

Une étude



pour



croix-rouge française

Les Français et les associations caritatives et humanitaires

Comment les Français perçoivent-ils les associations caritatives et humanitaires ? Quel rôle doivent-elles jouer dans la société ? Comment peuvent-elles répondre aux nouvelles attentes des Français ?

Juin 2019

Magalie Gérard, Directrice adjointe du Département Politique – Opinion

Julien Potéreau, Directeur d'études au Département Politique – Opinion

Morgane Hauser, Chargée d'études senior au Département Politique – Opinion

Méthodologie d'enquête



Enquête réalisée **en ligne** du **5** au **7 février** 2019.



Échantillon de **1000** personnes représentatif des Français âgés de 18 ans et plus.



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



Aide à la lecture des résultats détaillés :

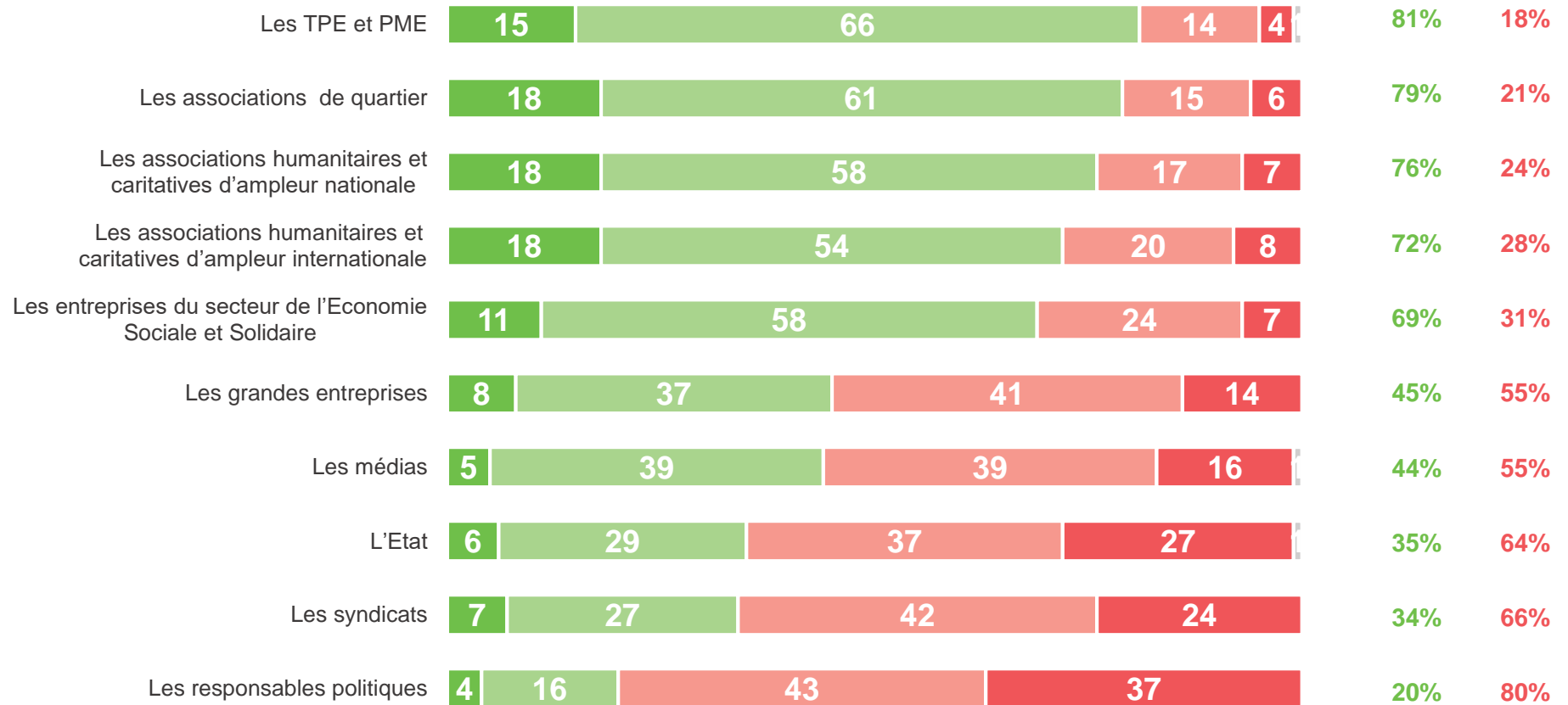
- Les chiffres présentés sont exprimés en pourcentage.
- Les chiffres en italique sont ceux qui apparaissent significativement au-dessus de la moyenne.

