

6^{ÈME} ÉDITION DE L'ÉTUDE E-DONATEURS : LES « GÉNÉREUX Y » PRENNENT LE RELAI

Restitution du 24 mars 2016

-

#Edon2016

MOT D'ACCUEIL

Chrystelle Renaud, BNP Paribas

#Edon2016

RESTITUTION

Jérôme Fourquet, IFOP
Laurent Terrisse, Agence LIMITE

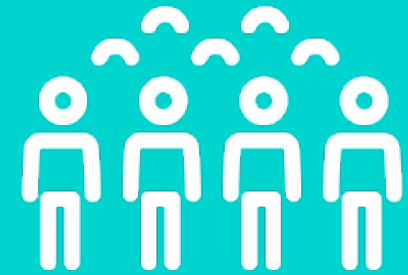
#Edon2016

Chaque année, depuis 2010, l'enquête de l'Agence LIMITE permet de comparer :

- ✓ l'évolution des stratégies digitales mises en place par les 115 principales associations et fondations françaises (analyse approfondie selon plusieurs critères : site, réseaux sociaux, référencement, paiements, interactions, contenus, etc. + questionnaire auprès des responsables com-web des 25 associations et fondations les plus actives)
- ✓ avec les réponses des Français au sondage barométrique mené avec l'IFOP depuis 6 ans (méthode des quotas + échantillon représentatif de personnes ayant donné en ligne depuis un an)

1

DES E-DONATEURS



TOUJOURS PLUS NOMBREUX

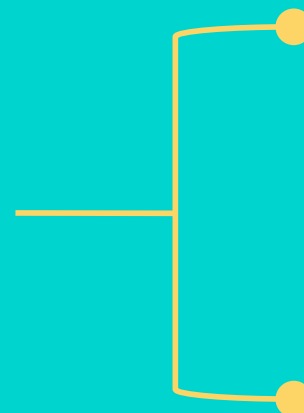
LE DON EN LIGNE EST DÉFINITIVEMENT ENTRÉ DANS LES MŒURS DES FRANÇAIS

26%

de e-donateurs en
France aujourd'hui
(+2pts)

