



pour



# Les Organisations Non- Gouvernementales et les réseaux sociaux

Rapport de résultats – novembre 2016

---

*Delphine Martelli-Banégas, Directrice du département Corporate*  
*Tiphaine Favré, Chargé d'études sénior au Département Corporate*



# Méthodologie d'enquête



**Enquête réalisée en ligne du 22 au 25 novembre 2016**

---



**Echantillon de 1020 personnes représentatif des internautes français âgés de 15 ans et plus**

---



**Méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle et région de l'interviewé(e)**

---

*Rappel : sont présentés dans ce rapport les résultats de l'étude précédemment menée en décembre 2014*

# Résultats détaillés



**Une visibilité des ONG sur les réseaux sociaux qui progresse et qui touche près de 3 Français sur 10 (+6 points depuis la précédente mesure réalisée en décembre 2014).**

**D'une manière suivez-vous sur les réseaux sociaux les publications ou actualités des Organisations Non-Gouvernementales (ONG) ou associations caritatives ?**

- À tous -

# En 2016

# 27%

*Rappel 2014 : 21%*

des internautes français déclarent suivre les publications ou actualités d'au moins une ONG ou association humanitaire sur les réseaux sociaux

Ces personnes présentent un profil particulièrement consommateur de réseaux sociaux.

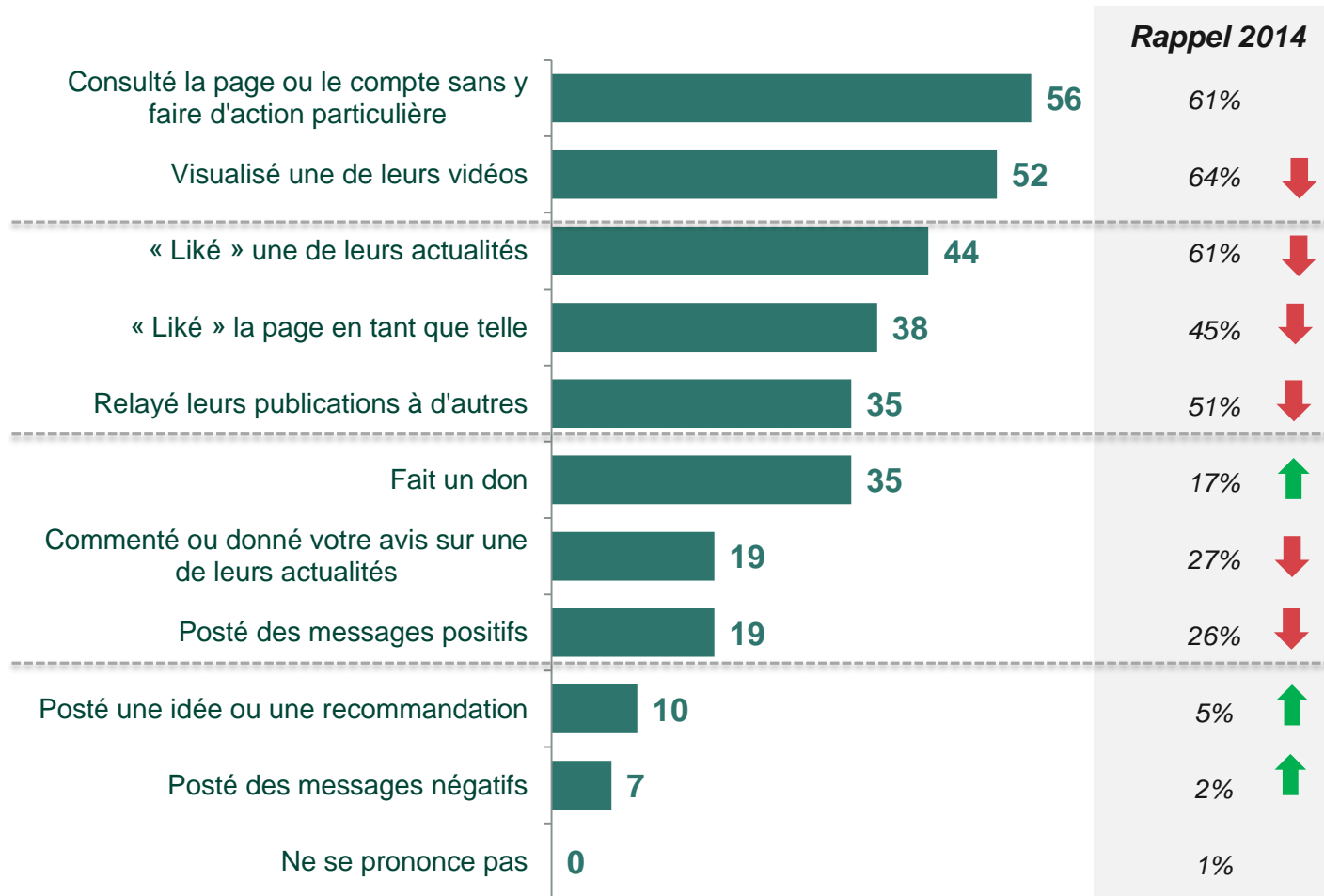
Elles sont plus nombreuses que la moyenne à consulter les pages :

- des médias
- des responsables politiques
- des associations de façon générale

## Les socionautes suivent principalement les ONG sur les réseaux sociaux pour s'informer, regarder une vidéo ou encore « liker » leurs publications.