Les associations, quelle que soit l'ampleur de leur rayonnement, font partie des acteurs en qui les Français ont le plus confiance, avec les TPE/PME et les entreprises du secteur de l'ESS

De manière générale, diriez-vous que vous avez une bonne ou une mauvaise image de chacun des acteurs suivants ?

- À tous, en % -

Bonne image Mauvaise image



■ Très bonne image ■ Plutôt bonne image ■ Plutôt mauvaise image ■ Très mauvaise image ■ Ne se prononce pas

Quel que soit le type d'association concerné, les Français et a fortiori les plus aisés d'entre eux indiquent une image majoritairement positive

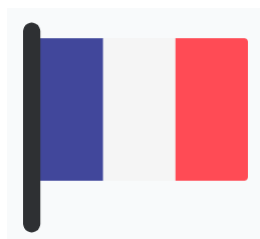
De manière générale, diriez-vous que vous avez une bonne ou une mauvaise image de chacun des acteurs suivants ?

- À tous, en % « Bonne image » -



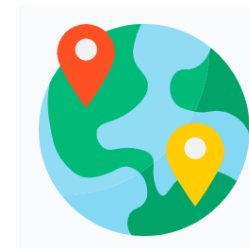
79%
de bonne image pour les associations de quartier

50 ans et plus : 83%
Catégories aisées : 81%



76%
de bonne image pour les associations d'ampleur nationale

Femmes : 78%
Catégories aisées : 81%



72%
de bonne image pour les associations d'ampleur internationale

Catégories aisées : 79%

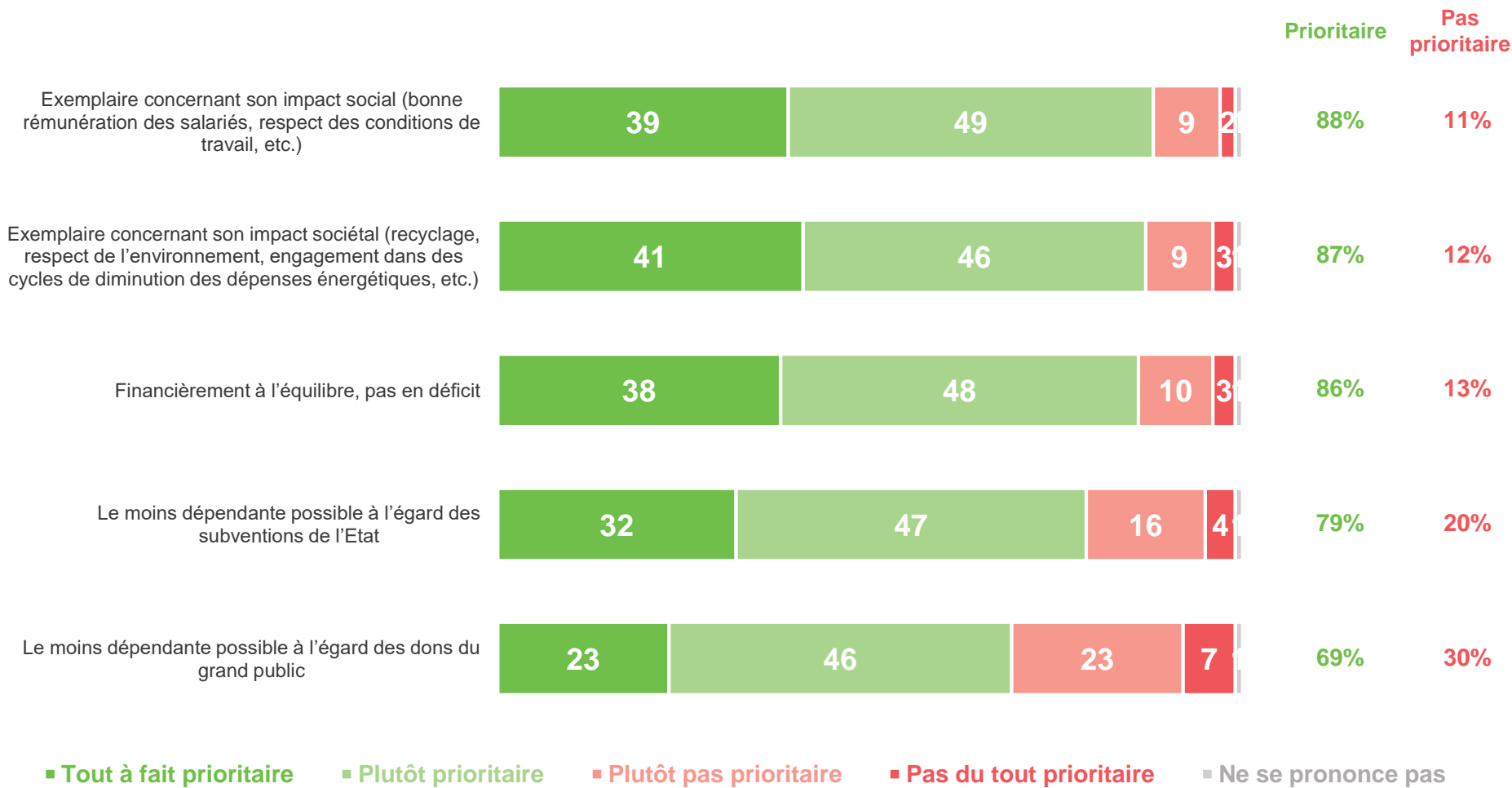


A noter que les plus jeunes, quant à eux, ont un regard plus positif que la moyenne sur l'Etat, les syndicats et les responsables politiques

Il est attendu une forme d'exemplarité de la part des associations aujourd'hui : concernant leur impact social ou sociétal et le sérieux de leur gestion notamment

Pour vous, selon l'idée que vous vous en faites dans l'absolu, est-il prioritaire ou pas pour une association humanitaire ou caritative d'être... ?

