

Dans un climat de défiance, les associations restent le dernier repère de confiance des Français

Une confiance globale en recul, dans un contexte pessimiste et une polarisation croissante

Alors que la défiance s'accentue dans la société française, le Baromètre 2025 de la confiance Viavoice pour Don en Confiance montre que les associations et fondations conservent une place singulière : **60 % des Français leur font confiance**, soit une légère baisse de 4 points par rapport à 2024, mais un niveau toujours supérieur à celui de la plupart des institutions publiques et politiques.

La confiance à l'égard des autres chute à **53 % (-8 points vs 2024)** ; à peine un Français sur cinq se dit confiant quant à l'avenir de la société. La confiance à l'égard des institutions politiques reste très faible (20 % pour le gouvernement (-1 point), 13 % pour les partis politiques). Dans ce contexte morose, les associations apparaissent comme un **repère stable et crédible**, en particulier auprès des **bénévoles (72%)**, **des diplômés du supérieur (65%)** et des **moins de 35 ans (68%)**, pour qui elles incarnent un vecteur concret de solidarité et de sens.

Dans ce contexte de fragilisation de la confiance, **le don reste l'un des rares actes qui continue de produire une dynamique positive**, tant pour les individus que pour la société.

Rachel Guez, directrice générale du Don en Confiance, explique : « *Le don active un enchaînement simple : se sentir utile renforce la confiance et la confiance encourage l'engagement. Cette dynamique explique la place singulière qu'occupent encore les associations dans le paysage français.* »

Cet enchaînement se retrouve aussi dans les priorités exprimées par les Français, notamment dans les domaines qui recueillent les niveaux d'adhésion les plus élevés. Les causes qui inspirent le plus confiance restent la **protection des animaux (72 %)**, la **recherche médicale (71 %)** et la **protection de l'enfance (67 %)**. Viennent ensuite l'**aide d'urgence aux populations**, le soutien aux **personnes malades ou en situation de handicap** (toutes deux à 67 %), ainsi que la **lutte contre les violences faites aux femmes (66 %)**.

Rachel Guez, poursuit : « *dans un contexte où la confiance dans les institutions se délite, les associations restent perçues comme des repères phares. Ce capital de confiance impose plus que jamais une exigence de transparence et de rigueur dans l'usage des dons.* »

Les Français continuent de donner, mais différemment

77 % des Français ont déjà fait un don, dont 45 % mêlent désormais **canaux traditionnels et nouveaux dispositifs** (arrondis solidaires, cagnottes, lives caritatifs...).

La proportion de **donateurs réguliers** reste stable (44 %), mais les pratiques se diversifient : 51 % déclarent avoir déjà contribué via des formats numériques ou collaboratifs.

Si le **manque de confiance dans l'utilisation des fonds (65%)** et le **manque d'argent (56%)** demeurent les deux premiers freins au don, les motivations restent stables :

- la cause défendue (65 %),
- la traçabilité de l'argent donné (58 %),
- et l'efficacité des actions menées (51 %).

Autre enseignement : le **sentiment d'utilité** progresse. 78 % des répondants estiment que leur don est réellement utile, et 73 % le perçoivent comme une **forme d'engagement citoyen**.

Dans un contexte économique tendu, la **dimension fiscale** prend également de l'**importance** :

- **84 %** des Français savent que les dons ouvrent droit à une déduction d'impôt,
- et **62 %** déclarent que cet avantage les incite à donner, une proportion qui atteint **76 % chez les donateurs réguliers.**

Une éventuelle réduction de ces avantages fiscaux ferait baisser le montant ou la fréquence des dons pour **une personne sur deux.**

Transparence et reconnaissance : les clés de la confiance

La transparence demeure le premier levier de confiance :

- **65 %** attendent des associations qu'elles rendent compte de leurs actions,
- **64 %** qu'elles affichent clairement leur mission et qu'elles s'y tiennent
- **63 %** qu'elles gèrent les dons de façon rigoureuse,
- et **62 %** qu'elles fassent preuve de transparence financière.

La confiance se nourrit aussi de preuves : **près de 7 français sur 10 (69 %)** accordent davantage leur confiance à une association reconnue par un organisme tiers indépendant, tel que Don en Confiance. Et, ils sont tout aussi nombreux (**69 %**) à affirmer que cette reconnaissance les encourage à donner, une proportion qui atteint **82 %** chez les donateurs réguliers.

Ces résultats confirment le rôle structurant de la **reconnaissance indépendante Don en Confiance** : un repère de fiabilité et de rigueur qui répond aux attentes croissantes des citoyens en matière de **transparence, d'efficacité et d'éthique.**

Méthodologie

Baromètre de la confiance réalisé en ligne du 20 au 25 août 2025 par l'Institut Viavoice, auprès d'un échantillon représentatif de 2 000 personnes âgées de 18 ans et plus, selon la méthode des quotas (sexe, âge, profession, région, catégorie d'agglomération).

À propos

La **reconnaissance Don en Confiance** a pour mission d'assurer la confiance du donneur et de garantir la transparence dans l'utilisation des dons.

Elle repose sur une **reconnaissance indépendante**, attribuée aux associations et fondations qui respectent le **référentiel déontologique du Don en Confiance**, fondée sur cinq principes : transparence, efficacité, probité, respect du donneur et RSE. Cette reconnaissance est matérialisée par un **logo repère**, symbole d'un contrôle continu et d'un accompagnement régulier.

A ce jour, plus de **100 organisations sont reconnues Don en Confiance.**

Contact presse :

Naoielle Benhamadi | 07 43 03 13 52 | nbenhamadi@donenconfiance.org
www.donenconfiance.org