

Publication de la 4ème édition de l'Observatoire national et régional des générosités

Étude Odoxa pour Leetchi, en partenariat avec France Bleu

Créé en 2018 à l'initiative de Leetchi, l'Observatoire national et régional des générosités est né d'une volonté d'étudier et de faciliter les manifestations de générosité des Français sur le territoire. Réalisé par l'institut Odoxa, l'observatoire décrypte chaque année les facteurs qui incitent les Français à donner de l'argent, du temps ou des biens à des causes solidaires. La 4ème édition révèle des tendances sur les motivations des Français et confirme leur besoin accru de personnaliser leur don.

- **Malgré un contexte économique incertain, l'érosion du don a été limitée** : cette année, les Français ont donné en moyenne 207€. La baisse du montant des dons est deux fois moins forte que celle de 2020
- **La recherche médicale/ lutte contre les maladies reste la cause préférée des Français** dans toutes les régions. Elle est suivie de la protection de l'enfance et de la protection des animaux.
- **La générosité s'exprime aussi sous d'autres formes** : une grande majorité des Français fait des dons en nature ou des actions de bénévolat.
- **La proximité et la personnalisation du don, deux tendances qui se confirment** : les Français privilégient les causes locales. Dans les années à venir, ils se tourneront davantage vers les personnes en difficulté de leur entourage et les associations locales. Ils privilégieront également les dons à des personnes plutôt qu'à des organismes.
- **Le besoin d'agir est le premier moteur du don devant l'habitude et l'émotion**. Les 25-34 ans sont les plus soucieux de leur impact.

La baisse des dons se poursuit mais elle est moins forte que les années précédentes

Au cours des 12 derniers mois, les Français ont donné en moyenne 207€ à des associations, fondations, projets ou directement à des personnes en difficulté, soit 6€ de moins qu'en 2020. Cependant, même si la baisse se poursuit, elle est deux fois moins forte que celle enregistrée l'an dernier (-12€) et trois fois moins que celle de 2019 (-21€).



L'Île-de-France reste la région où les habitants ont fait les dons les plus importants en 2021 (265€) mais où le montant du don baisse de 56€, se rapprochant de celui des autres régions. Viennent ensuite la Normandie (228€ / +71€), la région PACA (222€ / +51€), les Pays de la Loire (218€ / +29€) et l'Auvergne Rhône-Alpes (206€ / +28€).

¹ Enquête réalisée auprès d'un échantillon de Français interrogés par Internet du 18 au 23 novembre 2021

Le pouvoir d'achat et un déficit de confiance sur l'utilisation des dons expliquent cette tendance à la baisse

28% des Français indiquent avoir fait moins de dons au cours des 12 derniers mois. Parmi eux, 79% affirment qu'ils peuvent moins se le permettre qu'auparavant. Une raison avancée en priorité par toutes les catégories des Français et en progression de 3 points par rapport à l'an dernier. 58% déclarent qu'ils donnent moins car ils ont des doutes sur l'utilisation faite des dons. Une justification en baisse de 6 points mais qui soulève encore le besoin de transparence des Français. 54% déclarent ensuite qu'ils sont trop sollicités, 29% que l'intérêt fiscal leur est apparu moins évident et 25% que moins de causes les ont touchées.

La recherche médicale et lutte contre les maladies demeure la cause préférée des Français

Cette année, la recherche médicale et lutte contre les maladies reste la cause à laquelle les Français préfèrent confier leurs dons (38%) dans toutes les régions. Dans un contexte encore marqué par l'urgence sanitaire, elle devance la protection de l'enfance (27%), puis la protection des animaux/ préservation des espèces (25%). Les plus de 25 ans citent plus que les autres la protection des animaux/ préservation des espèces (34%) et la protection de l'environnement (28% contre 16% en moyenne).

La générosité prend également d'autres formes que le don financier

68% des Français réalisent des dons en nature ou donnent de leur temps pour du bénévolat. Plus particulièrement, ils sont, de temps en temps ou régulièrement, 61% à effectuer des dons en nature et 33% à s'impliquer dans des actions de bénévolat. **Un tiers de ces Français apportent une aide en nature ou en temps directement aux personnes concernées plutôt que via des associations ou fondations.**

Dans le Grand Est, trois collègues travaillant dans le domaine de la santé font partie de ces nouveaux bénévoles qui organisent des cagnottes pour des causes auxquelles ils tiennent. Chaque année, ils réalisent à vélo l'ascension d'un col mythique du tour de France ou d'Europe au profit des enfants malades. En 2021, ils se sont lancé un nouveau défi pour l'association Les parents d'Hugo qui œuvre aux côtés des enfants malades et de leur famille dans la région. [La cagnotte](#) ouverte pour l'occasion a permis de récolter 6 650€.

