



**PAPERSCOPE**

Sens et science du média courrier



## secteur Caritatif

Découvrez  
tout le potentiel  
du média courrier



**LA POSTE**  
SOLUTIONS  
BUSINESS



# Secteur caritatif

## CONTEXTE

« Le passage de l'impôt sur la fortune ISF à l'impôt sur la fortune immobilière IFI fait ressentir une perte d'au moins 50% des dons en moyenne sur l'ensemble des associations ou fondations\* ».

À ce contexte défavorable s'ajoutent d'autres facteurs qui risquent de perturber le comportement des donateurs : la multiplication des causes, le vieillissement de la population et le prélèvement à la source.

## OBJECTIF

**APPORTER** un nouvel éclairage sur le sujet en identifiant les freins et motivations des Français au don, leurs arbitrages individuels et les critères qui y président, leurs réactions aux différentes manières de s'adresser à eux, les causes qui les mobilisent...

## MÉTHODOLOGIE

Échantillon de 2.004 Français de 15 ans et +

Identification de deux cibles : Donateurs et Non Donateurs

Questionnaire administré online du 14 au 21 février 2019

Étude menée par l'institut d'études

\*Pierre Siquier, le président de la fondation France Générosités, le 25 juin 2018 sur France info.

# Les enseignements de l'étude

## 1. QUATRE FRANÇAIS SUR DIX FONT CHAQUE ANNÉE DES DONS DE 245 € AUX ASSOCIATIONS CARITATIVES

- 45% des Français font des dons d'argent à des associations ou fondations caritatives au moins tous les 2 à 3 ans et 40% déclarent donner chaque année.
- 7 donateurs sur 10 affirment donner à plusieurs associations chaque année : en majorité à 2 ou 3 organismes.

### LES PRINCIPALES CAUSES SOUTENUES

- 1 La lutte contre la pauvreté.
- 2 La recherche médicale contre le cancer.
- 3 La recherche contre le SIDA ou autres maladies.

## 2. LA CONFIANCE DANS LES ASSOCIATIONS S'ÉTABLIT À UN NIVEAU TOUT JUSTE CORRECT AUPRÈS DES FRANÇAIS DONATEURS

« Sur une échelle de 0 à 10, diriez-vous que vous avez confiance dans les associations ou fondations caritatives, humanitaires ? »

Note de confiance : 7 sur 10



Identifier les points de contact

### LES 3 PRINCIPAUX FREINS À DONNER

« Qu'est-ce qui pourrait vous empêcher de faire un don d'argent à une association ou fondation caritative, humanitaire ? »

1

**61%**

La crainte des détournements de fonds par les dirigeants / les fraudes

2

**51%**

Le fait d'avoir d'autres priorités, des contraintes financières

3

**46%**

Le manque d'information sur l'utilisation des fonds récoltés

**3. PLUS D'1 DONATEUR SUR 2 VA MAINTENIR SES HABITUDES EN MATIÈRE DE DONS EN 2019. EN REVANCHE PRÈS D'1 SUR 10 VA DIMINUER OU ARRÊTER DE FAIRE DES DONS D'ARGENT**

En 2019 : 53% des donateurs envisagent de continuer à donner le même montant, 31% font preuve d'attentisme, 7% pensent augmenter ce montant et 9% envisagent d'arrêter leurs dons ou les diminuer.

**LES CHANGEMENTS EN MATIÈRE DE FISCALITÉ ET LES CONTRAINTES FINANCIÈRES DES DONATEURS SONT LES PRINCIPALES RAISONS ÉVOQUÉES DE DIMINUTION OU D'ARRÊT DU DON.**

## 4. LE CHÈQUE EST LE MOYEN DE PAIEMENT LE PLUS UTILISÉ ET SUSCITANT LE PLUS CONFIANCE AUPRÈS DES DONATEURS RÉGULIERS

### UTILISATION DES MOYENS DE PAIEMENT

« Pour faire vos dons d'argent, vous arrive-t-il d'utiliser les modes de paiement suivants (donateurs annuels) ? »



« Sur une échelle de 0 à 10, diriez-vous que vous avez confiance, dans les différents modes de paiement suivants (donateurs annuels) ? »

### Note de confiance sur 10



Identifier les points de contact

## 5. LE COURRIER ADRESSÉ : 1ER MÉDIA EN TERMES D'APPRÉCIATION ET D'INCITATION À FAIRE DES DONS D'ARGENT AUX ASSOCIATIONS

### TOP 5 DES CANAUX DE COMMUNICATION UTILISÉS PAR LES ASSOCIATIONS CARITATIVES EN TERMES D'APPRÉCIATION AUPRÈS DES DONATEURS

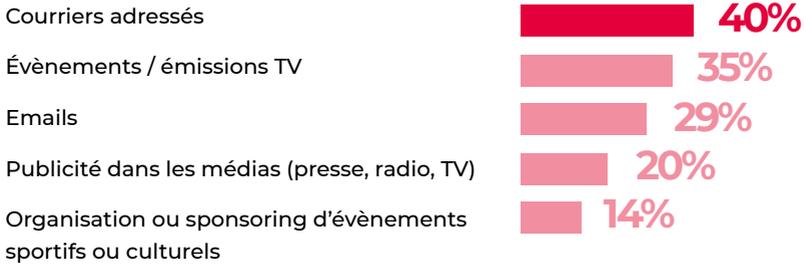
« Parmi la liste de canaux de communication suivants utilisés par les associations caritatives, humanitaires, quels sont ceux que vous appréciez particulièrement ? »



■ Le courrier est le 1er média cité quel que soit l'âge des donateurs.

## TOP 5 DES CANAUX DE COMMUNICATION EN TERMES D'INCITATION À FAIRE DES DONNÉS AUPRÈS DES DONATEURS

« Et parmi la liste de canaux de communication suivants, quels sont ceux qui vous incitent / vous inciteraient à faire des dons ? »



■ Le courrier adressé est le 1er canal incitant à faire des dons, y compris parmi les moins de 35 ans.



# COMMENT NOUS CONTACTER ?

## PAR TÉLÉPHONE



Nos 650 spécialistes entreprises  
sont à votre écoute du  
**lundi au vendredi de 9h à 18h**

(0,30€ TTC/min, à partir d'un téléphone fixe)

## PAR CHAT

[www.laposte.fr/entreprise](http://www.laposte.fr/entreprise)

**Posez toutes vos questions  
et dialoguez en direct**  
avec nos conseillers  
La Poste Solutions Business  
via le chat

## PAR COURRIEL

[service.clients@laposte.fr](mailto:service.clients@laposte.fr)

**Pour des informations** sur nos  
produits, nos services ou nous  
faire part de vos remarques  
ou suggestions

## PAR COURRIER

**Service Clients  
Courrier Entreprises  
99999 LAPOSTE**

Des **formulaires et  
enveloppes T gratuites** sont  
à votre disposition dans les  
établissements de La Poste



**eco  
logic** Neutralité  
Carbone

LA POSTE - S.A. au capital de 3 800 000 000 € - 356 000 000 RCS PARIS -  
Siège social : 9 RUE DU COLONEL PIERRE AVIA - 75015 PARIS - Janvier 2019  
Conception : BestDoc

Imprimé par BestDoc sur du papier issu de forêts gérées durablement.



Crédits photos : Andresr, Gilaxia, Djiledesign, Yulkapopkova, Master1305, Skynesher, Geber86,  
Aleksandar Nacic/iStock, JackF/Adobe Stock.



LA POSTE  
SOLUTIONS  
BUSINESS