatifs jouent un rôle de plus en plus important dans l'information sur les avantages fiscaux liés aux dons. Ainsi, ils sont désormais - avec la presse - les principaux canaux utilisés, devant 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)

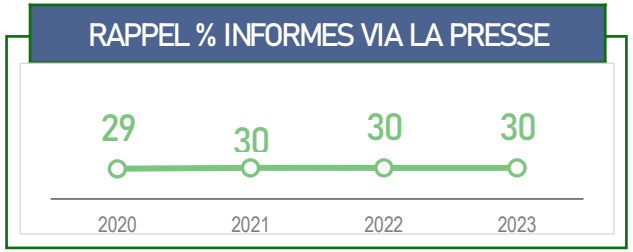
Focus Hauts revenus

	2023	Rappels		
		vague 2022	vague 2021	vague 2020
Les organismes caritatifs et associations auxquels vous donnez	29 ↗	23	19	22
L'administration fiscale (Service des Impôts)	24	25	25	26
Votre conseiller bancaire	22 ↗	19	21	23
Vos proches, votre entourage	20	20	21	15
La presse spécialisée (économique, gestion de patrimoine, etc.)	20	21	19	20
Un comptable	19	21	21	20
La presse généraliste	16	16	16	13
Un notaire	13	13	14	17
Un conseiller patrimonial	12	13	15	17
Un avocat	7 ↘	15	12	14
Aucun de ces acteurs	14 ↗	10	14	11

Total supérieur à 100, plusieurs réponses possibles

% « Presse »

30



ANNEXES

Fiabilité des résultats

Feuille de calcul

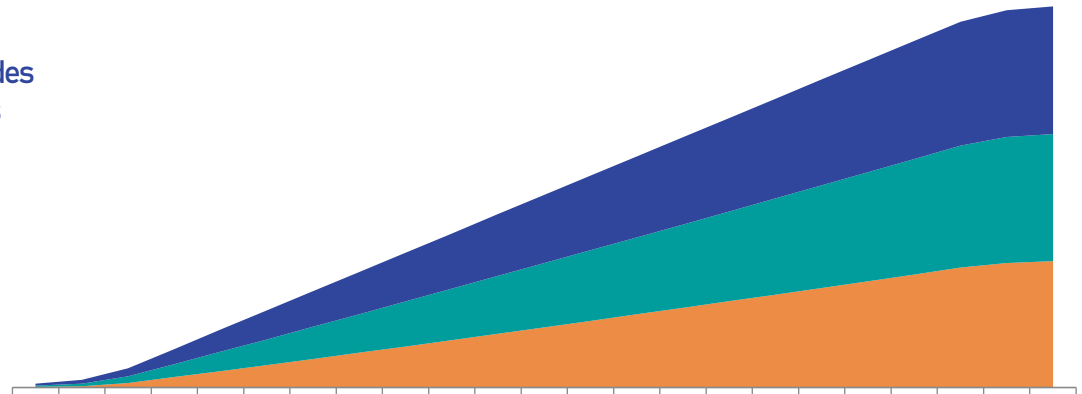
En l'occurrence s'agissant de cette étude :

- Intervalle de confiance : **95%**
- Taille d'échantillon : **1 000** personnes représentatives de la population nationale âgée de 18 ans et plus, et, **500** personnes dont le revenu annuel net du foyer est supérieur à 120 000 €

Les proportions observées sont comprises entre :

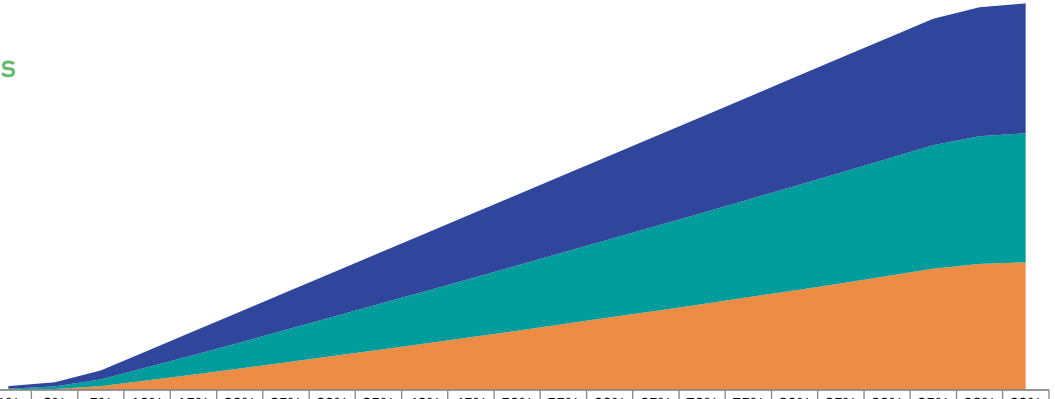
Borne supérieure (%) Proportion observée (%) Borne inférieure (%)

