

BAROMÈTRE DE LA PHILANTHROPIE 2023

Résultats de la recherche – 7^e édition

À L'ATTENTION DE :
Nicolas Bastenie

TABLE DES MATIÈRES

1 Méthodologie

2 Générosité des Belges en 2022

3 Attitude à l'égard de la philanthropie

4 Perception de la philanthropie

5 Aspect éthique de la communication menée

6 Conclusions

MÉTHODOLOGIE

1

MÉTHODOLOGIE

DESCRIPTION DE L'ÉCHANTILLON



La population belge 18+

TAILLE DE L'ÉCHANTILLON



N = 1.000

QUOTAS



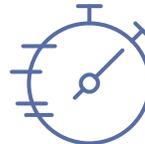
- Sexe
- Langue
- Âge
- Formation
- Région

MÉTHODE DE COLLECTE DES DONNÉES



Entretiens téléphoniques
(CATI)

DURÉE MOYENNE



10 minutes

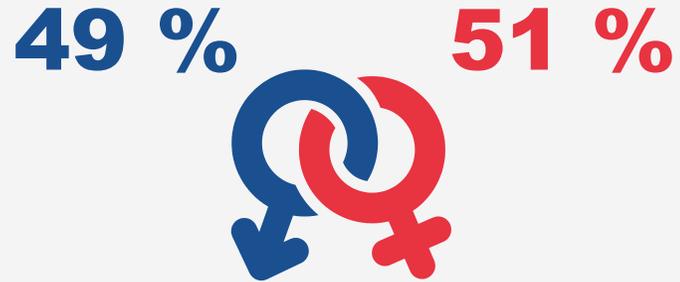
PÉRIODE DE RECHERCHE



04/01/2023 – 30/01/2023

PROFIL SOCIODÉMOGRAPHIQUE DES RÉPONDANTS

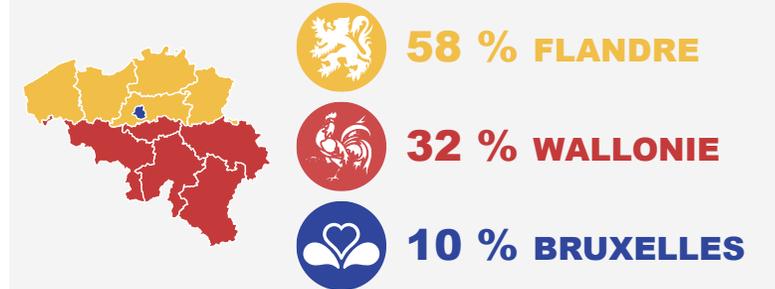
SEXE



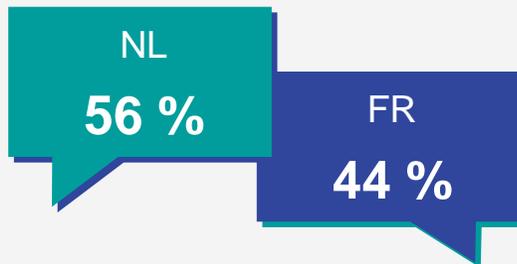
ÂGE



RÉGION



LANGUE

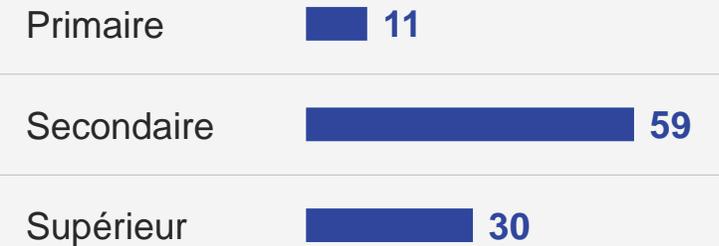


DONATEUR



56 %
ont fait un don en 2022
(quel qu'en soit le montant)

NIVEAU DE FORMATION



GÉNÉROSITÉ DES BELGES EN 2022

2

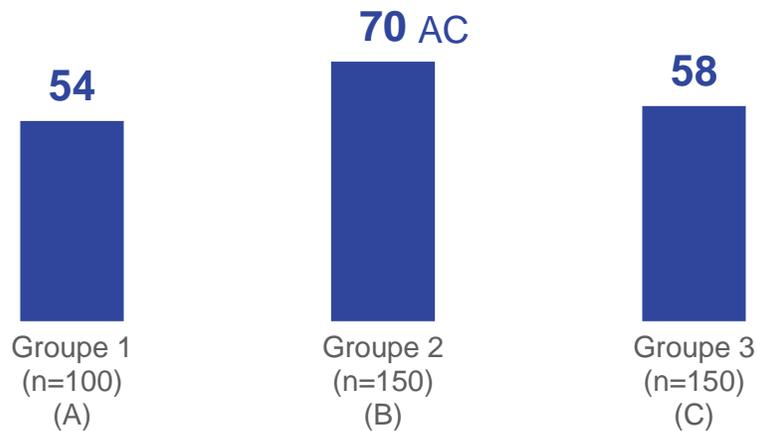
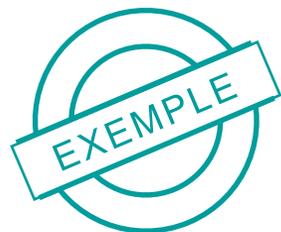
COMMENT LIRE LES RÉSULTATS ?

Tous les résultats rapportés sont des **pourcentages (%)**, sauf mention contraire.

Les petites tailles d'échantillon, c.-à-d. $n < 30$, sont indiquées par une astérisque (*).

Les différences significatives sont toujours testées avec un niveau de confiance de 95%.

- Les différences significatives entre la vague précédente et la vague actuelle sont indiquées par des flèches vertes / rouges ↗ ↘ dans le cas d'un résultat positif / négatif
- Les différences significatives sont indiquées par A, B, C, ...
 - L'indication est à chaque fois mentionnée auprès du **résultat le plus élevé** de la comparaison.
 - Exemple : l'indication AC pour le groupe 2 indique une différence significative entre 70% (B) et 54% (A), et entre 70% (B) et 58% (C).

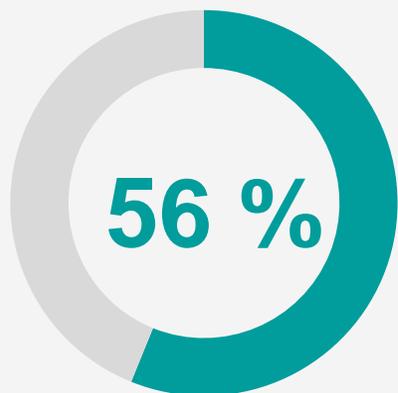


***Petit échantillon !**

56 % des Belges ont fait un don à une grande cause en 2022.
Il s'agit d'une diminution significative par rapport à 2019.

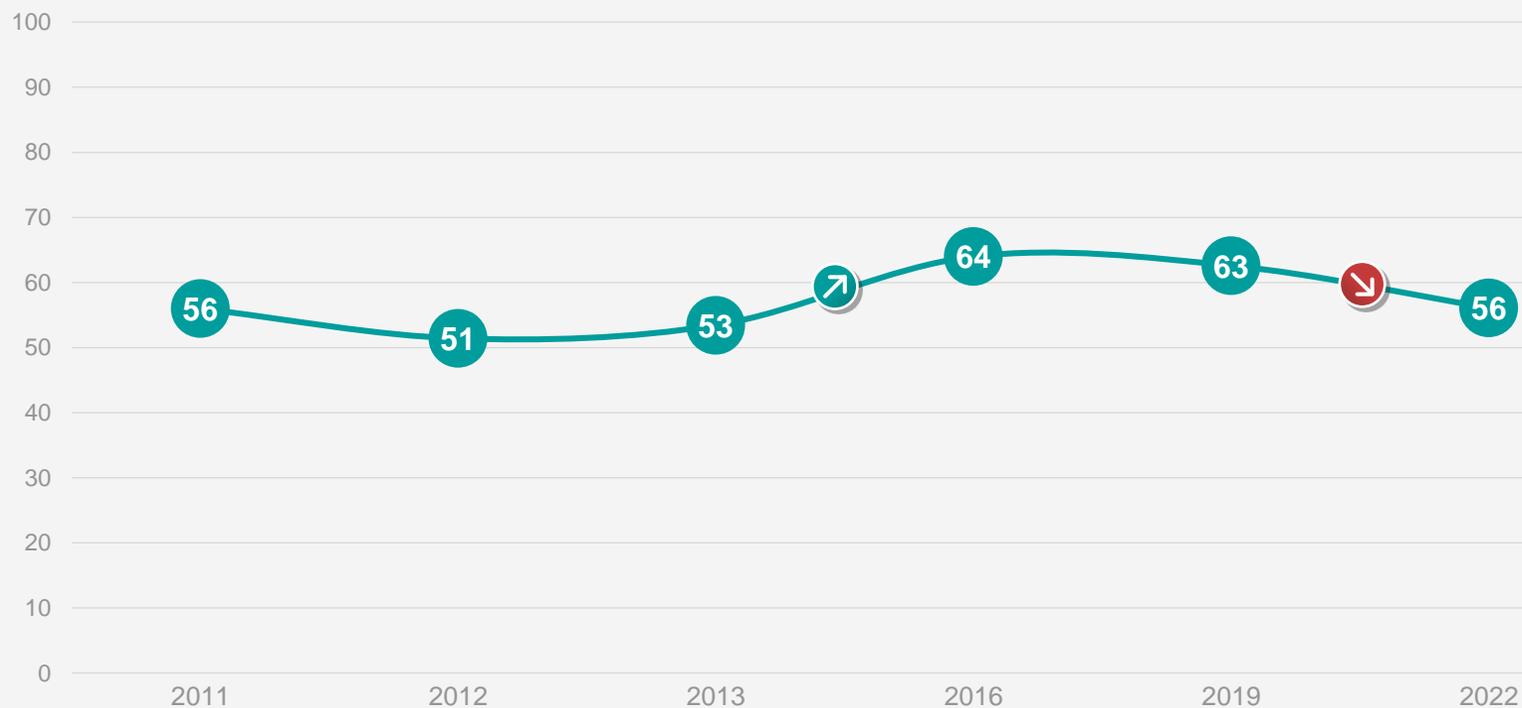
FAIT PERSONNELLEMENT UN DON EN 2022 ?

FAIT UN DON EN 2022 ?



Ont fait un don personnel à une grande cause

DON - ÉVOLUTION



Il existe un lien évident entre le don et le niveau de formation. Les personnes ayant un niveau de formation plus élevé font davantage de dons. Les dons sont également plus fréquents dans le nord que dans le sud du pays et sont les moins fréquents chez les 18-34 ans.

FAIT PERSONNELLEMENT UN DON EN 2022 ? - DÉTAIL

	TOTAL	SEXE		ÂGE				
	(n=1000)	HOMME (n=516) – (A)	FEMME (n=484) – (B)	18-34 (n=200) – (C)	35-44 (n=163) – (D)	45-54 (n=160) – (E)	55-64 (n=214) – (F)	65+ (n=263) – (G)
% OUI	56	55	58	44	62C	60C	53	66CF

	TOTAL	LANGUE		FORMATION		
	(n=1000)	NL (n=544) – (A)	FR (n=456) – (B)	PRIMAIRE (n=61) – (C)	SECONDAIRE (n=474) – (D)	SUPÉRIEURE (n=465) – (E)
% OUI	56	59B	52	35	51C	73CD

LE DONATEUR LE PLUS GÉNÉREUX



DONATEUR

56 %

SEXE



55 %



58 %

LANGUE



NL :

59 %



FR :