LE DON EN LIGNE EST DÉFINITIVEMENT ENTRÉ DANS LES MŒURS DES FRANÇAIS

26%



9% DONNENT
RÉGULIÈREMENT

17% DONNENT
DE TEMPS EN TEMPS

LES DONATEURS DE MOINS DE 35 SONT DE PLUS EN PLUS NOMBREUX À DONNER EN LIGNE

22%

**DES E-DONATEURS
ONT MOINS DE 35 ANS**

22% en 2016

=

+6 POINTS

EN 2 ANS

16% en 2014

LES MOINS DE 35 ANS SONT POUR LA PREMIÈRE FOIS AU MÊME NIVEAU QUE LES E-DONATEURS ENTRE 35 ET 64 ANS

22%

**DES E-DONATEURS
ONT MOINS DE 35 ANS**

21%

35 - 49 ANS

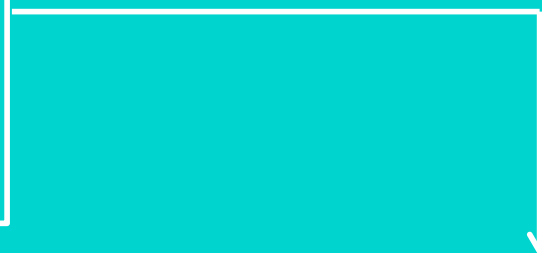
23%

50 - 64 ANS

39%

65 ANS ET PLUS

DES DONS EN LIGNE TOUJOURS PLUS IMPORTANTS



**LES DONS EN LIGNE
REPRÉSENTENT 7,2%
DES DONS ANNUELS
(+ 1 POINT PAR RAPPORT À 2014)**

**Chiffres issus du questionnaire envoyé aux 25 principales associations et représentant 15% de la collecte en France*

2

**LA PLACE CROISSANTE DES
RÉSEAUX SOCIAUX**

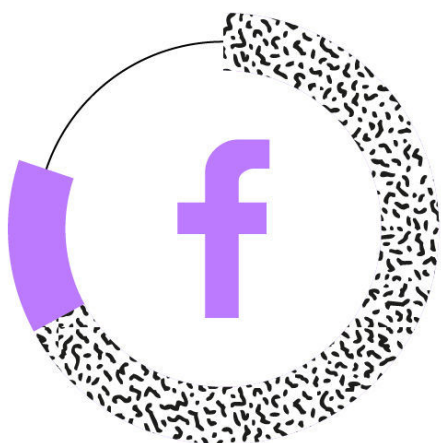
LES RÉSEAUX SOCIAUX AU CŒUR DU COMPORTEMENT DES JEUNES E-DONATEURS (1/2)



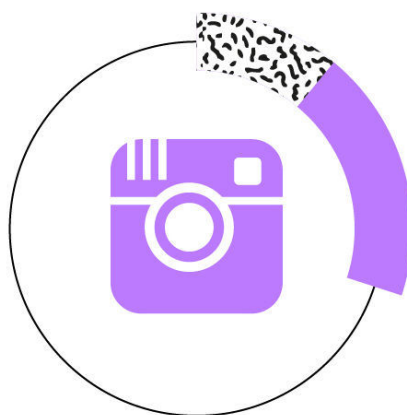
**61% DES E-DONATEURS DE MOINS DE 35
ANS RECOMMANDENT DES ASSOCIATIONS
SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX**

**VS. 36% CHEZ L'ENSEMBLE DES E-DONATEURS
(+ 19 POINTS EN 6 ANS)**

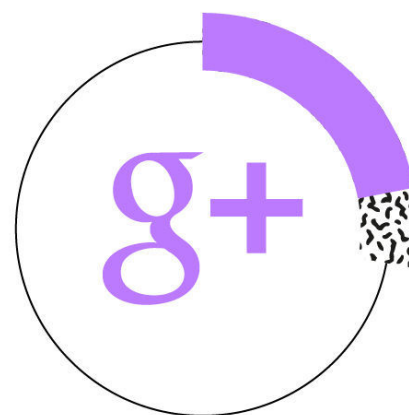
LES RÉSEAUX SOCIAUX AU CŒUR DU COMPORTEMENT DES JEUNES E-DONATEURS (2/2)



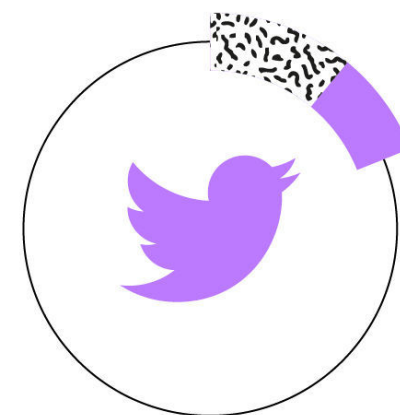
80% -35 ANS
67% MOYENNE



30% -35 ANS
11% MOYENNE



22% -35 ANS
28% MOYENNE



19% -35 ANS
11% MOYENNE

FACEBOOK ET TWITTER, VECTEURS LES PLUS EFFICACES POUR ÊTRE VISIBLE POUR LES ASSOCIATIONS (1/2)