Ensemble des Français



	1%	2%	5%	10%	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%	50%	55%	60%	65%	70%	75%	80%	85%	90%	95%	98%	99%
Borne Supérieure (%)	1,6%	2,9%	6,4%	11,9%	17,2%	22,5%	27,7%	32,8%	38,0%	43,0%	48,1%	53,1%	58,1%	63,0%	68,0%	72,8%	77,7%	82,5%	87,2%	91,9%	96,4%	98,9%	99,6%
Proportion observée (%)	1%	2%	5%	10%	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%	50%	55%	60%	65%	70%	75%	80%	85%	90%	95%	98%	99%
Borne Inférieure (%)	0,4%	1,1%	3,6%	8,1%	12,8%	17,5%	22,3%	27,2%	32,0%	37,0%	41,9%	46,9%	51,9%	57,0%	62,0%	67,2%	72,3%	77,5%	82,8%	88,1%	93,6%	97,1%	98,4%

Focus Hauts revenus



	1%	2%	5%	10%	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%	50%	55%	60%	65%	70%	75%	80%	85%	90%	95%	98%	99%
Borne Supérieure (%)	1,9%	3,2%	6,9%	12,6%	18,1%	23,5%	28,8%	34,0%	39,2%	44,3%	49,4%	54,4%	59,4%	64,3%	69,2%	74,0%	78,8%	83,5%	88,1%	92,6%	96,9%	99,2%	99,9%
Proportion observée (%)	1%	2%	5%	10%	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%	50%	55%	60%	65%	70%	75%	80%	85%	90%	95%	98%	99%
Borne Inférieure (%)	0,1%	0,8%	3,1%	7,4%	11,9%	16,5%	21,2%	26,0%	30,8%	35,7%	40,6%	45,6%	50,6%	55,7%	60,8%	66,0%	71,2%	76,5%	81,9%	87,4%	93,1%	96,8%	98,1%

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,

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 les lois applicables. Ipsos a désigné un Data Protection Officer et a mis place un plan de conformité au Règlement Général sur la Protection des Données (Règlement (UE) 2016/679). Pour plus d'information sur notre politique en matière de protection des données personnelles :
https://www.ipsos.com/fr-fr/confidentialite-et-protection-des-donnees-personnelles

La durée de conservation des données personnelles des personnes interviewées dans le cadre d'une étude est, à moins d'un engagement contractuel spécifique :

- de 12 mois suivant la date de fin d'une étude Ad Hoc
- de 36 mois suivant la date de fin de chaque vague d'une étude récurrente

Ipsos France est certifiée **ISO 20252 : Market Research par AFNOR Certification**

- Ce document est élaboré dans le respect de ces codes et 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 codes et normes internationales

Études auto-administrées par enquêteur

a 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 de l'étude.

- **EN AMONT DU RECUEIL**
  - **Echantillon :** structure et représentativité
  - **Questionnaire :** le questionnaire est rédigé en suivant une norme 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.
  - **Collecte :** les enquêteurs sont formés aux techniques d'enquêtes dans un module de formation dédié préalable à toute participation à une étude. Par ailleurs, ils reçoivent ou assistent à un briefing détaillé au démarrage de chaque étude.

- **LORS DU RECUEIL**
  - **Échantillonnage :** Ipsos impose des règles d'exploitation très strictes sur ses bases de tirages afin de maximiser le caractère aléatoire de la sélection de l'échantillon: tirage aléatoire sur liste pour le téléphone, méthode des quotas, …
  - **Suivi du terrain :** la collecte des questionnaires est suivie (pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses) et le travail de l'enquêteur contrôlé soit par écoute du questionnaire complet (5% des questionnaires réalisés,) soit par téléphone a posteriori (10% en rappels)

- **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.

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.