52 %



NIVEAU DE FORMATION



Primaire

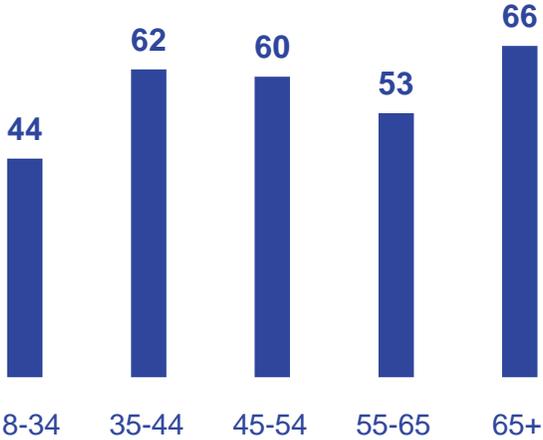


Secondaire



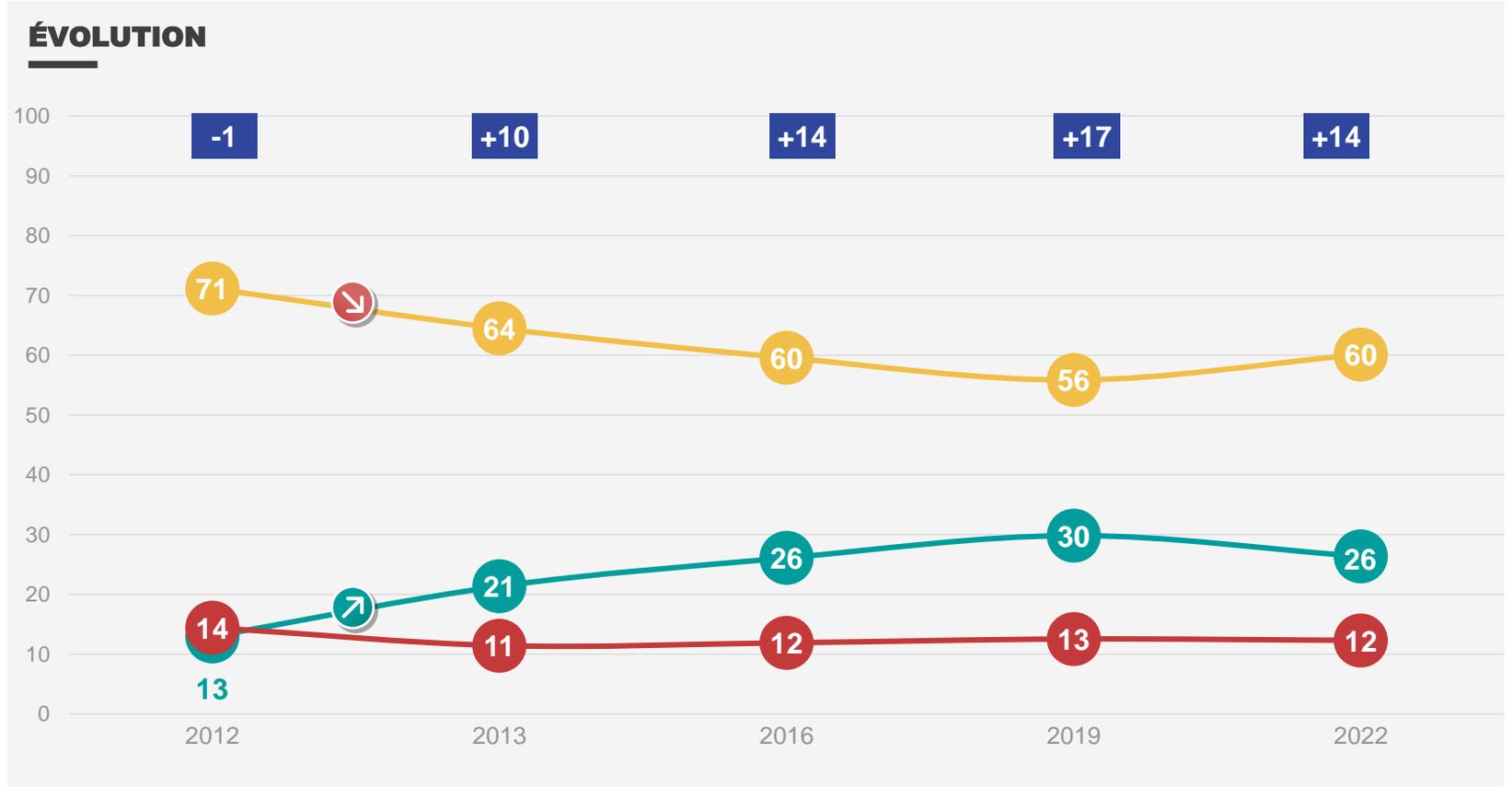
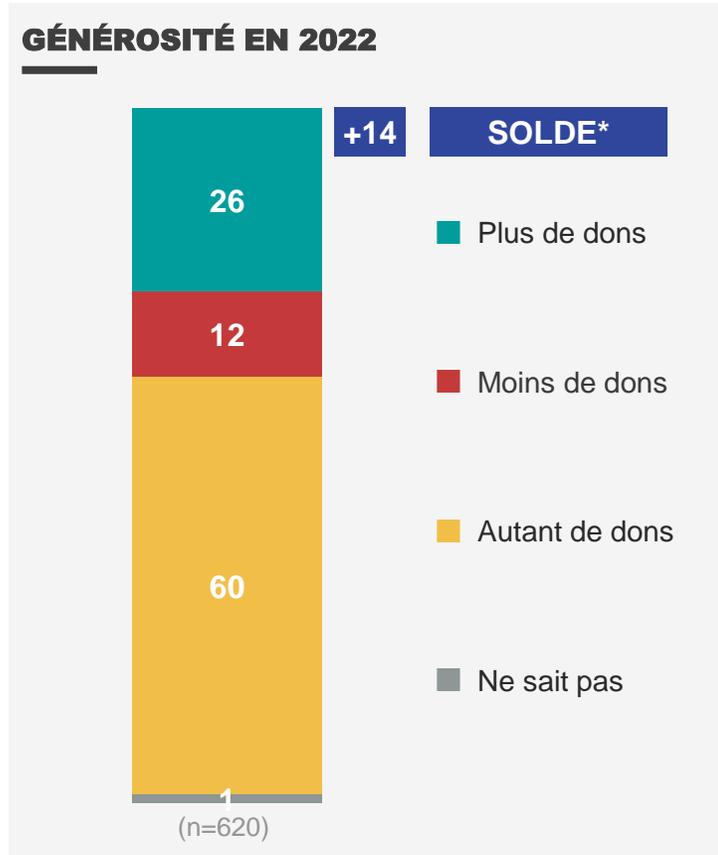
Supérieur

ÂGE



La majorité des donateurs déclarent avoir fait autant de dons, voire plus, qu'en 2021. Cette situation n'est pas très différente de celle des années précédentes. Néanmoins, la proportion de ceux qui déclarent avoir fait davantage de dons est en légère baisse.

GÉNÉROSITÉ EN 2022



Les donateurs âgés de 18 à 34 ans sont les plus nombreux à déclarer avoir fait plus de dons en 2022, tandis que les 45-54 ans sont plus nombreux à mentionner avoir fait moins des dons.

GÉNÉROSITÉ EN 2022 – DÉTAIL

	TOTAL (n=620)	SEXE		ÂGE				
		HOMME (n=309) – (A)	FEMME (n=311) – (B)	18-34 (n=93) – (C)	35-44 (n=105) – (D)	45-54 (n=105) – (E)	55-64 (n=130) – (F)	65+ (n=187) – (G)
Plus de dons	26	28	25	48 DEFG	21	23	25	17
Moins de dons	12	10	14	13	16	19 FG	8	9
Autant de dons	60	61	60	38	63 C	54 C	67 C	72 CE

	TOTAL (n=620)	LANGUE		FORMATION		
		NL (n=357) – (A)	FR (n=263) – (B)	PRIMAIRE (n=22)* – (C)	SECONDAIRE (n=255) – (D)	SUPÉRIEURE (n=343) – (E)
Plus de dons	26	25	28	19	26	28
Moins de dons	12	11	14	11	13	11
Autant de dons	60	63	56	70	59	59

*Petit échantillon !

Près de 6 Belges sur 10 ayant fait un don, ont donné un montant total allant jusqu'à 250 euros. Par rapport à 2019, le pourcentage de plus petits dons a diminué. Les dons sont le plus souvent destinés à la santé et à la recherche médicale (61 %), mais un peu moins qu'en 2019. Les grandes causes autour de l'aide humanitaire et de la pauvreté restent également importants.

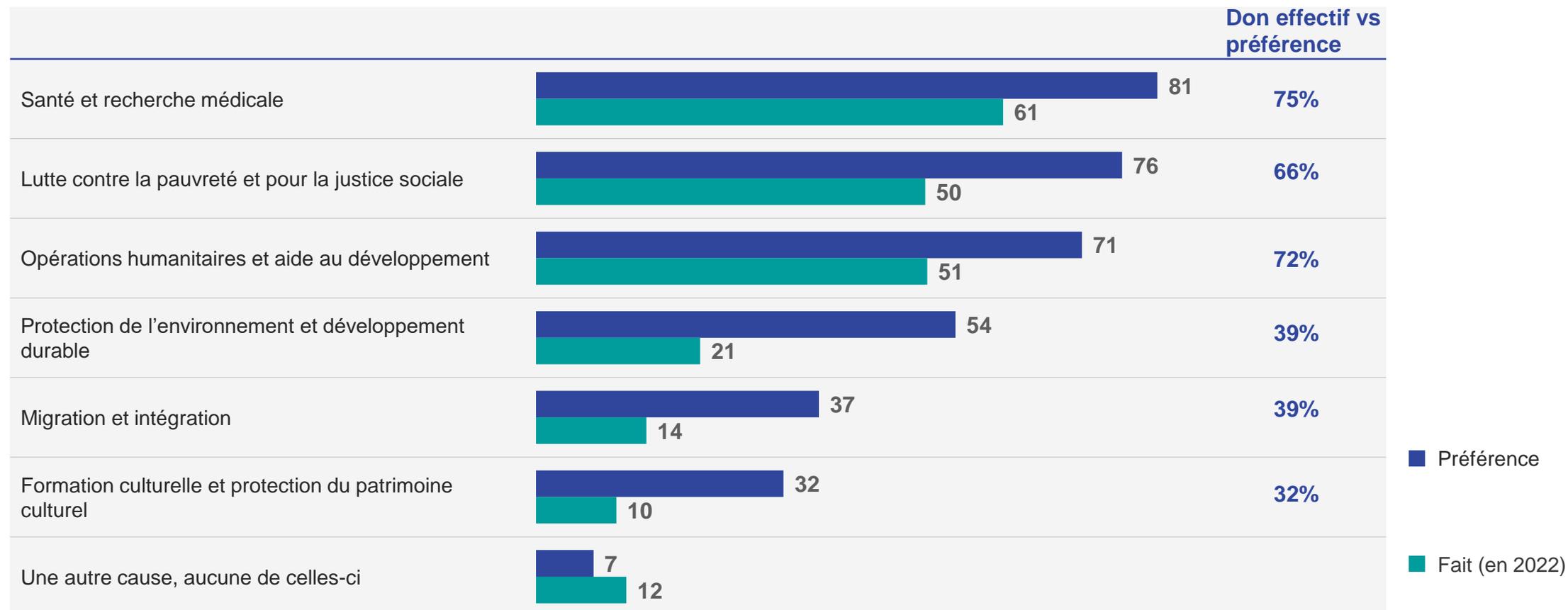
MONTANT ET OBJECTIF DU DON

FAIT UN DON EN 2022 ?		2019 (n=665)
Moins de 50 euros	 16 ↓	22
Entre 50 et 99 euros	 14	17
Entre 100 et 249 euros	 29	26
Entre 250 et 499 euros	 9	9
Entre 500 et 999 euros	 7 ↑	4
Plus de 1000 euros	 9 ↑	5
Ne se souvient pas	 6	9
Ne sait pas / Pas d'opinion	 11 ↑	7

CATÉGORIE GRANDE CAUSE		2019 (n=665)
Santé et recherche médicale	 61 ↓	66
Opérations humanitaires et aide au développement	 51	52
Lutte contre la pauvreté et pour la justice sociale	 50	46
Protection de l'environnement et développement durable	 21	24
Migration et intégration	 14	13
Formation culturelle et protection du patrimoine culturel	 10	12
Autre grande cause, aucune de celles ci-dessus	 12 ↑	7
Ne sait pas / Pas d'opinion	 1	1

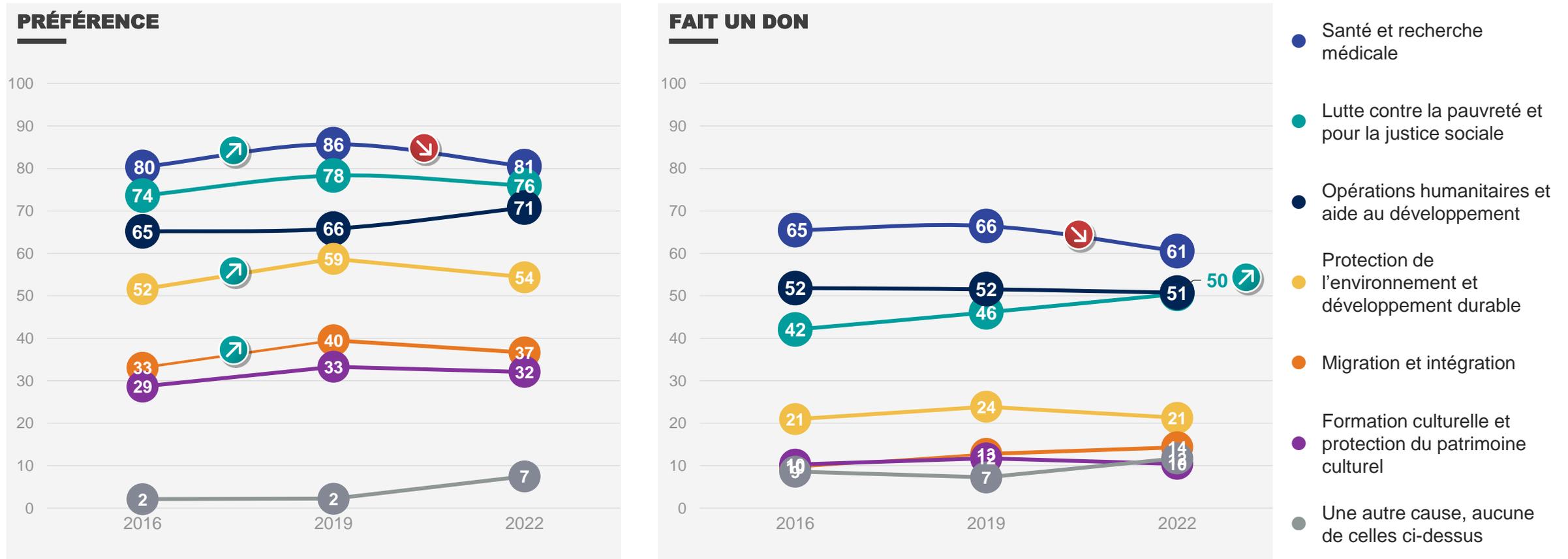
Les causes préférées du donateur moyen sont similaires aux catégories auxquelles il a fait des dons au cours de l'année écoulée. Notons toutefois que les grandes causes dans les secteurs de l'environnement/la durabilité, la migration et la formation culturelle, réussissent moins bien à convaincre les Belges de faire un don (parmi ceux qui ont une préférence, ils sont moins nombreux à faire effectivement un don).

PRÉFÉRENCE CATÉGORIE DE GRANDE CAUSE



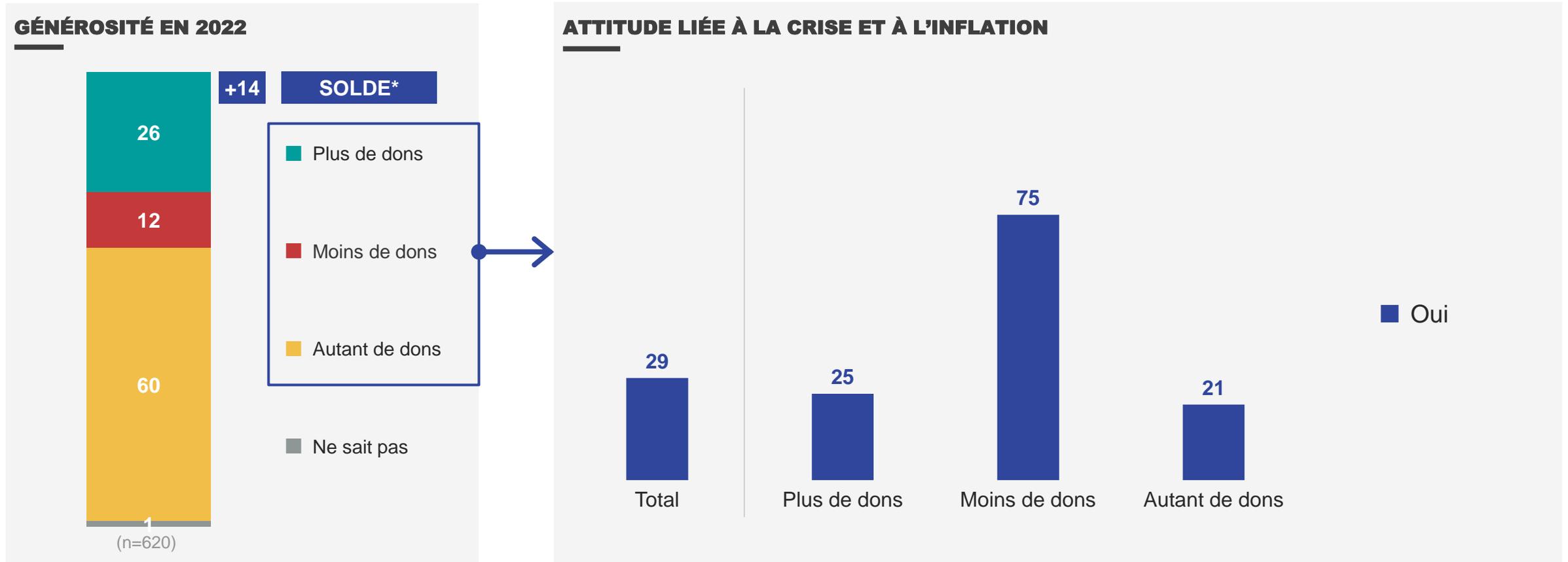
Les grandes causes dans le secteur de la santé et de la recherche médicale enregistrent une légère baisse par rapport à la mesure précédente, mais restent de loin les plus populaires. En 2022, les dons destinés à la lutte contre la pauvreté et à la migration/ l'intégration ont été nettement plus nombreux qu'en 2016.