89%

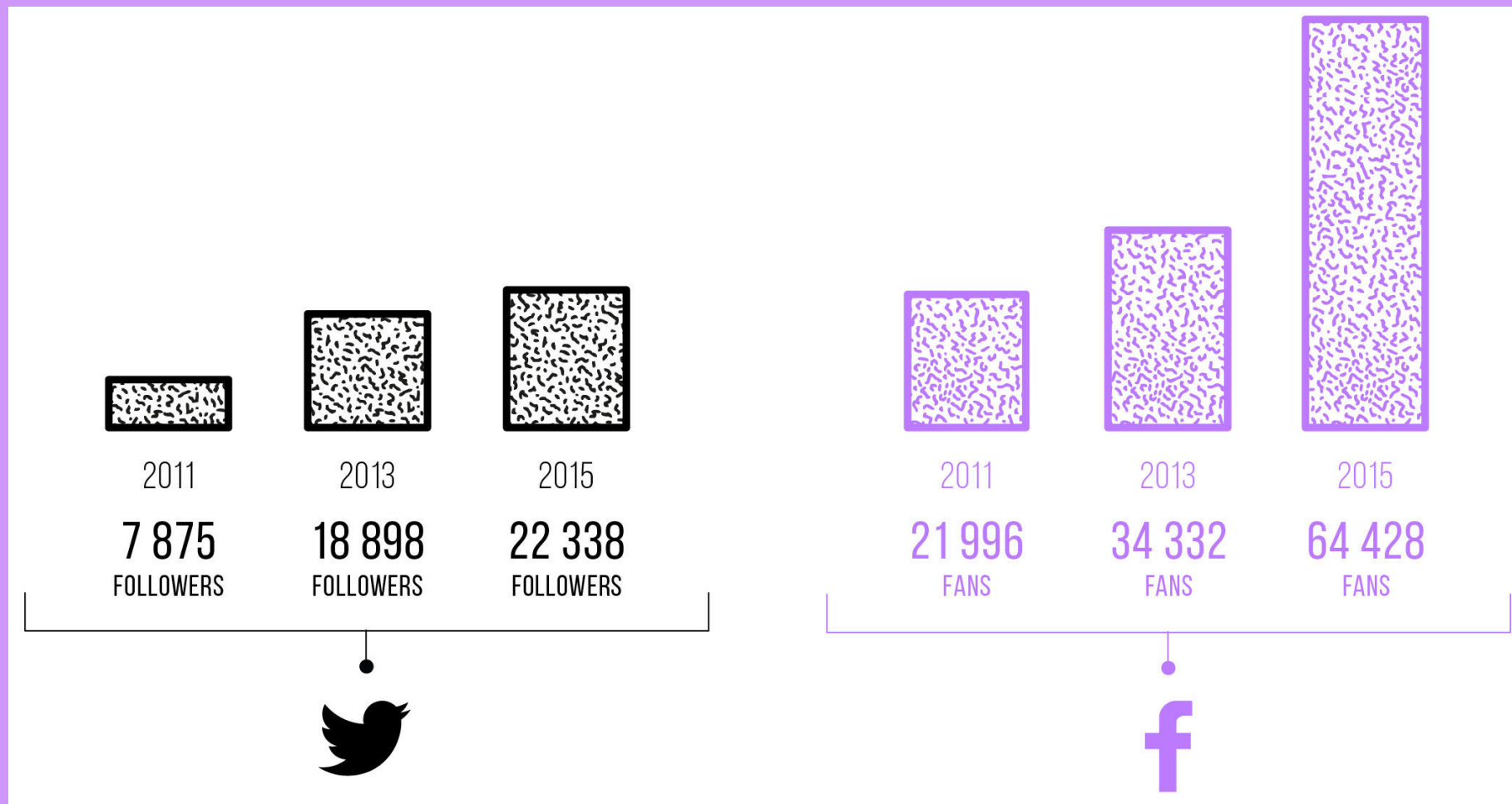
DES ASSOCIATIONS
SONT SUR FACEBOOK



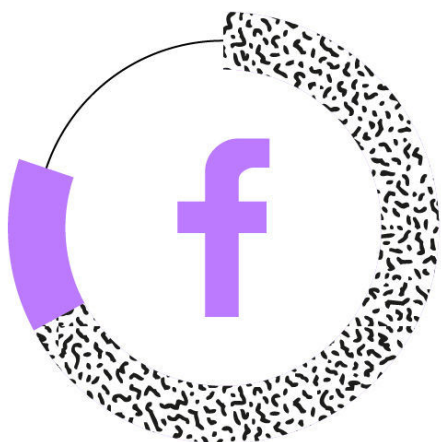
86%

DES ASSOCIATIONS
SONT SUR TWITTER

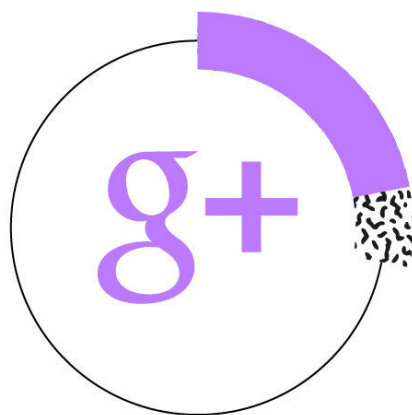
FACEBOOK ET TWITTER, VECTEURS LES PLUS EFFICACES POUR ÊTRE VISIBLE POUR LES ASSOCIATIONS (2/2)



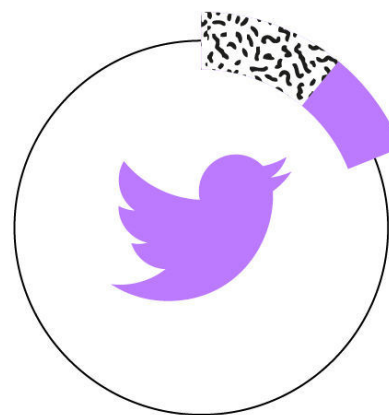
LES RÉSEAUX SOCIAUX : LIEUX DE COMMUNICATION MAIS AUSSI DE DÉCOUVERTE DE NOUVELLES ASSOCIATIONS



