

« Les ONG, les réseaux sociaux et l'engagement citoyen en 2017 », les résultats du Baromètre Harris Interactive 2017 pour Communication Sans Frontières et Facebook dévoilés à l'occasion du premier Sommet Social Good de Facebook en France

Paris, le 6 juillet 2017 - A l'occasion du premier Sommet Social Good de Facebook France, organisé en partenariat avec Communication Sans Frontières, Harris Interactive, la Fonda et l'Association Française des Fundraisers, les résultats du Baromètre Harris Interactive 2017 pour Communication Sans Frontières et Facebook « Les ONG, les réseaux sociaux et l'engagement citoyen en 2017 » ont été dévoilés devant des centaines d'acteurs associatifs français.

Face aux opportunités offertes par les réseaux sociaux, les responsables associatifs mettent aujourd'hui en avant leur volonté de s'appuyer sur le numérique afin de mieux se faire connaître, améliorer leur mode de fonctionnement et leur proximité avec leurs publics, ou encore développer la collecte de fonds. Ce baromètre, restituant les réponses d'un double échantillon de répondants issus du grand public et du monde associatif, constitue une enquête inédite sur l'évolution et les enjeux de cette numérisation. En voici les principaux enseignements :

Une visibilité et un engagement importants

- 100% des associations interrogées sont actives sur les réseaux sociaux
- 29% des internautes suivent les actualités des associations sur les réseaux sociaux
- 47% des socionautes relaient les publications d'associations à d'autres personnes

Les réseaux sociaux utiles pour mobiliser, améliorer l'image et renforcer la confiance

- 94% des responsables associatifs jugent les réseaux sociaux utiles pour mobiliser les citoyens
- 73% des responsables pensent que la présence de leur association sur les réseaux sociaux améliore son image
- 43% des Français estiment que la présence d'une association sur les réseaux sociaux renforce leur confiance

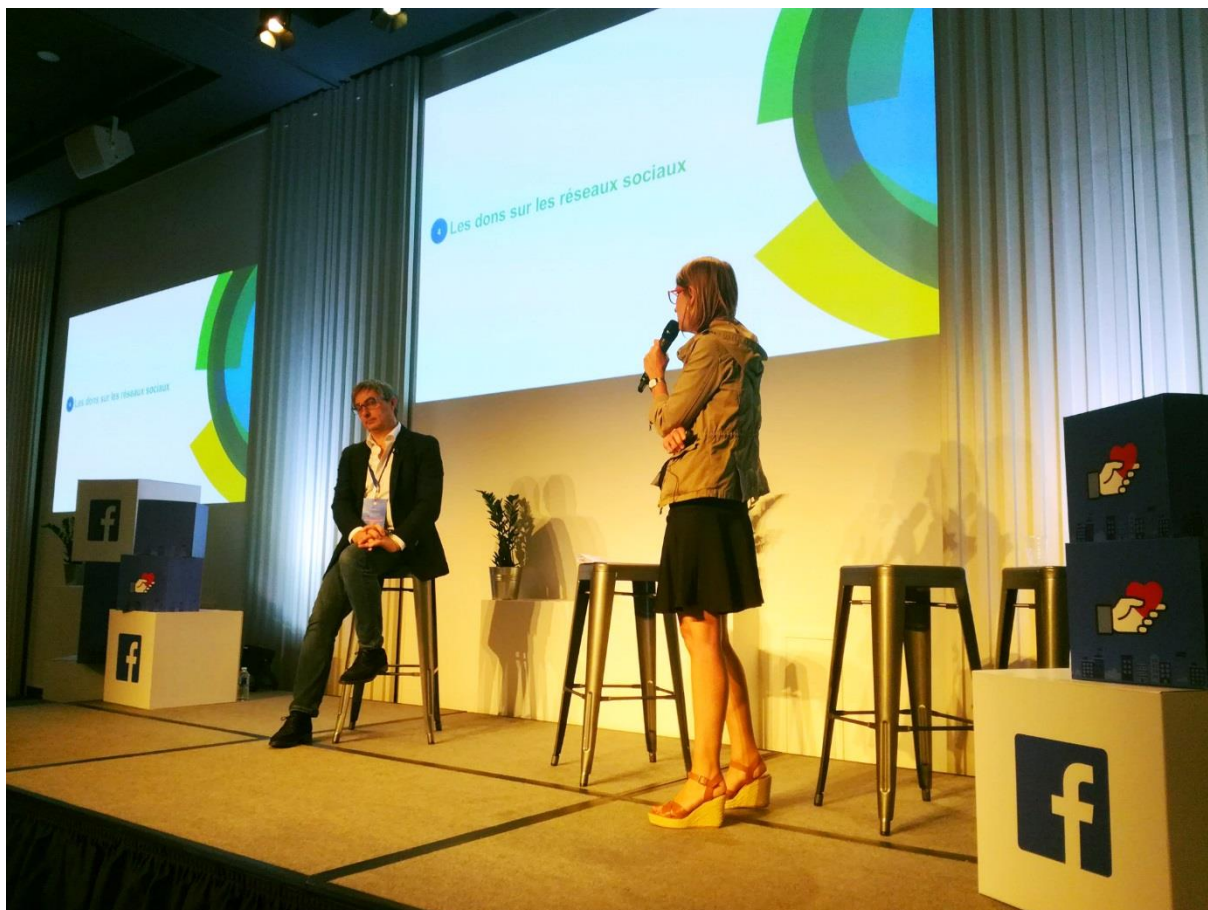
Des attentes divergentes sur les contenus partagés par les ONG

- 60% des responsables associatifs estiment que les ONG doivent prioritairement proposer des vidéos et reportages
- Les internautes attendent en priorité des ONG qu'elles utilisent les réseaux sociaux comme un vecteur de transparence sur leur fonctionnement (19%)

L'appel au don est une pratique installée, mais le don sur les réseaux sociaux est encore limité

- 78 % des associations ont déjà fait des appels au don via les réseaux sociaux
- 19% des Français déclarent être en confiance pour faire un don sur les réseaux sociaux

Grâce à ces enseignements, précieux pour les acteurs du monde associatif, des leviers et des propositions concrètes pourront être identifiés et mis en œuvre, afin de permettre aux ONG et aux associations de tirer le meilleur parti des réseaux sociaux.