ÉVOLUTION PRÉFÉRENCE DE CATÉGORIE DE GRANDE CAUSE ET DON EFFECTIF



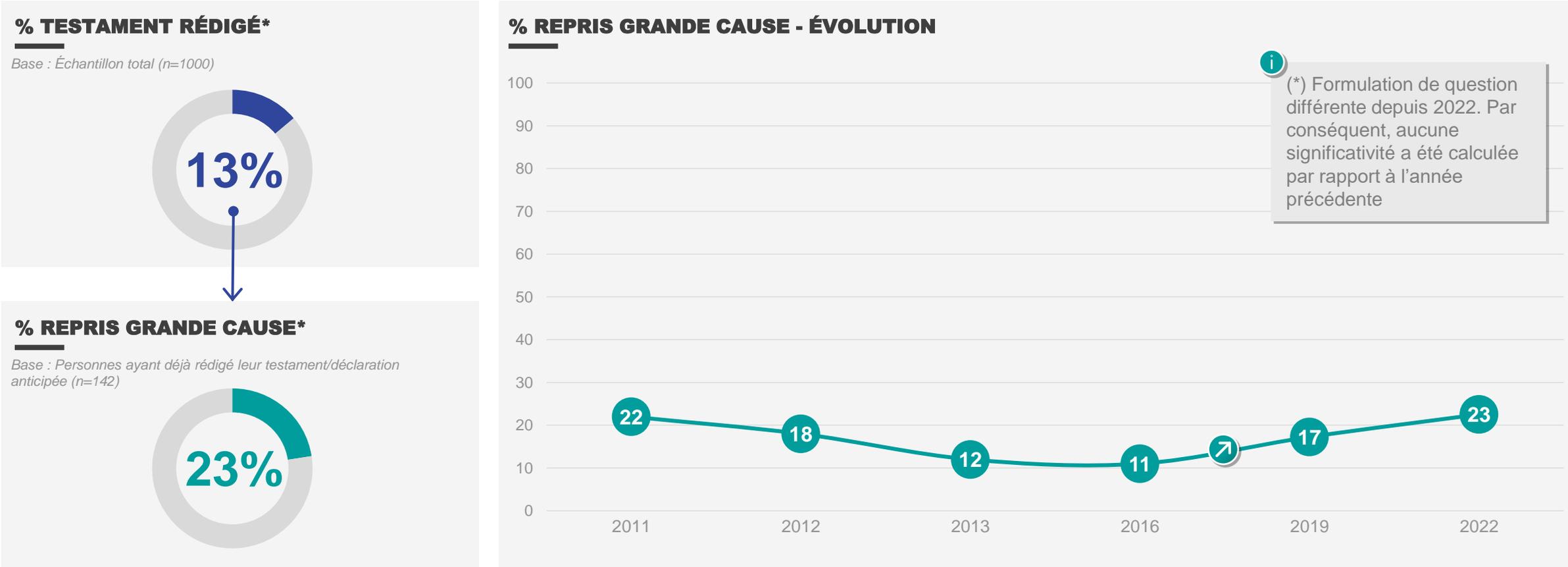
Les 3/4 des donateurs ayant fait moins de dons que l'année précédente ont indiqué que cela était dû à la crise et à l'inflation élevée.

IMPACT DE LA CRISE ET DE L'INFLATION ÉLEVÉE SUR LES DONNS EN 2022



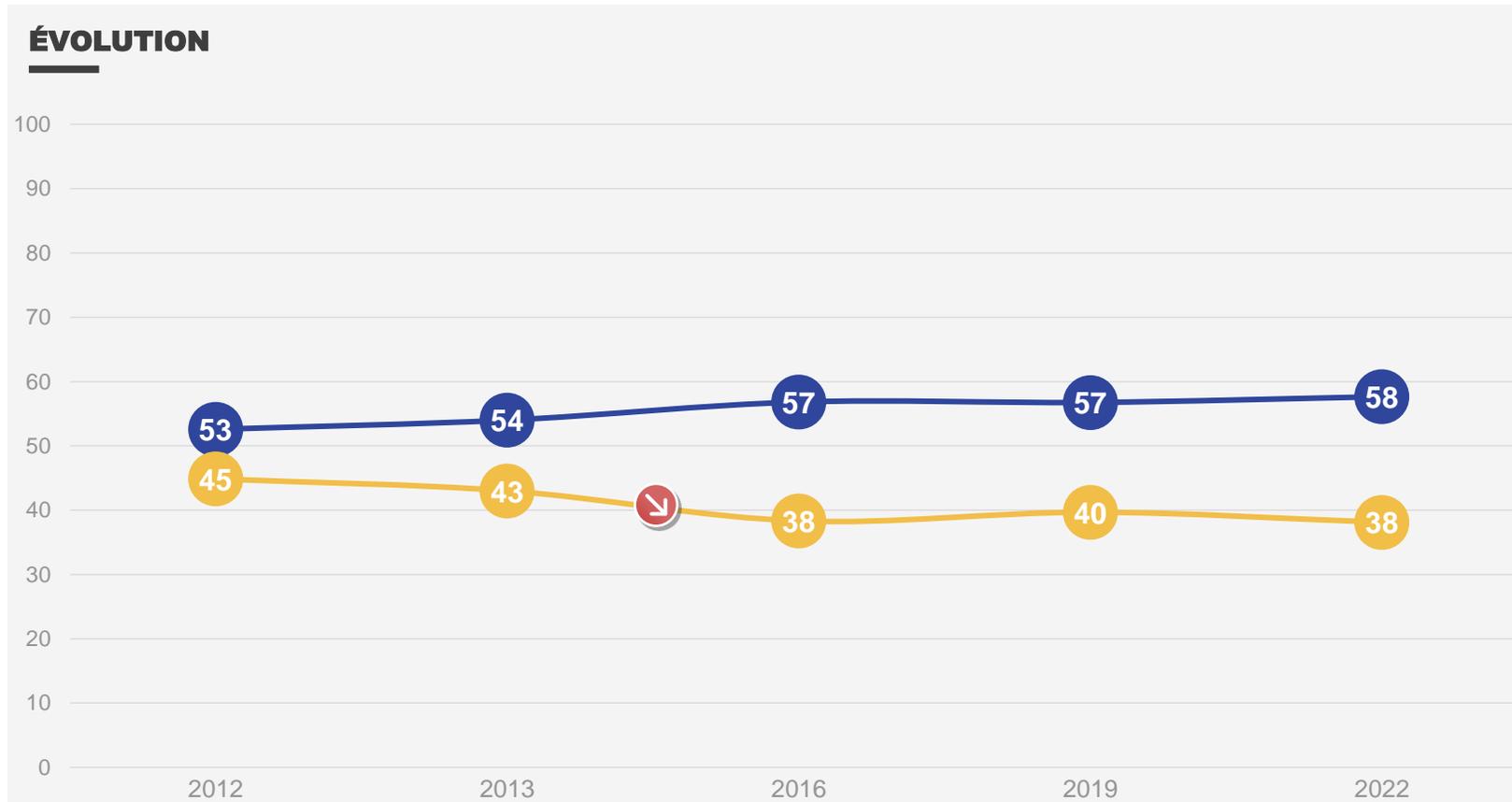
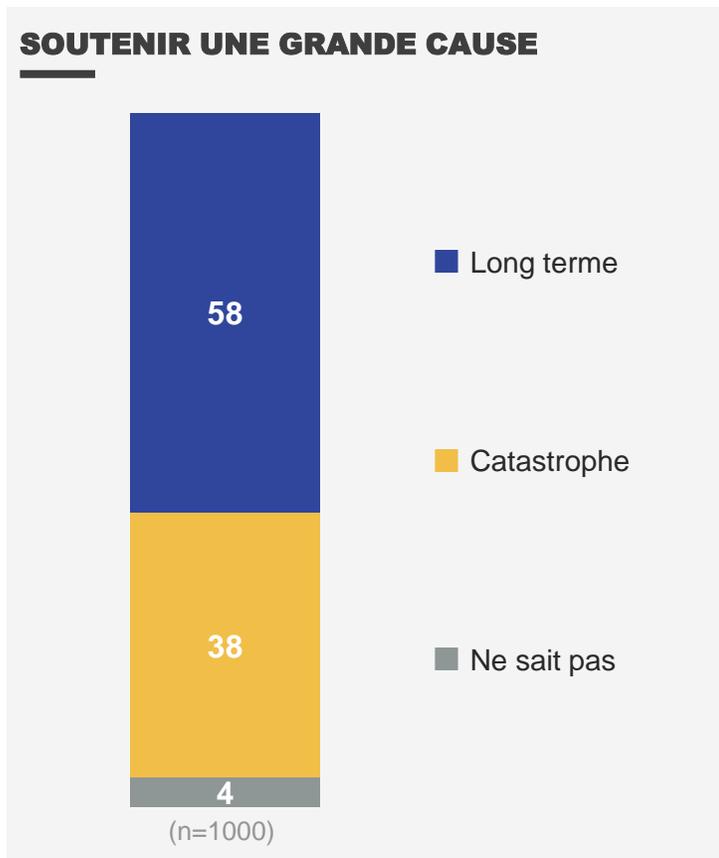
13 % des Belges déclarent avoir déjà rédigé un testament ou une déclaration anticipée. Dans ce groupe, près d'un sur quatre y a repris une grande cause.

REPRIS GRANDE CAUSE DANS TESTAMENT



Environ 6 personnes sur 10 préféreraient une grande cause à long terme (structurelle) à une grande cause qui intervient à la suite d'une catastrophe (aiguë) ; 4 personnes sur 10 sont plus susceptibles de faire un don à la suite d'une catastrophe. Cet intérêt pour les bonnes causes à long terme s'accroît régulièrement au fil du temps ; par conséquent, la réaction à la suite d'une catastrophe s'atténue progressivement.

SOUTENIR UNE GRANDE CAUSE



Les grandes causes en réponse à des catastrophes s'avèrent remarquablement plus populaires parmi les personnes âgées de 65 ans et plus et dans le nord du pays. Les personnes ayant un niveau de formation plus élevé sont plus enclines à soutenir des causes à long terme, tout comme les personnes qui font déjà des dons.

SOUTENIR UNE BONNE CAUSE – DÉTAIL

	TOTAL (n=1000)	SEXE		ÂGE				
		HOMME (n=516) – (A)	FEMME (n=484) – (B)	18-34 (n=200) – (C)	35-44 (n=163) – (D)	45-54 (n=160) – (E)	55-64 (n=214) – (F)	65+ (n=263) – (G)
Long terme	58	59	56	59 G	64 G	67 G	62 G	43
Catastrophe	38	37	40	39	33	30	33	50 CDEF