**Vous suivez l'actualité de certaines ONG ou associations caritatives sur les réseaux sociaux. Quelles sont toutes les choses/actions que vous avez déjà faites sur ces pages de réseaux sociaux ?**

- À ceux qui suivent les actualités d'ONG ou associations caritatives sur les réseaux sociaux : 27% -



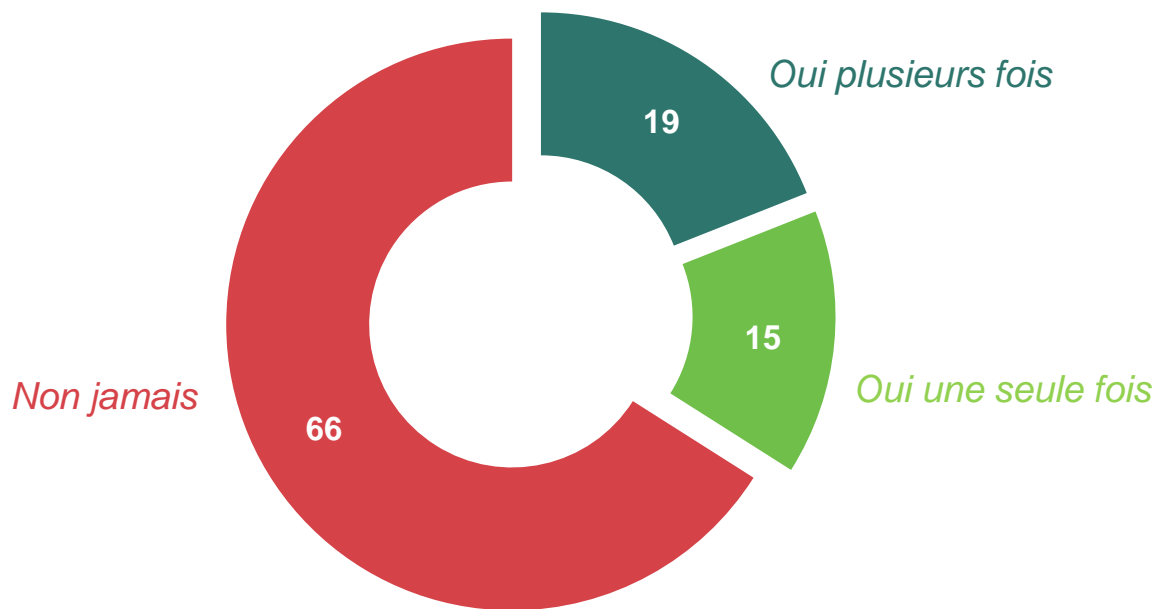
**Un peu plus d'1/3 des socionautes ont déjà renoncé à partager un contenu publié par une ONG parce qu'ils avaient peur de choquer leurs contacts.**

**Personnellement, vous est-il déjà arrivé d'avoir envie de « liker »/« retweeter »/« faire suivre » une actualité publiée par une ONG ou association caritative sur les réseaux sociaux, mais de renoncer à le faire parce que vous aviez peur de choquer un de vos contacts ?**

- À ceux qui suivent les actualités d'ONG ou associations caritatives sur les réseaux sociaux : 27% -

**Oui : 34%**

Rappel 2014 :  
Oui 37%

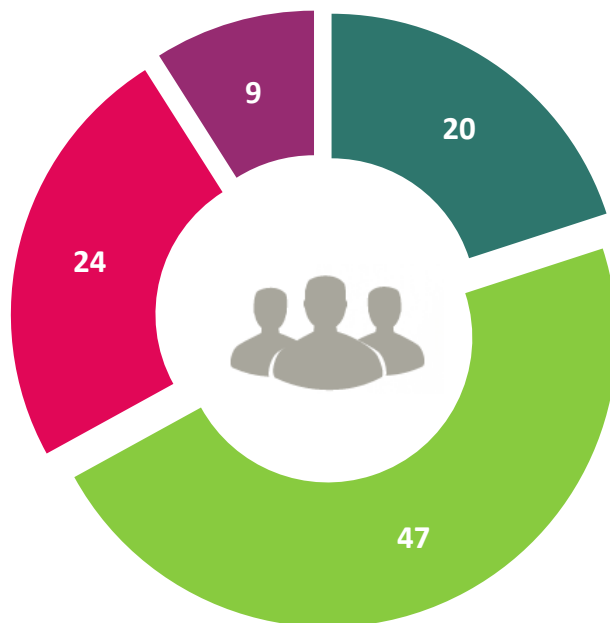


**Plus des 2/3 des Français considèrent qu'il est important, voire indispensable, pour les ONG d'être présentes sur les réseaux sociaux. Un jugement qui tend à progresser (+5 points par rapport à 2014).**