Les résultats de ce baromètre ont été présentés à l'occasion du premier Sommet Social Good de Facebook en France. Rassemblant des centaines de représentants des milieux associatifs et de la société civile, le Sommet Social Good a alterné conférences, panels, formations thématiques et ateliers interactifs, pour permettre aux associations de démultiplier leur impact et de faire connaître leur cause grâce aux nouvelles technologies.

Le Sommet Social Good s'inscrit dans le prolongement des nombreuses initiatives mises en place par Facebook à destination des ONG et des associations. Convaincu que sa plateforme constitue un formidable canal de diffusion de messages, d'amplification de collectes de fonds et d'organisation de la solidarité, Facebook a développé de nombreux outils, fonctionnalités et programmes pour permettre aux communautés et aux organisations de la société civile de bénéficier de toutes ses potentialités :

- ressources en ligne : le centre de ressources Facebook for Nonprofits, l'outil de cartographie des catastrophes Disaster Maps
- outils et fonctionnalités : le bouton "Faire un don" pour les organisations à but non lucratif (US uniquement), la certifications des Pages des associations
- rendez-vous réguliers avec le monde associatif : la compétition créative annuelle "Hack for Good" au profit d'une association, la Social Good Week
- formations et accompagnement : les Social Good Day de Facebook, qui visent à former des organisations à but non lucratif aux outils Facebook et à leur présenter les bonnes pratiques pour sensibiliser la communauté Facebook à une cause

"Le baromètre 2017 d'Harris Interactive pour Communication Sans Frontières et Facebook montre à quel point les enjeux citoyens et démocratiques sont au cœur du chemin conversationnel des ONG et de leurs audiences. Et les Français apparaissent comme très demandeurs ! En particulier pour raconter le travail de terrain des associations et appeler à les soutenir financièrement", déclare Bruno-Georges David, Président Fondateur de Communication Sans Frontières.



"Harris Interactive est très fier d'accompagner CSF et Facebook pour identifier, au fil des années, les clés d'un dialogue et d'une relation renouvelés entre ONG et internautes", ajoute Delphine Martelli-Banégas, directrice du département Corporate de Harris Interactive.

"Nous croyons profondément que le numérique peut être un vecteur de changement social positif, comme en témoignent les résultats du Baromètre Harris Interactive pour Communication Sans Frontières et Facebook rendu public ce matin. A travers notre programme "Social Good", nous engageons de nombreuses initiatives pour mettre la technologie au service de ceux qui souhaitent apporter des réponses à des enjeux de société majeurs.", déclare Delphine Reyre, Director Public Policy Europe.

Vous trouverez dans le dossier de presse joint :

- Tous les enseignements du baromètre Harris Interactive pour CSF et Facebook
- Facebook soutient les acteurs de la société civile
- Des fonctionnalités au service de la communauté

###

A propos de Harris Interactive

Harris Interactive France est un acteur historique du marché des études. Dirigé par ses fondateurs Nathalie Perrio-Combeaux et Patrick Van Bloeme, l'institut propose des approches innovantes, qualitatives et quantitatives, en France comme à l'international. Animé par l'énergie de la passion, porté par l'innovation et convaincu que le marché est en pleine mutation, Harris Interactive accompagne ses clients face à leurs challenges et repense avec eux le métier des études. Depuis juillet 2014, Harris Interactive Europe a rejoint ITWP (société mère de Toluna) permettant ainsi à ce groupe international d'étendre sa présence dans la filière études. <http://harris-interactive.fr/>

A propos de Communication Sans Frontières

Communication Sans Frontières a été fondé en 2003 par Bruno-Georges David. L'ONG accompagne de nombreuses structures de l'ESS dans leur approche de la communication et fédère des étudiants, chercheurs et professionnels des (STIC). Très innovante et pro-active, l'ONG est reconnue comme étant un pivot essentiel de la réflexion sur la communication non marchande. Elle sensibilise toutes les parties prenantes aux enjeux de la communication solidaire. Outre ses activités d'Observatoire de la communication solidaire, Communication Sans Frontières organise tous les ans le

Grand Prix de la communication Solidaire et les Rencontres de la communication solidaire
www.communicationsansfrontieres.org | <https://www.facebook.com/Communication-Sans-Frontières>

A propos de Facebook

La mission de Facebook est de donner le pouvoir aux gens de construire des communautés pour rassembler le monde. Dans le monde, 2 milliards de personnes utilisent Facebook pour rester connectées à leurs proches, se tenir au courant des actualités et échanger sur ce qui compte pour eux. En France, 33 millions de personnes utilisent Facebook chaque mois. Facebook souhaite que l'ensemble des acteurs de la société civile profitent au mieux des multiples opportunités offertes par le digital. Dans cet esprit, Facebook a développé un programme Social Good. Au travers de ce programme, Facebook propose des fonctionnalités et des conseils spécifiques pour les associations qui voudraient utiliser la plateforme pour amplifier leurs messages, recruter des bénévoles ou lever des fonds.

<https://www.facebook.com/business/a/social-good> / <https://www.facebook.com/FacebookFrance>