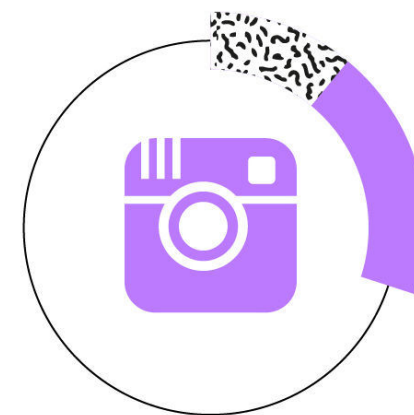
62% -35 ANS
33% MOYENNE



60% -35 ANS
43% MOYENNE



31% -35 ANS
12% MOYENNE



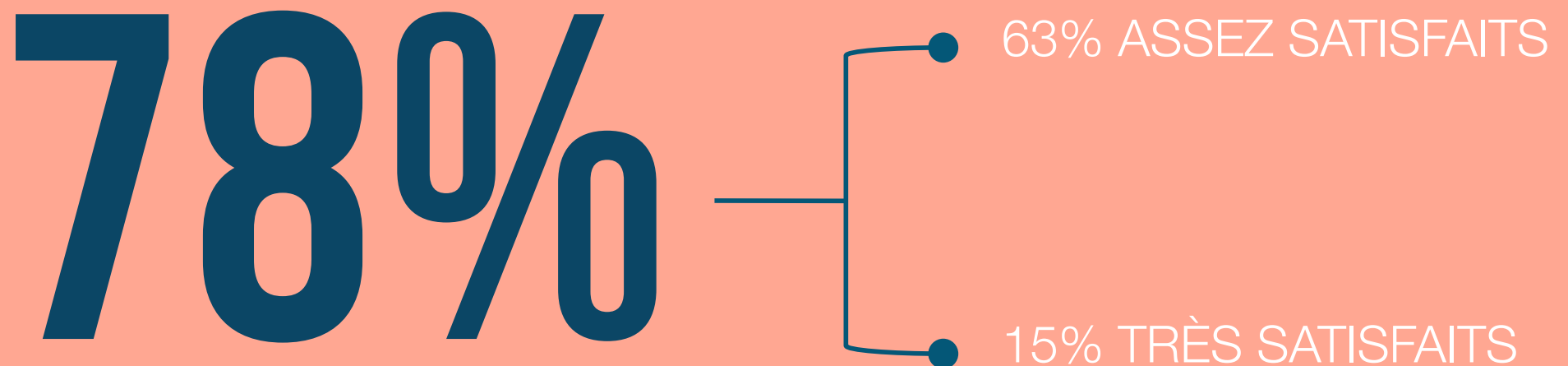
26% -35 ANS
9% MOYENNE

3

UN DÉCALAGE ACCRU ENTRE LES ATTENTES DES DONATEURS ET LES RÉPONSES DES ASSOCIATIONS



DES E-DONATEURS MOINS SATISFAITS VIS-À-VIS DES INFORMATIONS REÇUES EN RETOUR DE LEUR DON (1/2)



DES E-DONATEURS MOINS SATISFAITS VIS-À-VIS DES INFORMATIONS REÇUES EN RETOUR DE LEUR DON (2/2)

78%

DES E-DONATEURS
SATISFAITS

**- 10 POINTS
EN SEULEMENT UN AN**

ET MOINS OPTIMISTES SUR LA BONNE UTILISATION DE LEUR DON EN LIGNE (1/2)

87%

DES E-DONATEURS
PENSENT QUE LEUR
DON EST BIEN
U T I L I S É

**-6 POINTS
EN SEULEMENT UN AN**

ET MOINS OPTIMISTES SUR LA BONNE UTILISATION DE LEUR DON EN LIGNE (2/2)