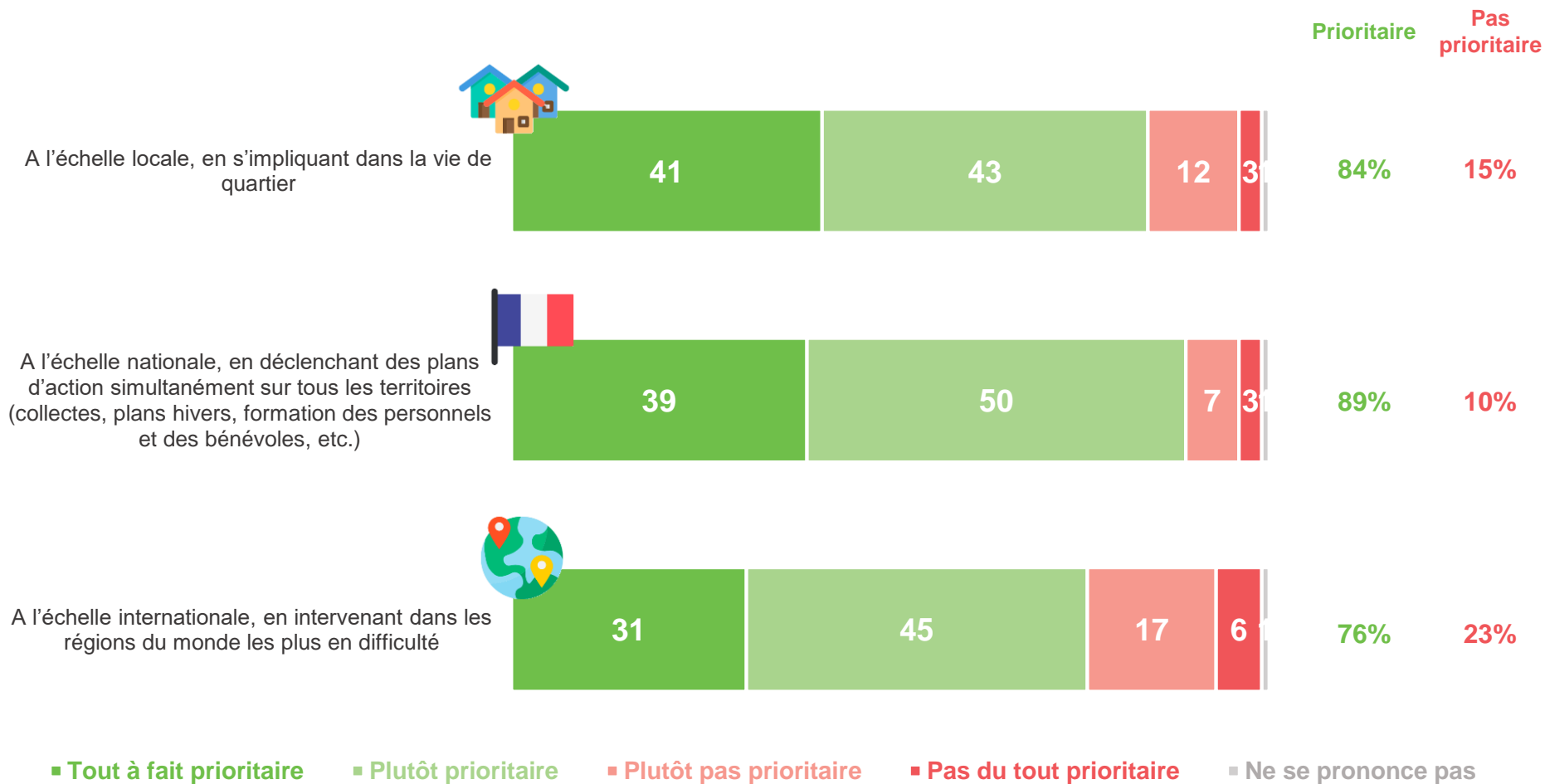
- À tous, en % -



A l'heure actuelle, les actions à l'échelon local et à l'échelon national préoccupent le plus les Français, malgré une importance toujours forte accordée à l'international

Pour vous aujourd'hui, est-il prioritaire ou pas prioritaire pour les associations humanitaires et caritatives d'agir... ?

- À tous, en % -



Les associations sont soumises à certaines attentes en matière d'innovation

Chacun des termes suivants correspond-il bien ou mal à l'idée que vous vous faites des associations humanitaires et caritatives? Pour vous, selon l'idée que vous vous en faites dans l'absolu, est-il prioritaire ou pas pour une association humanitaire ou caritative d'être... ?

- À tous, en % -



53%

des Français estiment que **les associations humanitaires et caritatives sont innovantes**

71%

des Français estiment qu'il est **prioritaire pour les associations humanitaires et caritatives d'être engagées dans de nouveaux modes d'action et de communication** (réseaux sociaux, plateformes collaboratives, etc.)

Contacts

Merci de noter que toute **diffusion de ces résultats** doit être accompagnée des éléments techniques suivants :
le **nom de l'institut**, le **nom du commanditaire de l'étude**,
la **méthode d'enquête**, les **dates de réalisation** et la **taille de l'échantillon**.

Suivez l'actualité de Harris Interactive sur :



www.harris-interactive.com



[Facebook](https://www.facebook.com/harrisinteractive)



[Twitter](https://twitter.com/harrisinteractive)



[LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/harrisinteractive)

Contacts Harris Interactive en France :

Jean-Daniel Lévy – Directeur du Département Politique & Opinion - 01 44 87 60 30 - jdlevy@harrisinteractive.fr

Laurence Lavernhe – Responsable de la communication - 01 44 87 60 94 - 01 44 87 60 30 - llavernhe@harrisinteractive.fr

ahead of what's next