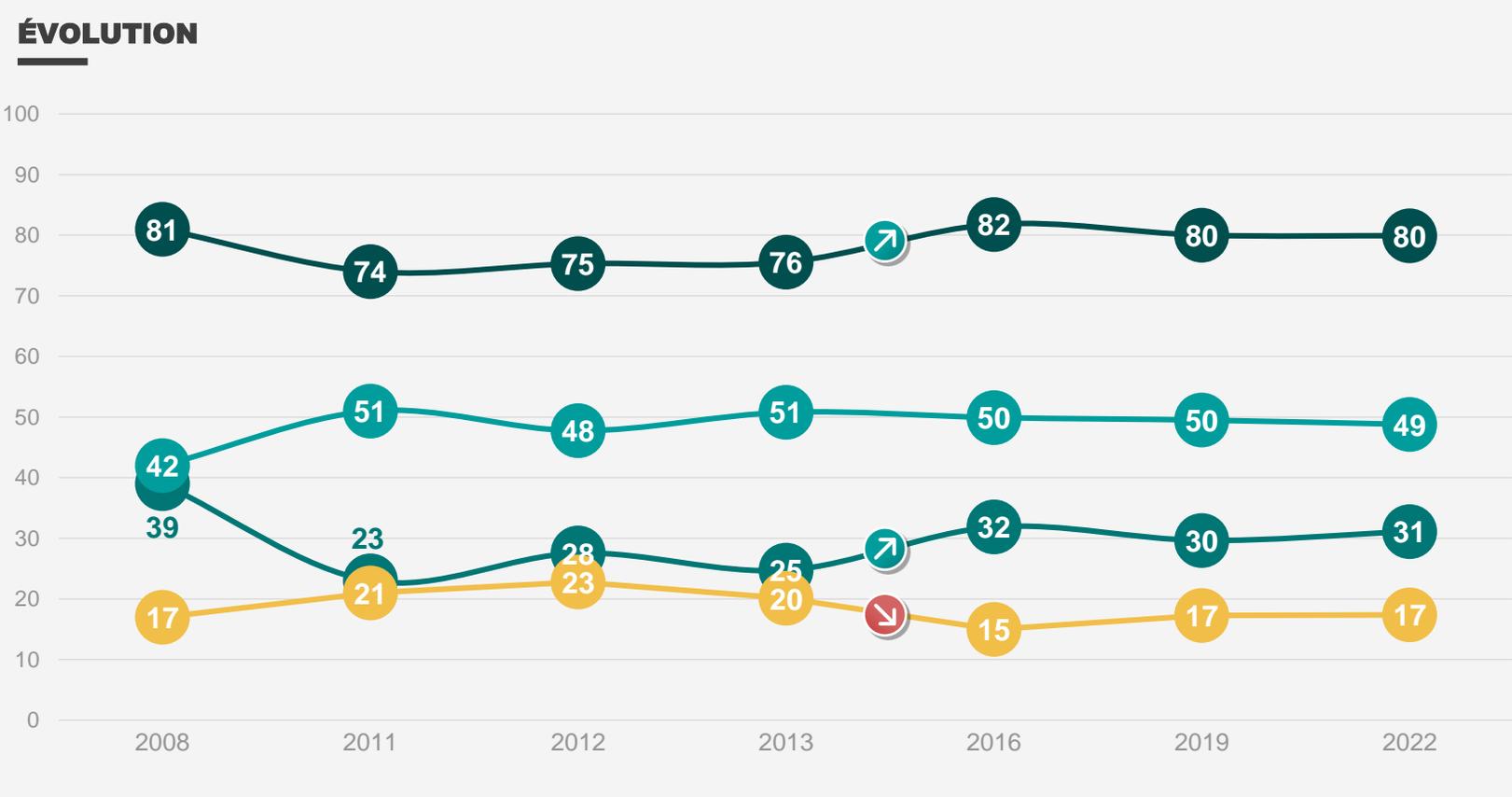
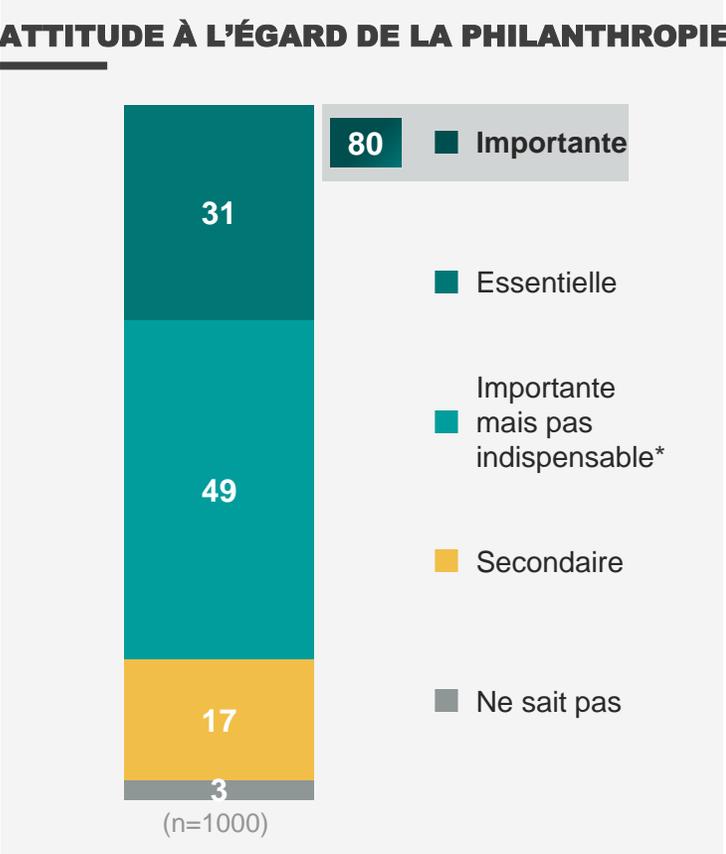
	TOTAL (n=1000)	LANGUE		FORMATION			DONATEUR	
		NL (n=544) – (A)	FR (n=456) – (B)	PRIMAIRE (n=61) – (C)	SECONDAIRE (n=474) – (D)	SUPÉRIEURE (n=465) – (E)	NON (n=371) – (F)	OUI (n=620) – (G)
Long terme	58	55	61	54	53	69 CD	47	66 F
Catastrophe	38	41 B	34	37	43 E	29	48 G	30

ATTITUDE À L'ÉGARD DE LA PHILANTHROPIE

3

Les Belges reconnaissent l'importance sociale de la philanthropie. 8 sur 10 la considèrent comme importante, pour 3 sur 10 elle est essentielle. La même attitude positive est présente depuis 2016.

ATTITUDE À L'ÉGARD DE LA PHILANTHROPIE



Les femmes et les néerlandophones considèrent que la philanthropie est socialement plus importante que les hommes et les francophones. La philanthropie est également plus souvent essentielle pour les personnes ayant un niveau de formation plus élevé et pour les personnes ayant déjà fait un don. Il n'y a pas de différences notables entre les âges en ce qui concerne les attitudes à l'égard de la philanthropie.

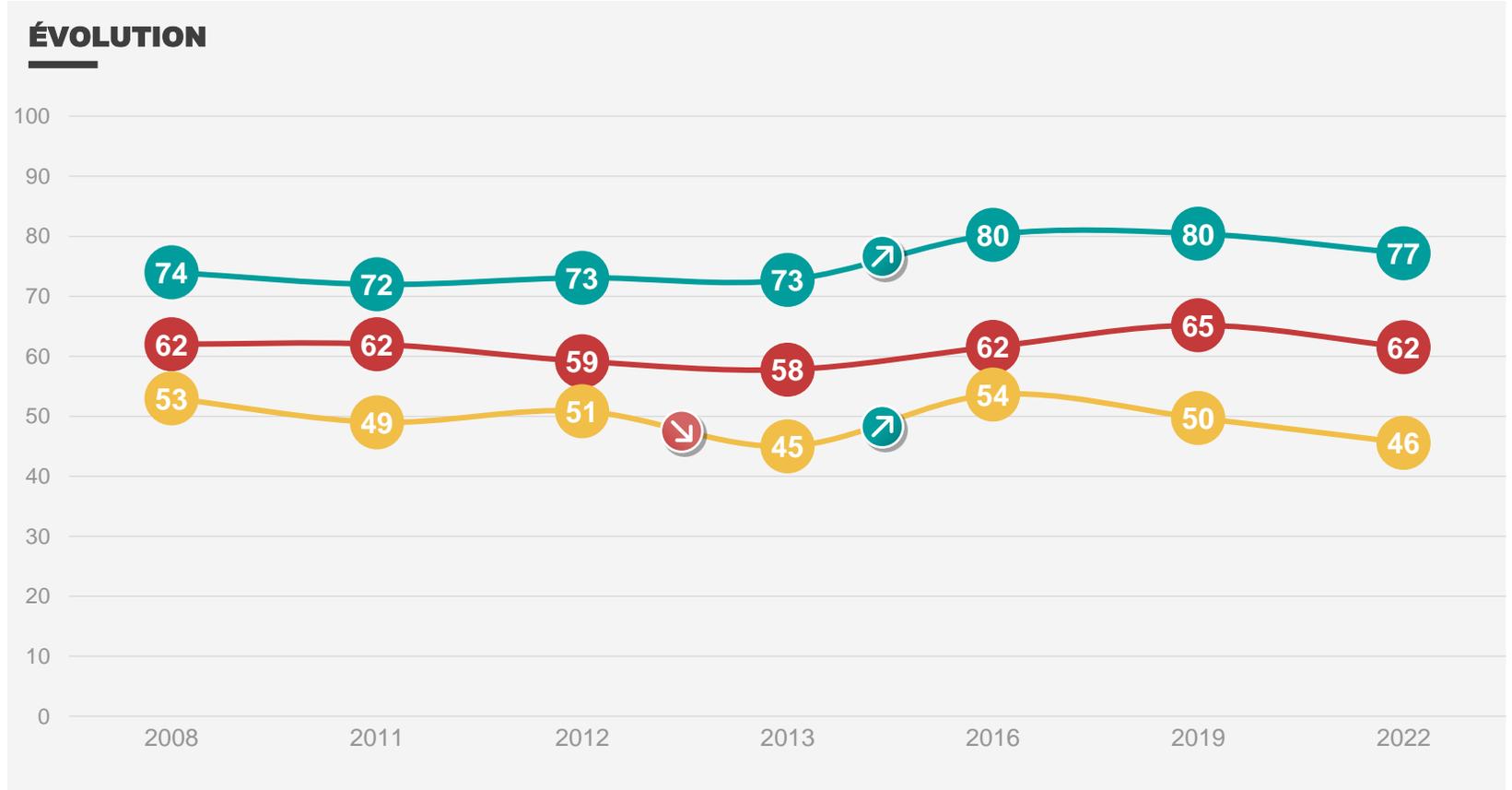
ATTITUDE À L'ÉGARD DE LA PHILANTHROPIE – DÉTAIL

	TOTAL	SEXE		ÂGE				
	(n=1000)	HOMME (n=516) – (A)	FEMME (n=484) – (B)	18-34 (n=200) – (C)	35-44 (n=163) – (D)	45-54 (n=160) – (E)	55-64 (n=214) – (F)	65+ (n=263) – (G)
% Essentielle + importante	80	77	83 A	82	80	77	82	78
Essentielle	31	29	33	33	29	37	29	30
Importante mais pas indispensable*	49	47	50	49	51	40	53 E	48
Secondaire	17	21 B	14	17	19	19	14	18

	TOTAL	LANGUE		FORMATION			DONATEUR	
	(n=1000)	NL (n=544) – (A)	FR (n=456) – (B)	PRIMAIRE (n=61) – (C)	SECONDAIRE (n=474) – (D)	SUPÉRIEURE (n=465) – (E)	NON (n=371) – (F)	OUI (n=620) – (G)
% Essentielle + importante	80	85 B	74	64	79 C	88 CD	70	88 F
Essentielle	31	33	29	15	29 C	41 CD	16	43 F
Importante mais pas indispensable*	49	52 B	45	49	50	47	54 G	45
Secondaire	17	13	23 A	30 DE	18 E	11	27 G	10

La grande majorité pense que la **philanthropie contribue à un monde meilleur** (77 %). 7 personnes sur 10 pensent que la crise et l'inflation élevée ont **renforcé l'importance** de la philanthropie et que les entreprises ont une responsabilité à cet égard. En outre, environ 6 personnes sur 10 pensent que le monde politique n'agit pas assez en faveur des grandes causes. Par rapport à 2016, moins de citoyens considèrent que **c'est une obligation morale de s'engager dans la philanthropie** (impact de la crise ?)

ATTITUDE À L'ÉGARD DES GRANDES CAUSES – % TOUT À FAIT/PLUTÔT D'ACCORD



La conviction que les dons contribuent à un monde meilleur est étroitement liée au niveau de formation. Les personnes ayant un niveau de formation plus élevé en sont davantage convaincues. Elles estiment également davantage qu'il s'agit d'une obligation morale, mais que les entreprises devraient également jouer un rôle dans ce domaine. Les donateurs (où les personnes ayant un niveau de formation plus élevé sont surreprésentées) estiment que la philanthropie est devenue d'autant plus importante en raison de la crise et de l'inflation.

AFFIRMATIONS CONCERNANT LES GRANDES CAUSES – DÉTAIL (% TOUT À FAIT/PLUTÔT D'ACCORD)

	TOTAL	LANGUE		FORMATION			DONATEUR	
	(n=1000)	NL (n=544) – (A)	FR (n=456) – (B)	PRIMAIRE (n=61) – (C)	SECONDAIRE (n=474) – (D)	SUPÉRIEURE (n=465) – (E)	NON (n=371) – (F)	OUI (n=620) – (G)
Contribue à rendre le monde meilleur	77	77	77	57	75 C	89 CD	66	86 F
Devenue d'autant plus importante en raison de la crise et de l'inflation élevée	70	70	70	63	69	74	61	78 F
Les entreprises ont une responsabilité sociale	69	65	75 A	59	70	72 C	65	73 F
Le monde politique n'agit pas assez	62	56	69 A	69	63	57	63	61
Obligation morale	46	44	47	44	43	51 D	34	54 F

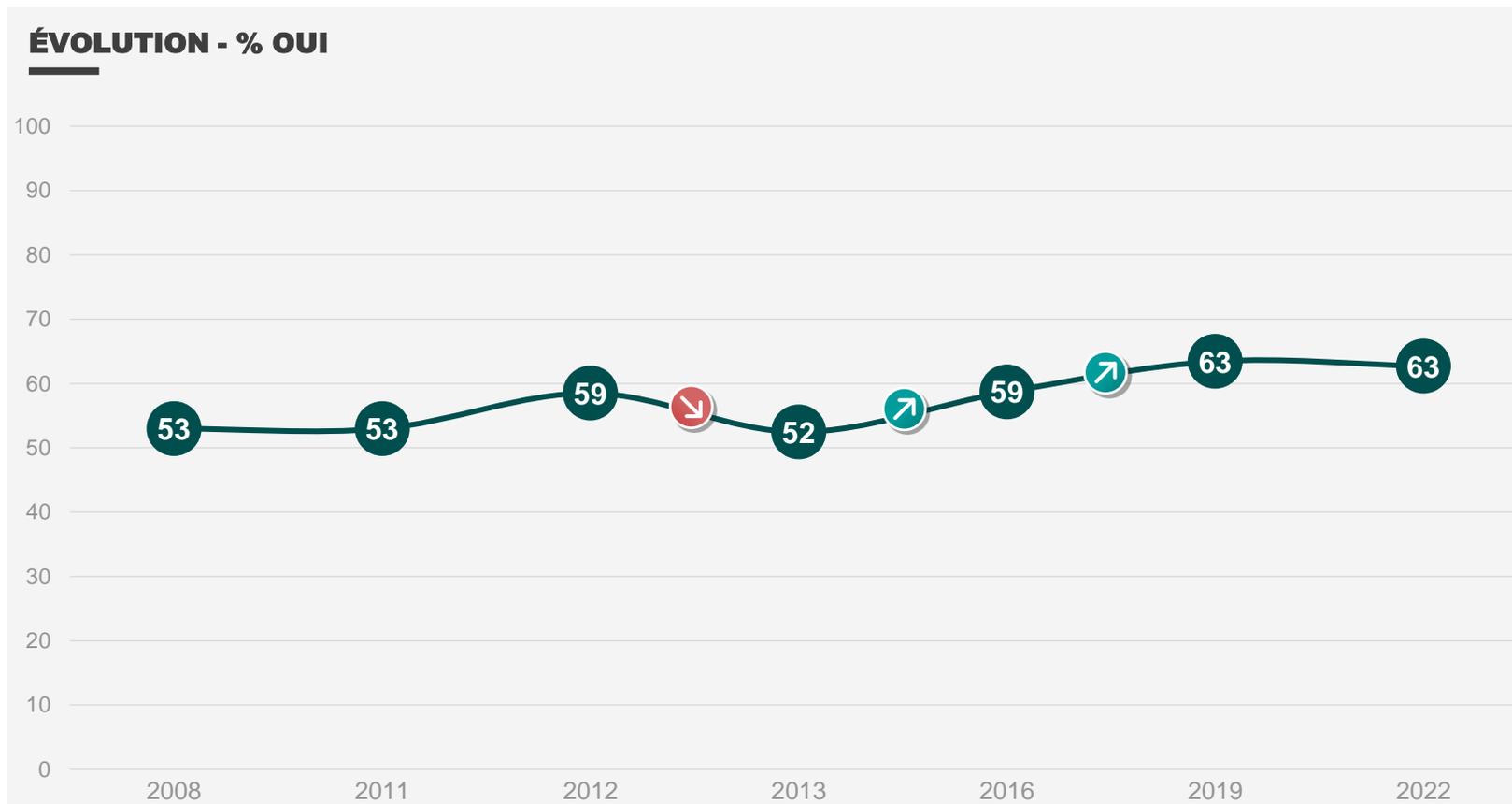
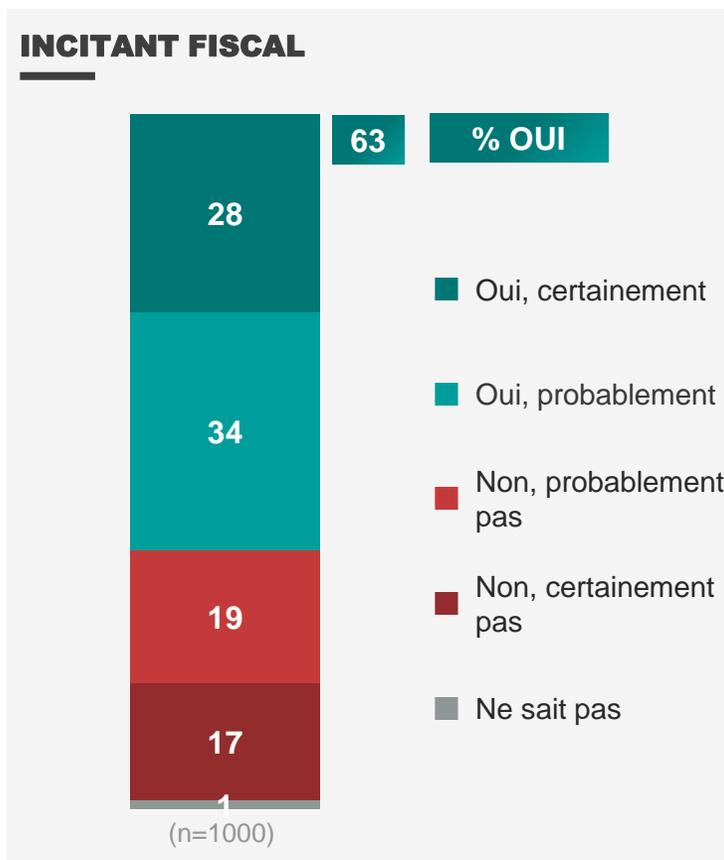
La conviction que le monde politique ne fait pas assez d'efforts est plus forte chez les jeunes. Ils sont également légèrement plus convaincus que les 65 ans et plus que cela contribue à un monde meilleur.