De plus en plus, les Français veulent personnaliser leur don et privilégient les causes locales

43% des Français privilégient les causes locales devant les causes nationales (41%) et internationales (14%). Une tendance qui rappelle leur besoin de transparence : donner près de chez soi, à une cause locale bien identifiée rassure.

64% des Français auront tendance à privilégier, dans les années à venir, les dons à des personnes en difficulté de leur entourage, à des associations locales (56% / +9 points) ou à une cause ciblée (48% / +2 points). La tendance au don de proximité se confirme. Elle est renforcée par le fait que 45% (+5 points) des Français privilégieront des dons à des personnes plutôt qu'à des organismes. Ce besoin accru d'individualiser son don est observé depuis la création de l'observatoire en 2018.

Dans les Hauts-de-France, près de 1600 donateurs se sont mobilisés pour financer un véhicule adapté au transport en fauteuil roulant de Victoire, une petite fille habitant à Bonningues-lès-Ardres. Plus de 47 400€ ont été collectés sur [la cagnotte](#) créée à l'initiative du club de football de ce village. En Auvergne Rhône-Alpes, [la cagnotte](#) organisée par une habitante de Châteauneuf pour soutenir les propriétaires du zoo de Saint-Martin-la-Plaine et leurs employés face aux difficultés financières a atteint plus de 87 700€ et 2 540 participations.

Plus que l'habitude, c'est le besoin d'agir qui motive les Français à donner

Lorsqu'ils font un don, 38% des Français sont guidés par le besoin d'agir. Un moteur qui devance l'habitude (24%), c'est-à-dire le fait de donner régulièrement à une même cause, l'émotion (21%) et le don déclenché en réponse à une sollicitation (14%). On note une disparité au sein des âges : les retraités donnent plus souvent par habitude (37%) alors que 46% des 25-34 ans sont motivés avant tout par le besoin d'agir.

Les 25-34 ans sont également 43%, et les 18-24 ans 38%, à donner souvent ou parfois à la suite d'un événement dans l'actualité ou après avoir entendu parler d'un sujet dans les médias. C'est plus que la moyenne puisque 32% des Français sont influencés par un événement dans l'actualité ou un sujet médiatisé et cela arrive parfois (27%) plus que souvent (5%).

Selon Alix Poulet, CEO de Leetchi, *“l'étude met en lumière la volonté des Français de donner un impact à leurs dons. La préférence est accordée aux dons de proximité et aux causes locales qui offrent une transparence et un suivi accru des actions menées. La motivation principale pour donner est le besoin d'agir. Un besoin qui guide tout particulièrement une jeune génération engagée, qui l'année dernière se révélait être la plus généreuse.”*

Résultats complets de l'étude et exemples de cagnottes solidaires disponibles sur demande.

À propos d'Odoxa

Odoxa a été créé en 2014 par deux professionnels des études et des médias. Odoxa est un institut d'étude indépendant centré sur les études d'opinion dans les domaines corporate, santé publique, climat social, société et politique..

À propos de Leetchi

Leetchi est la cagnotte en ligne de référence avec **16 millions d'utilisateurs**. Depuis plus de onze ans, **la plateforme facilite la générosité** grâce à une cagnotte en ligne simple, rapide et sécurisée. Elle permet à chacun-e de réaliser le projet qui lui tient à cœur en collectant de l'argent pour offrir un cadeau commun, organiser un événement à plusieurs ou concrétiser un projet solidaire.

En 2020, 208 millions d'euros ont été collectés sur Leetchi dont 67 millions d'euros pour des projets solidaires.

Générosité, Responsabilité et Diversité sont les trois valeurs motrices de la plateforme.

Leetchi est dirigée par Alix Poulet et filiale du Crédit Mutuel Arkéa. [@leetchiweb](#)

Contact presse :

01 88 24 11 52 - presse@leetchi.com