**Selon vous, est-il indispensable, important, pas vraiment nécessaire ou pas du tout nécessaire qu'une ONG ou une association caritative soit active sur les réseaux sociaux, en publiant régulièrement du contenu ?**

- À tous -

**Pas nécessaire : 33%**



**Indispensable / Important : 67%**

*Rappel 2014 :  
Oui 62%*

■ Indispensable    ■ Important    ■ Pas vraiment nécessaire    ■ Pas du tout nécessaire

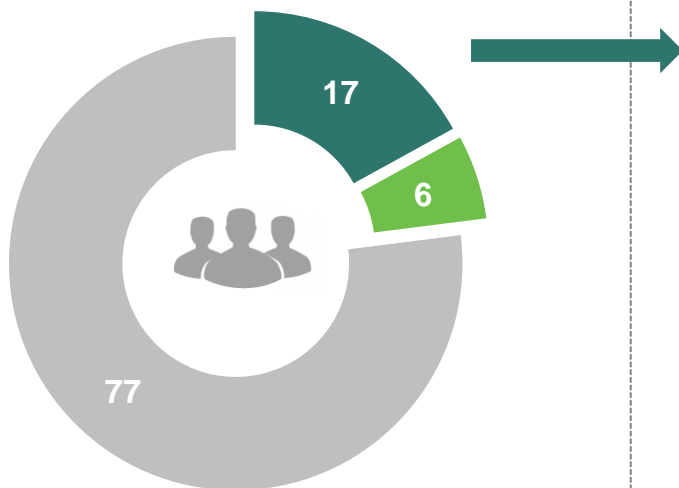
## Pour autant, la simple présence d'une ONG sur les réseaux sociaux ne suffit pas à influencer son image, mais cela peut peser sur sa notoriété.

De façon générale, le fait qu'une ONG ou une association caritative soit active sur les réseaux sociaux vous donne-t-il une meilleure image de cette ONG, une moins bonne image de cette ONG, ou cela ne change pas l'image que vous avez de cette ONG ?

De façon générale, lorsqu'une ONG ou une association caritative est active sur les réseaux sociaux, cela lui permet-elle... ?

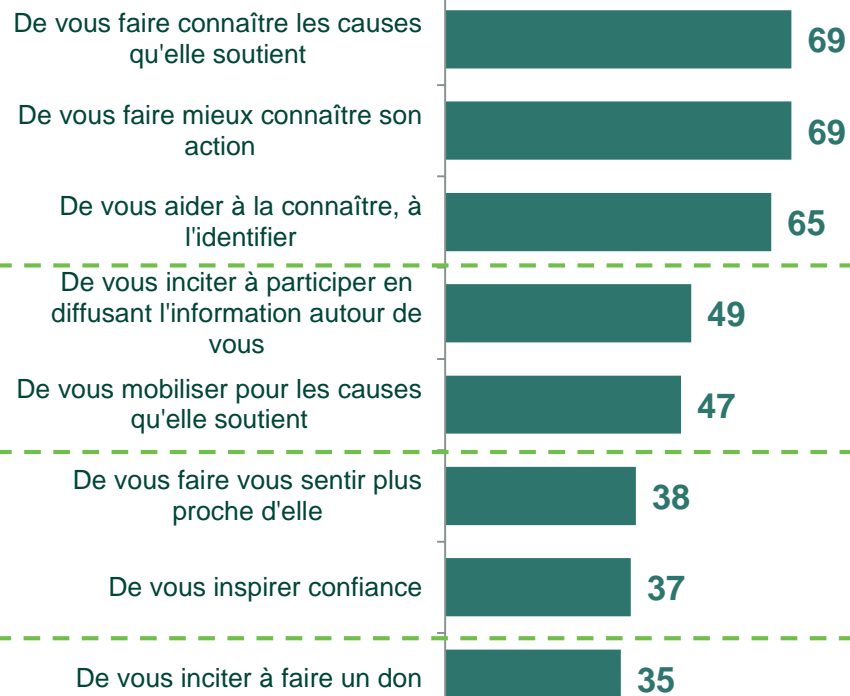
- À tous -

En 2014, 77% des socionautes jugeaient que la simple présence d'une ONG sur les réseaux sociaux n'a pas d'impact direct sur l'image qu'ils s'en font