AFFIRMATIONS CONCERNANT LES GRANDES CAUSES – DÉTAIL (% TOUT À FAIT/PLUTÔT D'ACCORD)

	TOTAL	SEXE		ÂGE				
	(n=1000)	HOMME (n=516) – (A)	FEMME (n=484) – (B)	18-34 (n=200) – (C)	35-44 (n=163) – (D)	45-54 (n=160) – (E)	55-64 (n=214) – (F)	65+ (n=263) – (G)
Contribue à rendre le monde meilleur	77	76	78	83 G	81 G	78	75	69
Devenue d'autant plus importante en raison de la crise et de l'inflation élevée	70	67	73	73	71	72	69	67
Les entreprises ont une responsabilité sociale	69	66	73 A	71	67	70	68	70
Le monde politique n'agit pas assez	62	61	62	69 EG	67 G	55	60	55
Obligation morale	46	46	45	40	48	41	51 C	48

Les mesures fiscales avantageuses restent un moteur essentiel pour 63 % de la population.

INCITANT FISCAL



Les mesures fiscales avantageuses sont également plus importantes chez les personnes qui ont effectivement fait des dons. C'est également le cas pour les hommes et les francophones. Pour les 65 ans et plus, les incitants fiscaux semblent être les moins importants pour faire des dons.

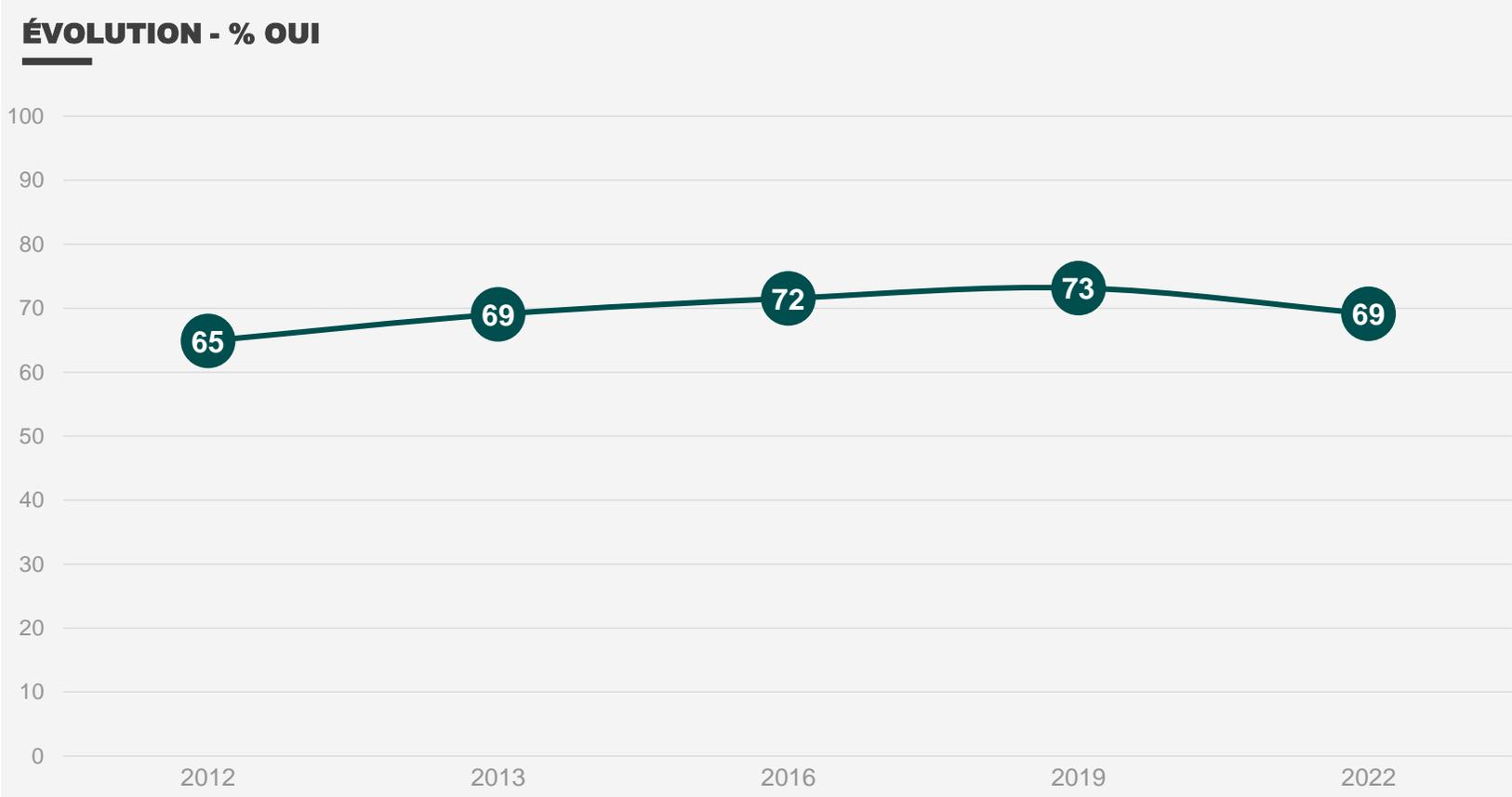
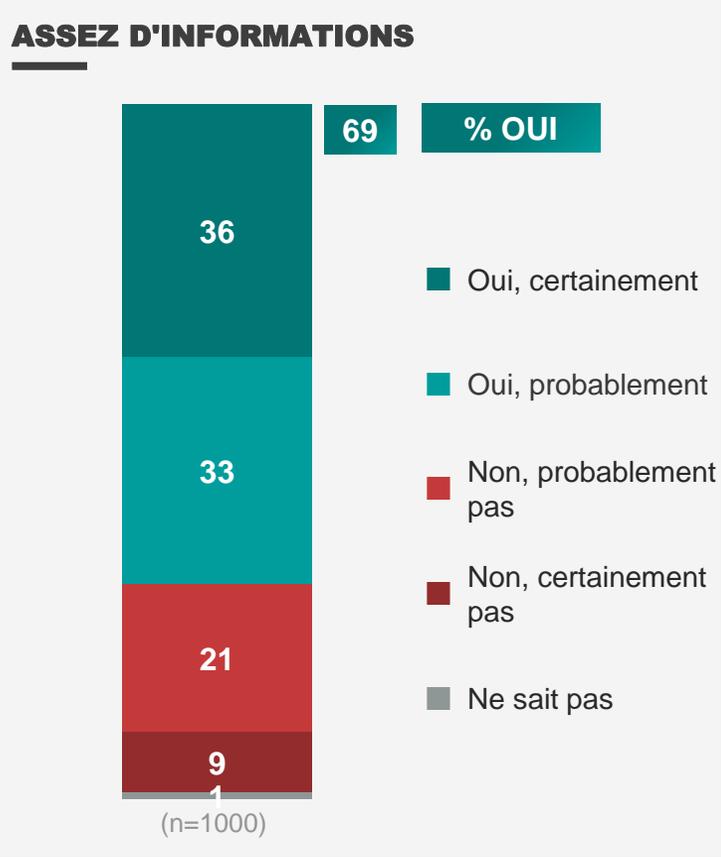
LES INCITANTS FISCAUX INCITENT-ILS À FAIRE DES DONNS ?

	TOTAL	SEXE		ÂGE				
	(n=1000)	HOMME (n=516) – (A)	FEMME (n=484) – (B)	18-34 (n=200) – (C)	35-44 (n=163) – (D)	45-54 (n=160) – (E)	55-64 (n=214) – (F)	65+ (n=263) – (G)
% incite (certainement ou probablement) à faire des dons	63	66 B	59	75 DFG	59 G	73 DFG	61 G	47

	TOTAL	LANGUE		FORMATION			DONATEUR	
	(n=1000)	NL (n=544) – (A)	FR (n=456) – (B)	PRIMAIRE (n=61) – (C)	SECONDAIRE (n=474) – (D)	SUPÉRIEURE (n=465) – (E)	NON (n=371) – (F)	OUI (n=620) – (G)
% incite (certainement ou probablement) à faire des dons	63	58	68 A	54	62	67	57	68 F

Environ 7 personnes sur 10 déclarent disposer de suffisamment d'informations pour faire des dons. Ce pourcentage est plus faible qu'en 2019 et 2016, mais il ne s'agit pas d'une baisse significative.

INFORMATIONS CONCERNANT LES GRANDES CAUSES



Ce sont surtout les personnes ayant un niveau de formation plus élevé et les donateurs qui se disent suffisamment informés.

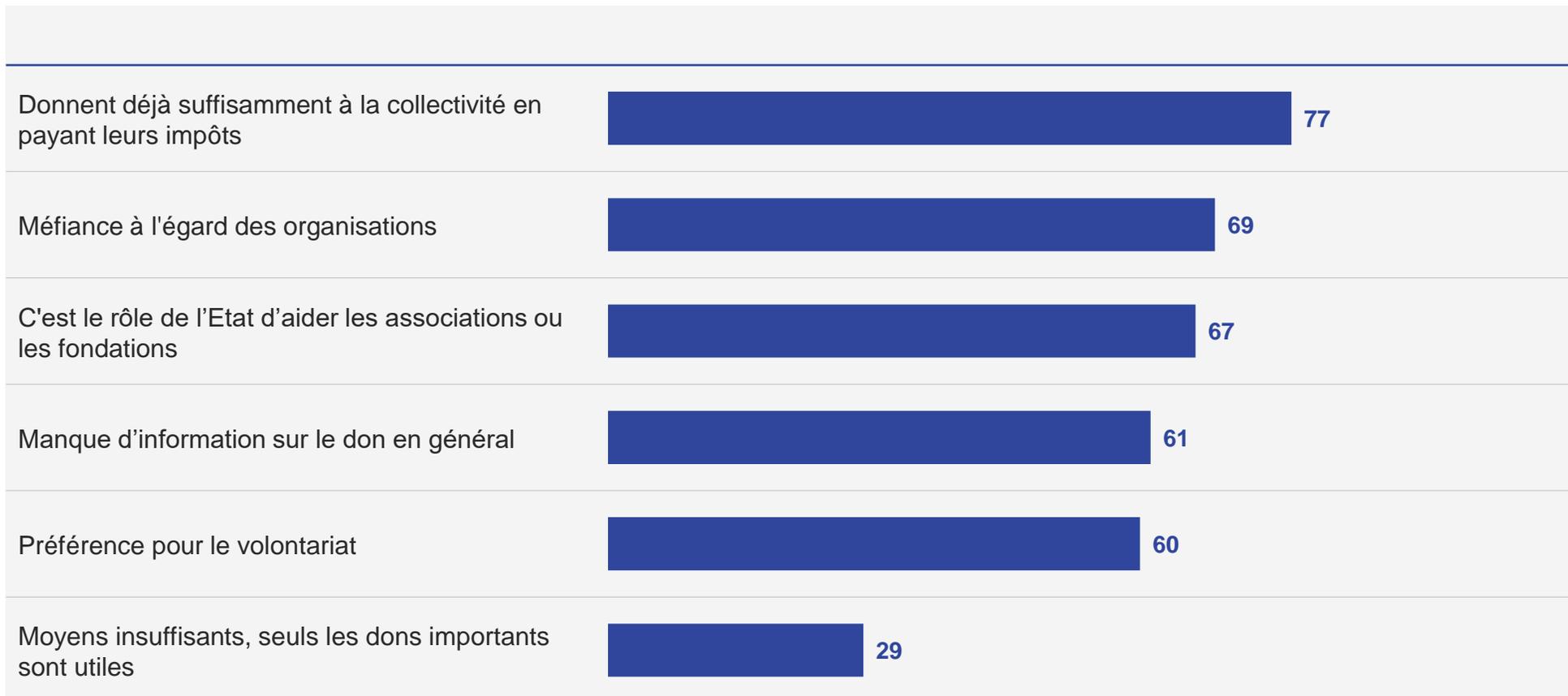
SUFFISAMMENT D'INFORMATIONS CONCERNANT LES GRANDES CAUSES – DÉTAIL

	TOTAL	SEXE		ÂGE				
	(n=1000)	HOMME (n=516) – (A)	FEMME (n=484) – (B)	18-34 (n=200) – (C)	35-44 (n=163) – (D)	45-54 (n=160) – (E)	55-64 (n=214) – (F)	65+ (n=263) – (G)
% OUI	69	71	67	64	70	75 C	71	69