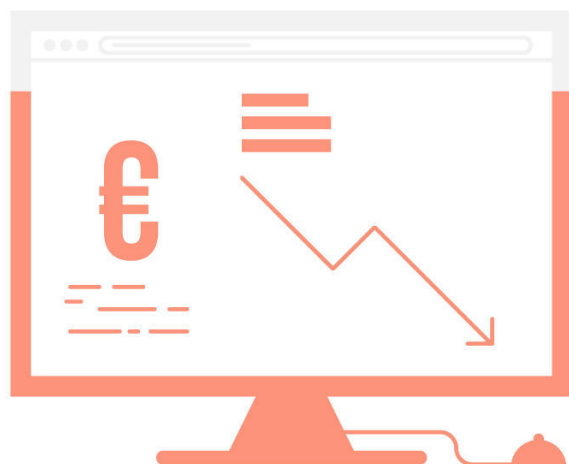
87%

DES E-DONATEURS
PENSENT QUE LEUR
DON EST BIEN
U T I L I S É

81%

CHEZ LES MOINS DE 35 ANS

DES ASSOCIATIONS MOINS PRO-ACTIVES POUR RACONTER LEURS ACTIONS ET RENDRE LEURS COMPTES ACCESSIBLES

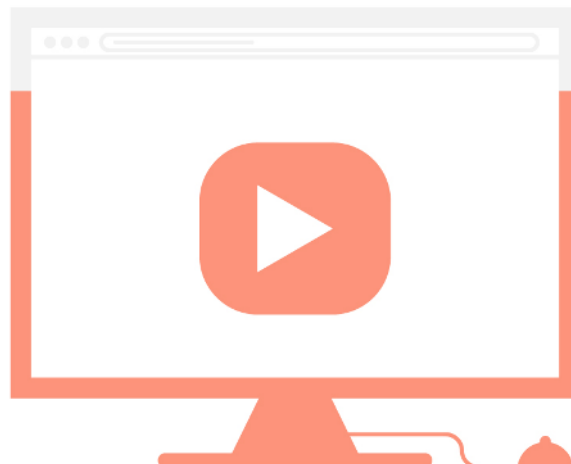


82%

des associations publient
leur comptes en ligne

-4 POINTS

DEPUIS UN AN

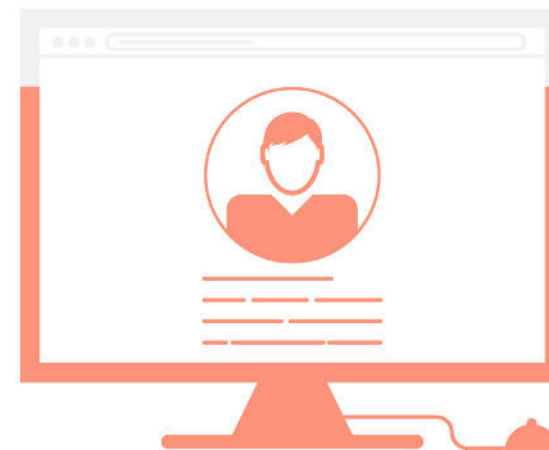


82%

des associations utilisent la vidéo
pour faire le récit de leurs actions

-9 POINTS

DEPUIS UN AN



75%

des associations mettent en
scène les bénéficiaires

-12 POINTS

DEPUIS UN AN

CONSÉQUENCE ?

UNE BAISSÉ DE L'INTENTION DE DONNER

81%

DES E-DONATEURS
ONT L'INTENTION DE
REFAIRE UN DON DANS
LES 12 PROCHAINS MOIS

-6 POINTS
DEPUIS L'ANNÉE DERNIÈRE

4

DES PRATIQUES SPÉCIFIQUES AUX JEUNES



DES JEUNES PLUS SENSIBILISÉS ET PLUS ACTIFS SUR INTERNET (1/2)

55%

des e-donateurs de moins de 35 ans ont découvert une nouvelle association sur internet (contre 36% chez l'ensemble des donateurs)



31%

des e-donateurs de moins de 35 ans ont fait un don par SMS (contre 14% chez l'ensemble des donateurs)



31%

des e-donateurs de moins de 35 ans ont déjà donné via une plateforme sociale (contre 17% chez l'ensemble des donateurs)



DES JEUNES PLUS SENSIBILISÉS ET PLUS ACTIFS SUR INTERNET (2/2)

38%

des e-donateurs de moins de 35 ans ont déjà donné à un organisme comme un hôpital, une start-up ou un musée (contre 27% chez l'ensemble des donateurs)



36%

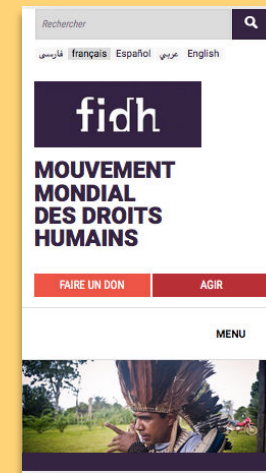
36% des e-donateurs de moins de 35 ans ont déjà donné à une association basée à l'étranger (contre 22% chez l'ensemble des donateurs)



DES ASSOCIATIONS QUI S'ADAPTENT À LA NAVIGATION MOBILE

50%

**DES ASSOCIATIONS
ONT UNE VERSION
MOBILE DE LEUR SITE**



**+21 POINTS
DEPUIS L'ANNÉE DERNIÈRE**

LES E-DONATEURS DE MOINS DE 35 ANS SE MOBILISENT DAVANTAGE LORS DES CRISES D'URGENCE

CONFLIT EN SYRIE



59% -35 ANS
33% MOYENNE

ATTENTATS DE JANVIER



48% -35 ANS
31% MOYENNE

ATTENTATS DE NOVEMBRE



50% -35 ANS
30% MOYENNE

CRISE DES RÉFUGIÉS



58% -35 ANS
32% MOYENNE

TABLE RONDE

Yaële Aferiat, AFF

Ann Avril, UNICEF France

Nam Ma Kim, Facebook France

Laurent Terrisse, Agence LIMITE

#Edon2016

CLÔTURE

IDAF

#Edon2016