■ Donne une meilleure image de l'ONG

Plus précisément, la présence sur les réseaux sociaux peut avoir un impact en termes de notoriété, mais pas de proximité

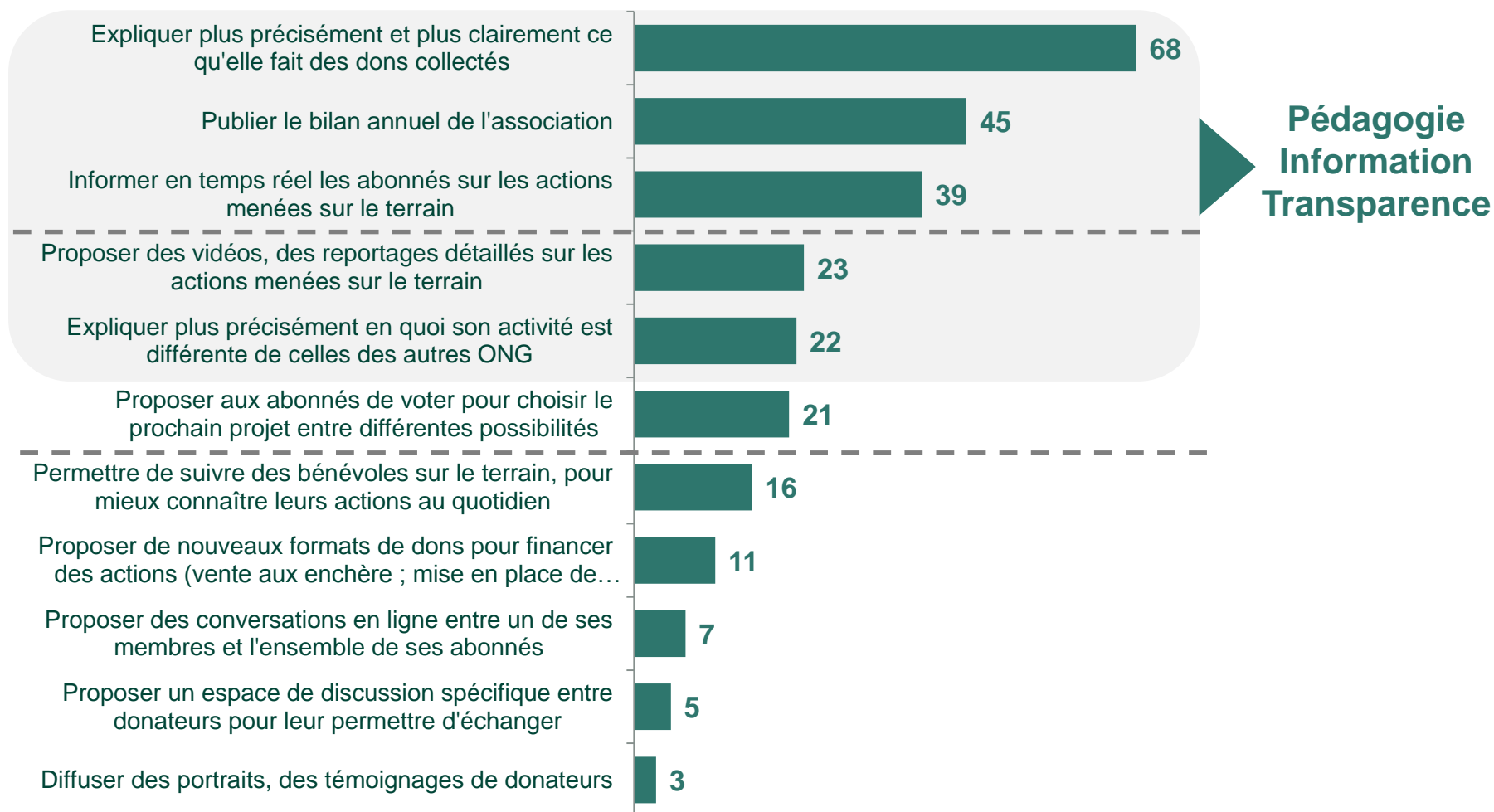




## Quelles attentes : davantage de pédagogie, de transparence, mais peu d'attentes « participatives »

### Quelles sont les principales attentes à l'égard des ONG sur les réseaux sociaux ?

- À tous -





## Contact Harris Interactive

---

Delphine MARTELLI-BANEGAS  
dmartelli@harrisinteractive.fr  
01 44 87 60 81

---

Bruno David  
bruno.david@communicationsansfrontieres.org  
01.80.48.90.69

ahead of what's next