	TOTAL	LANGUE		FORMATION			DONATEUR	
	(n=1000)	NL (n=544) – (A)	FR (n=456) – (B)	PRIMAIRE (n=61) – (C)	SECONDAIRE (n=474) – (D)	SUPÉRIEURE (n=465) – (E)	NON (n=371) – (F)	OUI (n=620) – (G)
% OUI	69	72	66	46	69 C	78 CD	55	80 F

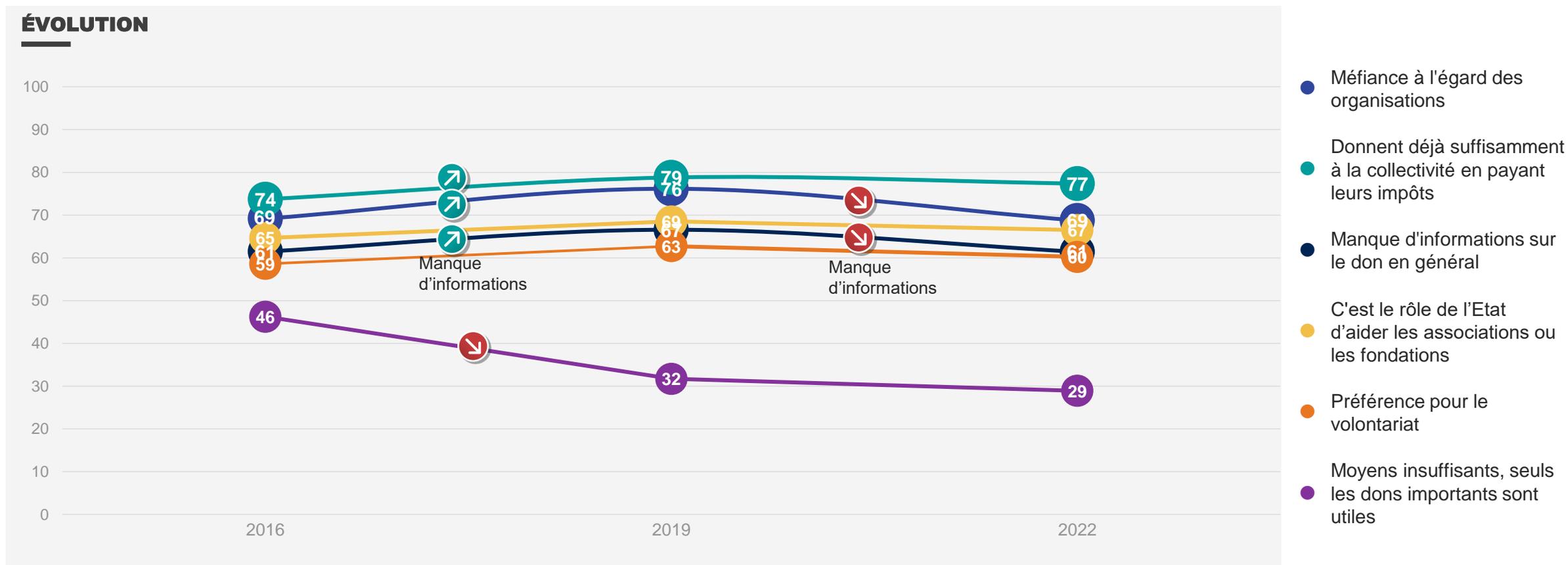
Les Belges pensent que les gens ne font pas de dons parce qu'ils estiment qu'ils contribuent déjà suffisamment à la société en payant des impôts. Par conséquent, il s'agit également d'une responsabilité des autorités. Ils sont également convaincus qu'une certaine méfiance à l'égard des organisations concernées empêche les gens de franchir le pas de la philanthropie.

RAISONS DE NE PAS ÊTRE PHILANTHROPE



Les principales raisons de ne pas s'engager dans la philanthropie selon les Belges restent constantes au fil du temps. La méfiance à l'égard des organisations et le manque d'informations semblent moins constituer un obstacle en 2022 qu'en 2019.

RAISONS DE NE PAS ÊTRE PHILANTHROPE



Les femmes, les 65 ans et plus et les néerlandophones sont davantage convaincus que la méfiance à l'égard des grandes causes joue un rôle. L'opinion selon laquelle la contribution fiscale actuelle et le rôle des autorités sont des obstacles aux dons est partagée par différents groupes sociodémographiques.

RAISONS DE NE PAS ÊTRE PHILANTHROPE

	TOTAL	SEXE		ÂGE				
	(n=1000)	HOMME (n=516) – (A)	FEMME (n=484) – (B)	18-34 (n=200) – (C)	35-44 (n=163) – (D)	45-54 (n=160) – (E)	55-64 (n=214) – (F)	65+ (n=263) – (G)
Donnent déjà suffisamment à la collectivité en payant leurs impôts	77	77	78	77	76	79	77	78
Méfiance à l'égard des organisations	69	65	72 A	63	69	73	64	76 CF
C'est le rôle de l'Etat d'aider les associations ou les fondations	67	64	69	63	66	68	65	70
Manque d'informations sur le don en général	61	58	65	68	62	58	58	58
Préférence pour le volontariat	60	59	61	54	55	60	61	70 CD
Moyens insuffisants, seuls les dons importants sont utiles	29	30	28	41 DFG	30 G	31 G	23	19

	TOTAL	LANGUE		FORMATION			DONATEUR	
	(n=1000)	NL (n=544) – (A)	FR (n=456) – (B)	PRIMAIRE (n=61) – (C)	SECONDAIRE (n=474) – (D)	SUPÉRIEURE (n=465) – (E)	NON (n=371) – (F)	OUI (n=620) – (G)
Donnent déjà suffisamment à la collectivité en payant leurs impôts	77	78	76	78	77	78	77	77
Méfiance à l'égard des organisations	69	76 B	60	69	70	67	67	70
C'est le rôle de l'Etat d'aider les associations ou les fondations	67	63	71 A	72	65	67	66	67
Manque d'informations sur le don en général	61	58	66 A	70 E	63 E	56	67 G	57
Préférence pour le volontariat	60	60	61	71 E	63 E	51	68 G	54
Moyens insuffisants, seuls les dons importants sont utiles	29	32 B	25	33	29	27	30	28

Base : Échantillon (n=1000)

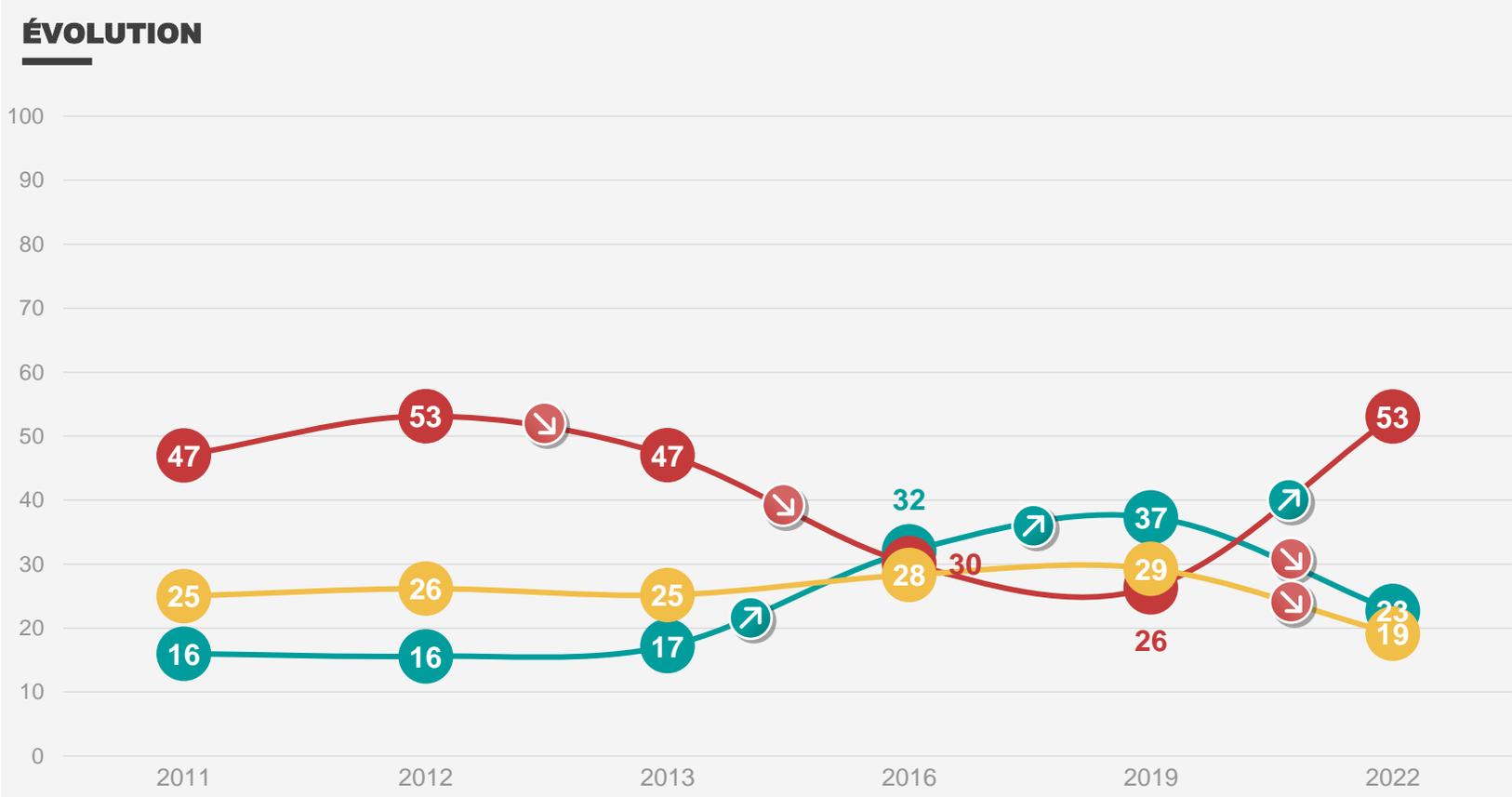
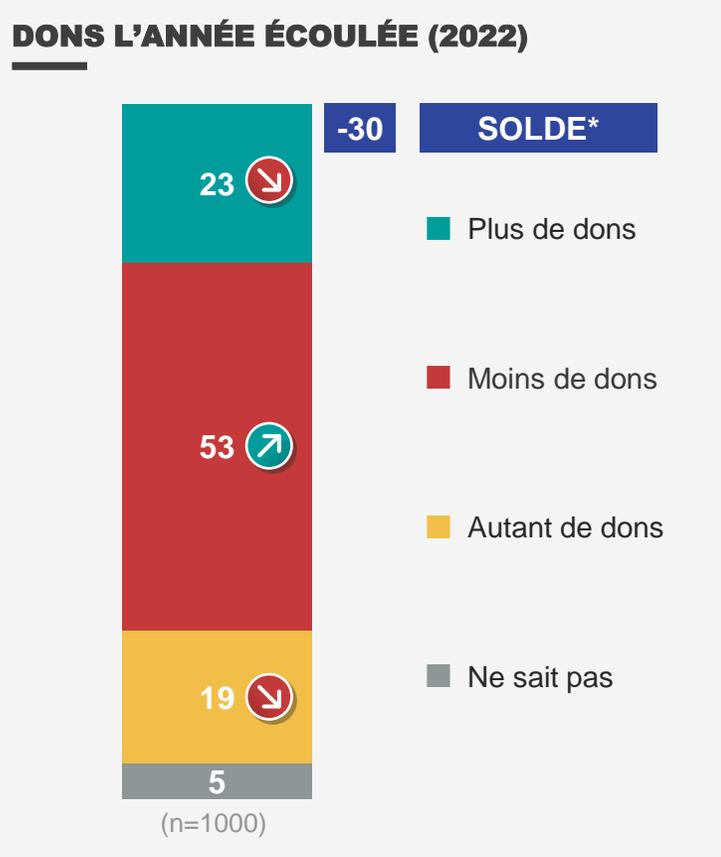
Question : Q21. A votre avis, quelles sont les principales raisons pour lesquelles les personnes ne font pas de don ?

PERCEPTION DE LA PHILANTHROPIE

4

Environ la moitié de la population pense qu'il y a eu moins de dons en 2022 qu'en 2021. Il s'agit donc d'un doublement de la conviction que moins de dons ont été faits par rapport à 2019.

DONS DES BELGES : 2022 VS. 2021



Base : Échantillon total
 Question : Q14. Pensez-vous que les Belges ont fait en 2022 plus de dons, moins de dons ou autant de dons qu'en 2021 ?
 (*) Solde = Plus de dons – moins de dons

La conviction qu'il y a moins de dons est encore plus répandue dans le nord du pays et chez les femmes.

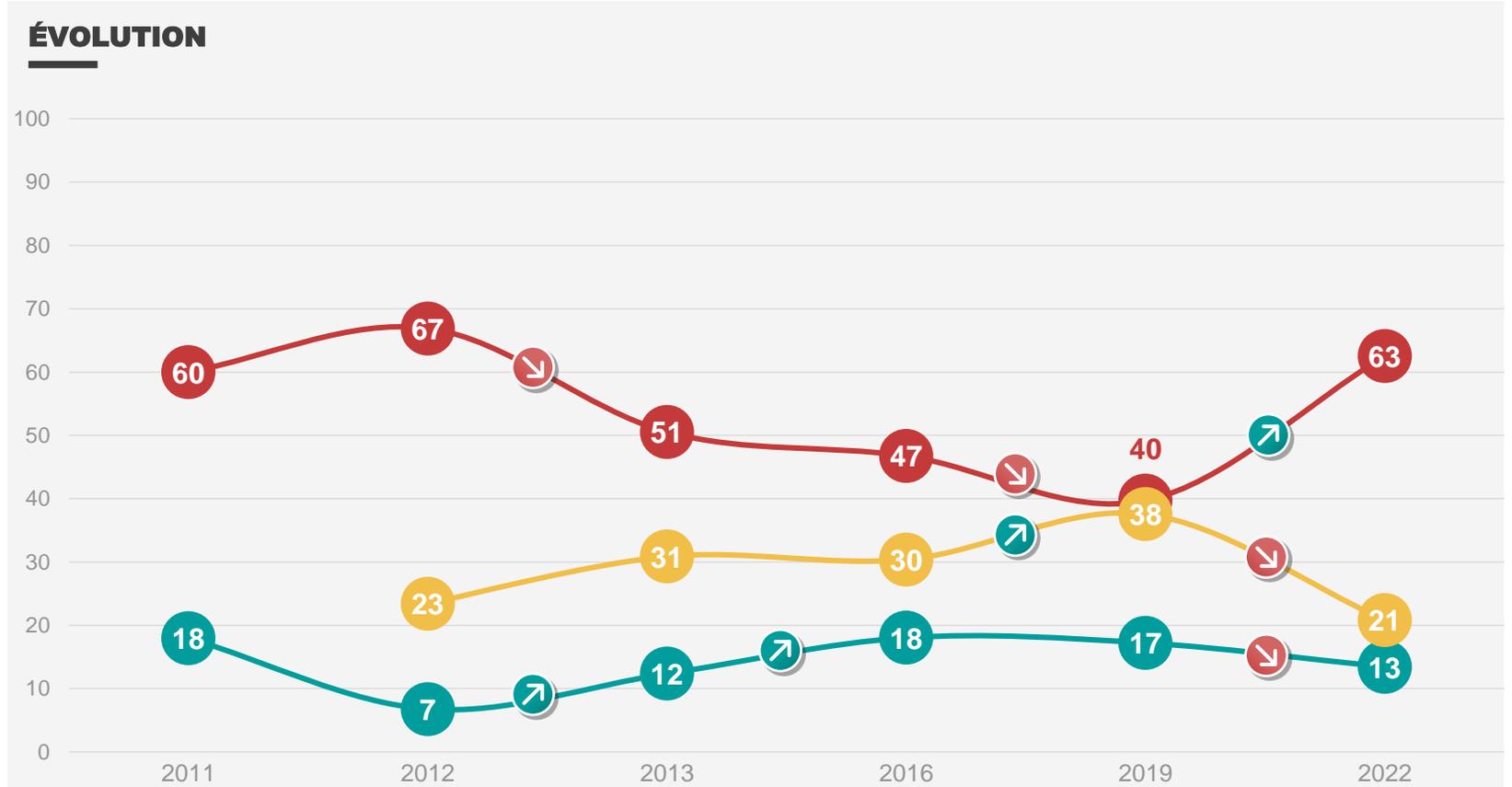
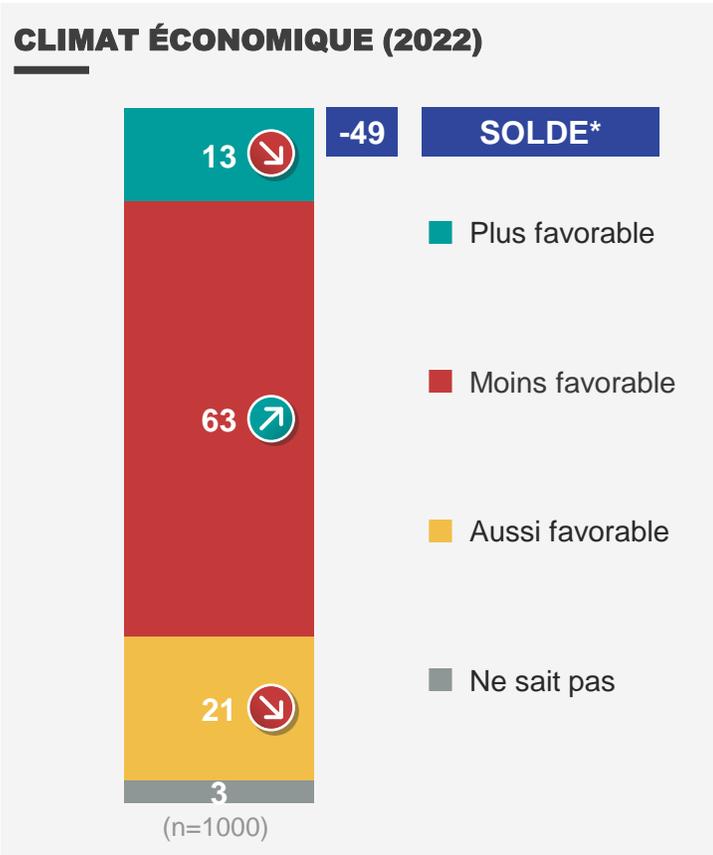
DONS DES BELGES : 2022 VS. 2021 – DÉTAIL

	TOTAL (n=1000)	SEXE		ÂGE				
		HOMME (n=516) – (A)	FEMME (n=484) – (B)	18-34 (n=200) – (C)	35-44 (n=163) – (D)	45-54 (n=160) – (E)	55-64 (n=214) – (F)	65+ (n=263) – (G)
Plus de dons	23	27 B	18	28 E	21	18	23	20
Moins de dons	53	49	57 A	50	59	61 G	52	49
Autant de dons	19	18	20	17	15	18	19	25 D

	TOTAL (n=1000)	LANGUE		FORMATION			DONATEUR	
		NL (n=544) – (A)	FR (n=456) – (B)	PRIMAIRE (n=61) – (C)	SECONDAIRE (n=474) – (D)	SUPÉRIEURE (n=465) – (E)	NON (n=371) – (F)	OUI (n=620) – (G)
Plus de dons	23	18	28 A	21	23	24	22	24
Moins de dons	53	60 B	44	52	53	53	55	52
Autant de dons	19	18	20	22	18	20	16	21

Le climat économique est clairement jugé moins favorable à la philanthropie.
 Il y a plus de 10 ans que 6 Belges sur 10 déclaraient que le climat économique était défavorable aux dons.

IMPACT CLIMAT ÉCONOMIQUE SUR LA PHILANTHROPIE



Cette conviction est la plus forte chez les personnes ayant un niveau de formation plus élevé.

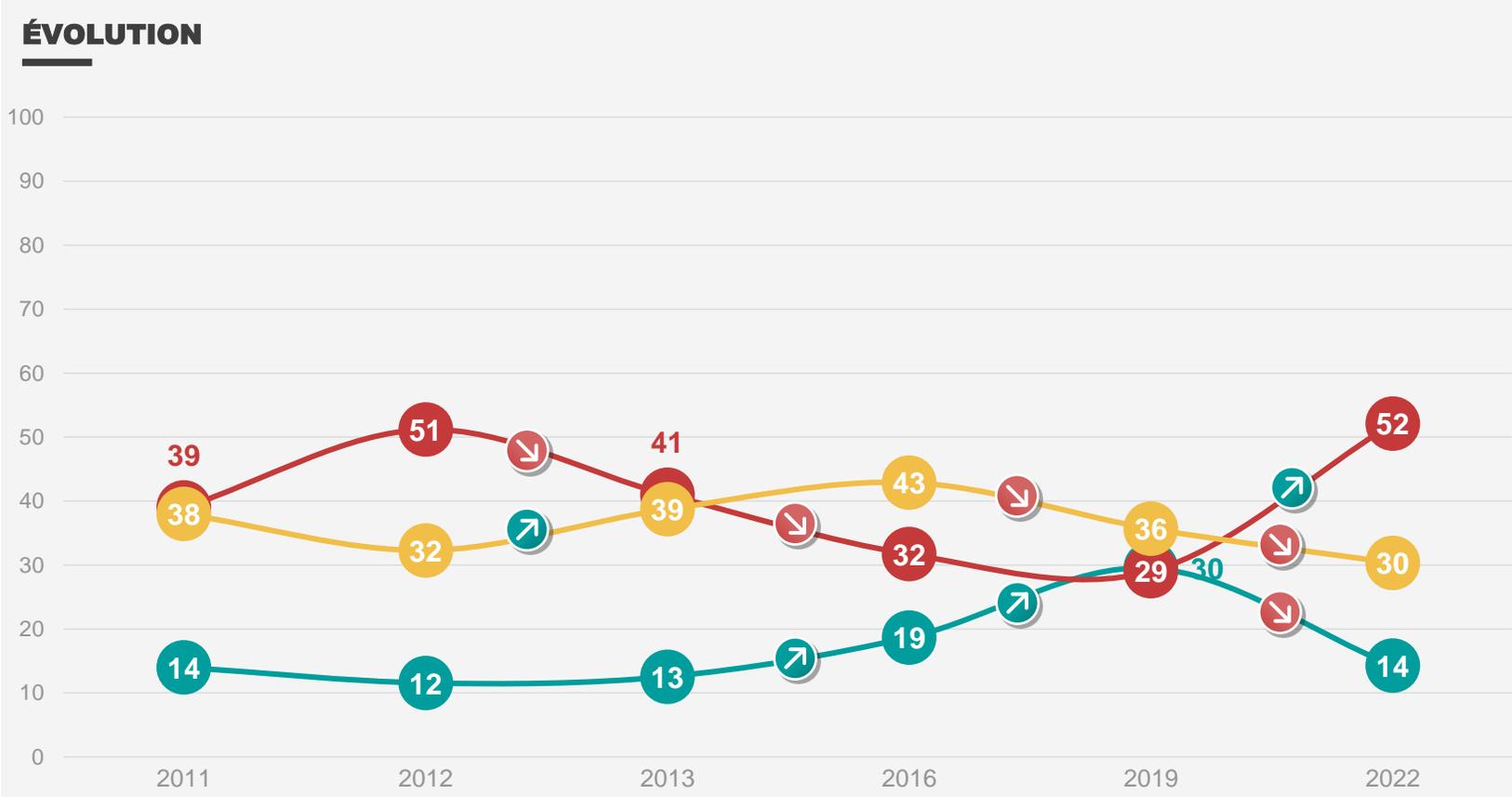
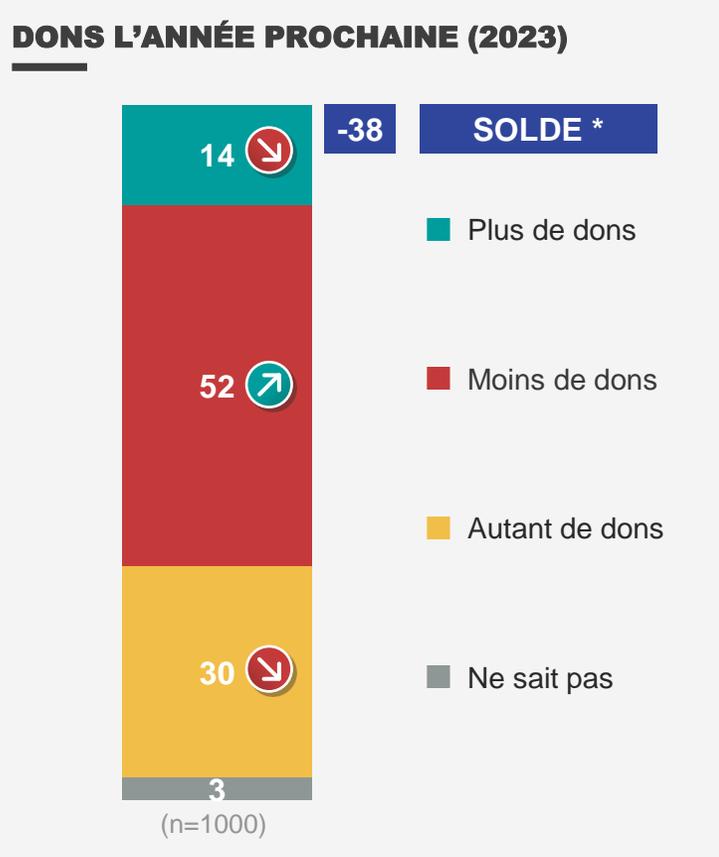
IMPACT CLIMAT ÉCONOMIQUE SUR LA PHILANTHROPIE – DÉTAIL

	TOTAL	SEXE		ÂGE				
	(n=1000)	HOMME (n=516) – (A)	FEMME (n=484) – (B)	18-34 (n=200) – (C)	35-44 (n=163) – (D)	45-54 (n=160) – (E)	55-64 (n=214) – (F)	65+ (n=263) – (G)
Plus favorable	13	17 B	10	17 F	16	14	9	11
Moins favorable	63	61	64	61	60	65	69 G	60
Aussi favorable	21	19	23	20	21	21	17	25

	TOTAL	LANGUE		FORMATION			DONATEUR	
	(n=1000)	NL (n=544) – (A)	FR (n=456) – (B)	PRIMAIRE (n=61) – (C)	SECONDAIRE (n=474) – (D)	SUPÉRIEURE (n=465) – (E)	NON (n=371) – (F)	OUI (n=620) – (G)
Plus favorable	13	11	16	18	14	11	12	14
Moins favorable	63	64	60	52	60	71 CD	66	61
Aussi favorable	21	21	21	21	23 E	16	20	21

L'avenir de la philanthropie est également perçu de manière moins positive. 1 Belge sur 2 est convaincu qu'il y aura encore moins de dons en 2023. Ici aussi, il y a un revirement évident par rapport aux attitudes des années précédentes.

DONS DES BELGES : 2023 VS. 2022



Base : Échantillon total
 Question : Q15. Pensez-vous que les Belges vont faire en 2023 plus de dons, moins de dons ou autant de dons qu'en 2022 ?
 (*) Solde = Plus de dons – moins de dons

Les femmes et les néerlandophones sont à nouveau plus pessimistes à l'égard de la philanthropie en 2023. Les 18-34 ans sont plus nombreux que les 55 ans à penser qu'il y aura davantage de dons en 2023, tout comme les hommes.

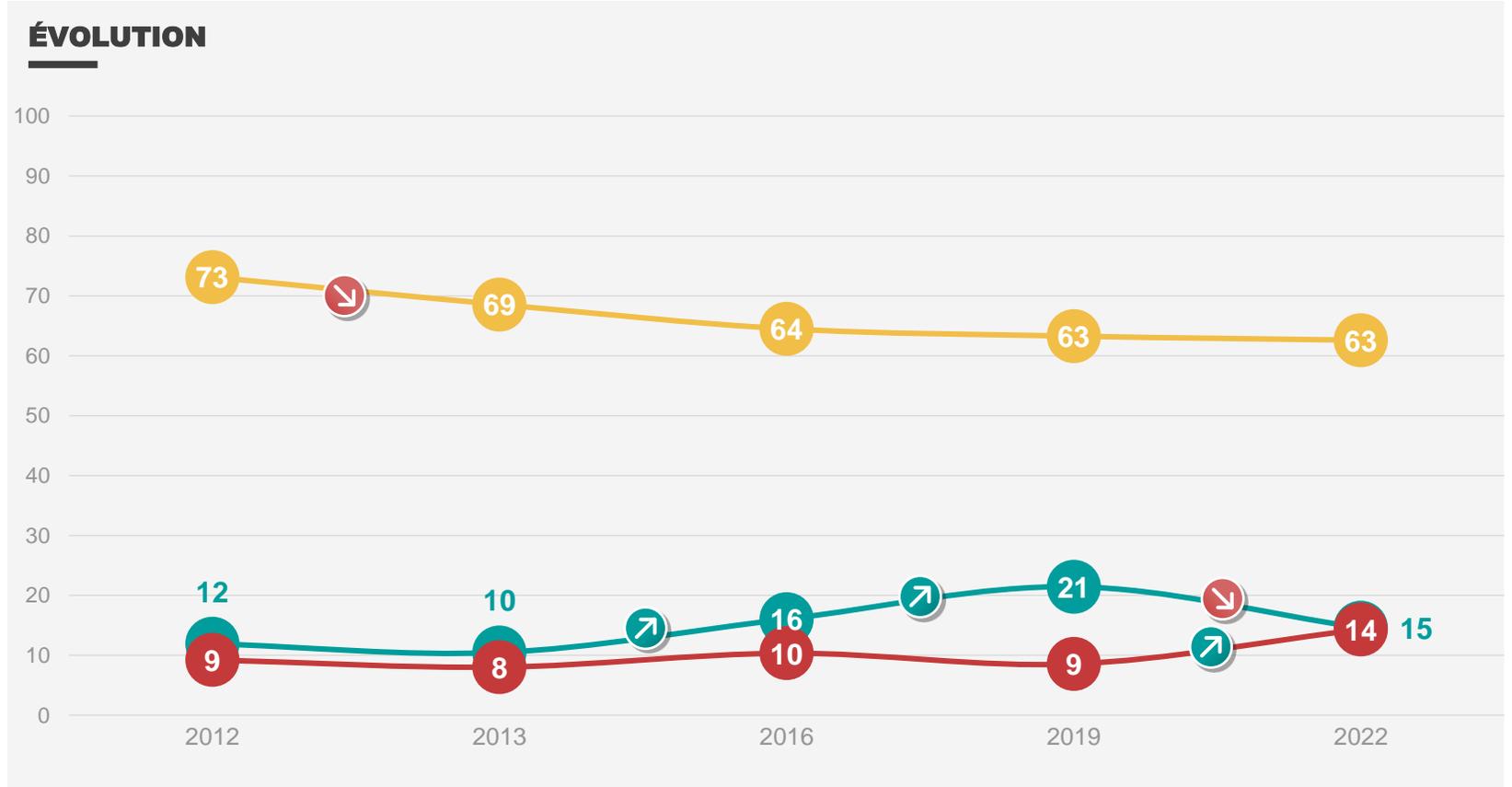
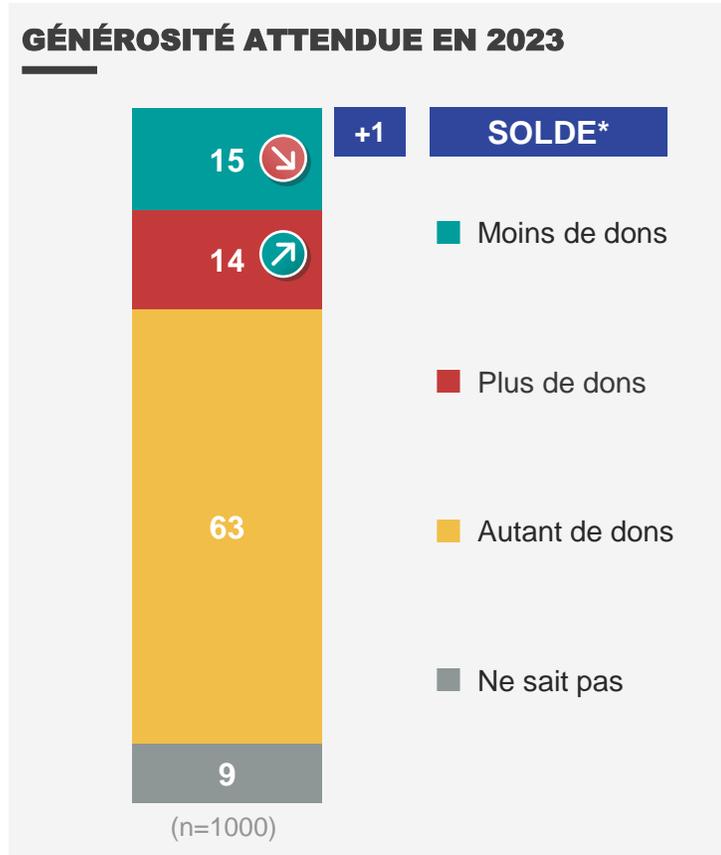
DONS DES BELGES : 2023 VS. 2022 – DÉTAIL

	TOTAL (n=1000)	SEXE		ÂGE				
		HOMME (n=516) – (A)	FEMME (n=484) – (B)	18-34 (n=200) – (C)	35-44 (n=163) – (D)	45-54 (n=160) – (E)	55-64 (n=214) – (F)	65+ (n=263) – (G)
Plus de dons	14	18 B	10	21 FG	14	18 G	11	8
Moins de dons	52	48	56 A	46	58 C	52	56	51
Autant de dons	30	30	31	31	27	29	31	32

	TOTAL (n=1000)	LANGUE		FORMATION			DONATEUR	
		NL (n=544) – (A)	FR (n=456) – (B)	PRIMAIRE (n=61) – (C)	SECONDAIRE (n=474) – (D)	SUPÉRIEURE (n=465) – (E)	NON (n=371) – (F)	OUI (n=620) – (G)
Plus de dons	14	13	16	12	15	14	14	15
Moins de dons	52	56 B	48	59	53	47	55	51
Autant de dons	30	29	32	27	28	35 D	28	32

Bien qu'au niveau personnel, 6 Belges sur 10 s'attendent à donner autant en 2023, nous constatons néanmoins une baisse significative de la proportion de ceux qui s'attendent à donner plus. Quant à ceux qui s'attendent à donner moins, ils enregistrent une augmentation significative.

GÉNÉROSITÉ ATTENDUE EN 2023



GÉNÉROSITÉ ATTENDUE EN 2023 – DÉTAIL

	TOTAL (n=1000)	SEXE		ÂGE				
		HOMME (n=516) – (A)	FEMME (n=484) – (B)	18-34 (n=200) – (C)	35-44 (n=163) – (D)	45-54 (n=160) – (E)	55-64 (n=214) – (F)	65+ (n=263) – (G)
Plus de dons	15	19B	11	22FG	16G	16G	12G	6
Moins de dons	14	14	14	14	16	19F	9	16
Autant de dons	63	60	65	56	66	58	69CE	64

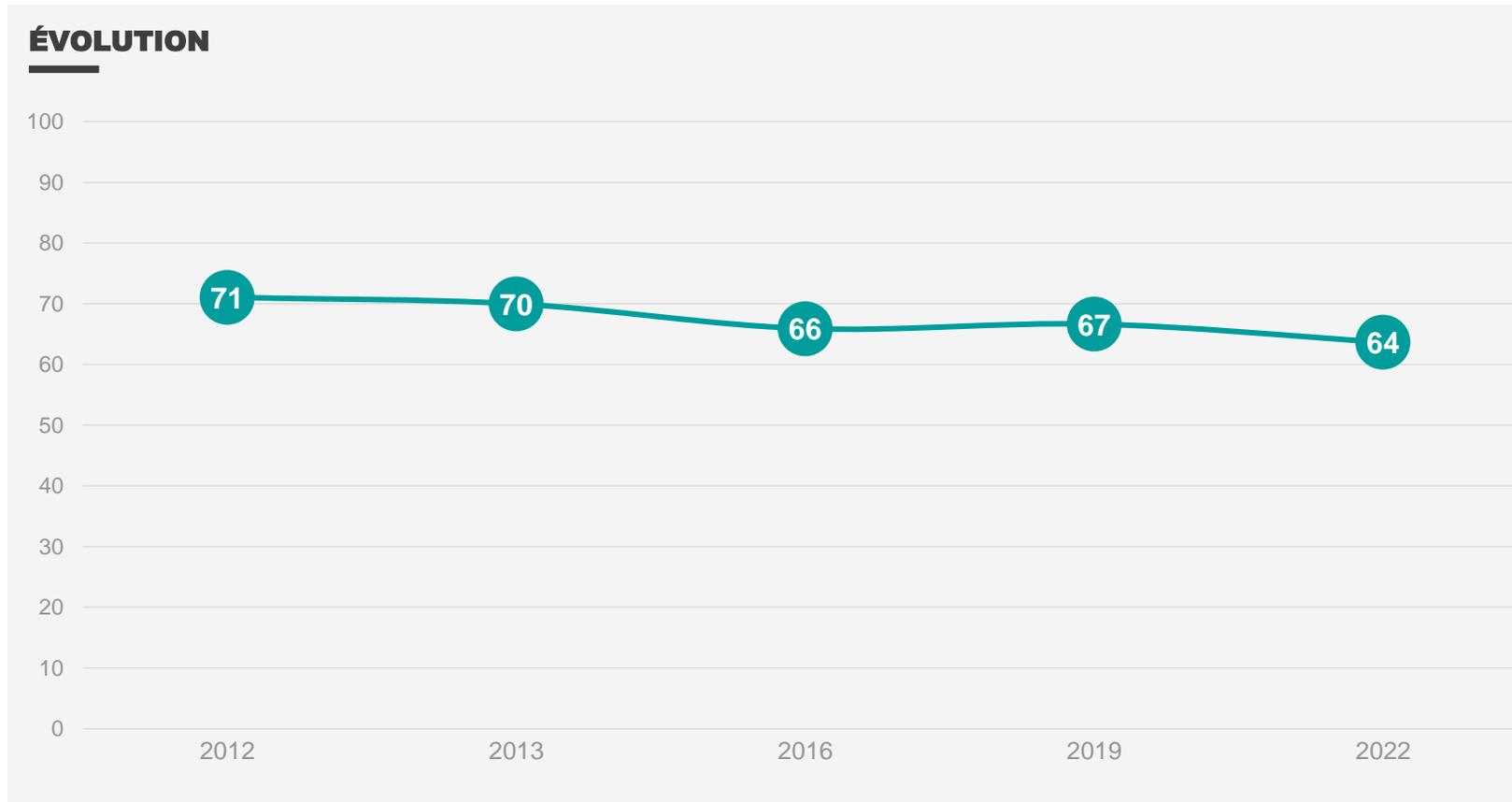
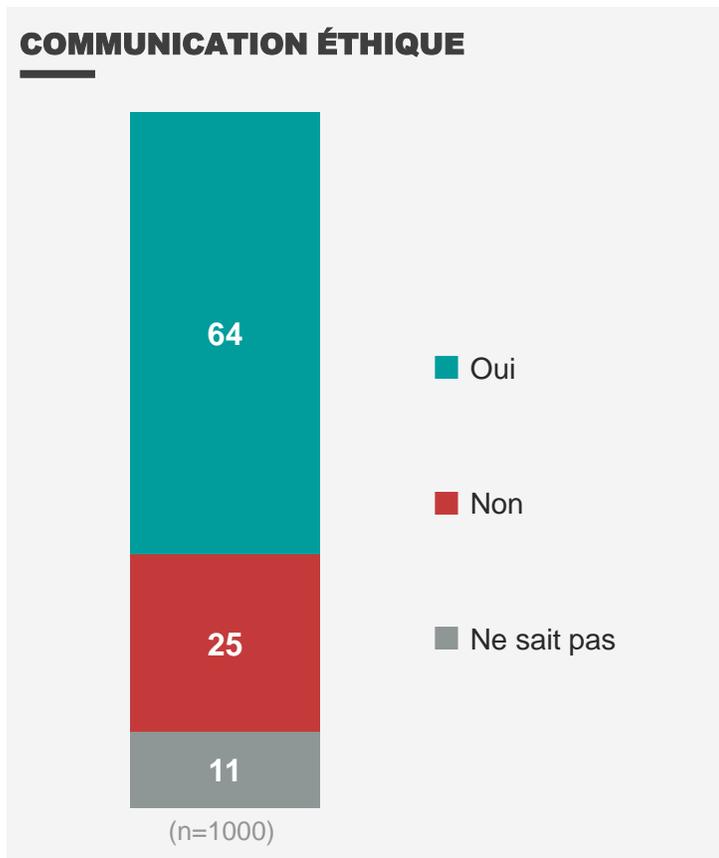
	TOTAL (n=1000)	LANGUE		FORMATION			DONATEUR	
		NL (n=544) – (A)	FR (n=456) – (B)	PRIMAIRE (n=61) – (C)	SECONDAIRE (n=474) – (D)	SUPÉRIEURE (n=465) – (E)	NON (n=371) – (F)	OUI (n=620) – (G)
Plus de dons	15	16	13	14	15	14	19G	11
Moins de dons	14	11	19A	22E	16E	9	16	13
Autant de dons	63	67B	57	49	60	72CD	54	69F

ASPECT ÉTHIQUE DE LA COMMUNICATION MENÉE

5

La majorité des personnes interrogées estiment que la communication des organisations qui font appel à la philanthropie se fait de manière éthique. À long terme, nous constatons toutefois une tendance à la baisse de cette conviction.

COMMUNICATION ÉTHIQUE



CONCLUSIONS

6

CONCLUSIONS

1

Le Belge **croit encore à l'importance sociale de la philanthropie.**

- Elle est importante pour 8 personnes sur 10 et essentielle pour 3 Belges sur 10.
- Ces résultats n'ont pas changé depuis 2016.

Cette conviction de l'importance sociale des dons **se reflète dans la conviction** de la majorité des Belges (77 %) **que les dons contribuent à un monde meilleur.** L'aspect positif est que les jeunes générations en sont particulièrement convaincues. Mais, dans ce cadre, on se tourne également vers le monde des affaires (69 %) et les autorités (qui, selon 62 %, n'agissent pas assez en faveur des bonnes causes).

56 % des Belges déclarent avoir fait un don à une grande cause en 2022. Il s'agit d'une **baisse** par rapport aux éditions précédentes et cela correspond également au fait que nettement plus de Belges sont convaincus que les gens font moins de dons.

Début 2023, les Belges sont également **moins nombreux** à considérer qu'il s'agit d'une **obligation morale de faire un don.** Le **climat économique** (crise et inflation), mais aussi les impôts déjà élevés en Belgique et une certaine méfiance à l'égard des organisations qui gèrent les dons sont des facteurs importants.

2

- Les donateurs déclarent avoir donné autant ou plus. Ce sont principalement les donateurs âgés de 18 à 34 ans qui déclarent avoir fait plus de dons en 2022 (48 %), ce qui est remarquablement plus élevé que pour les autres tranches d'âge. Nous ne constatons **pas de changements majeurs dans le montant** des dons, mais notons que la proportion de petits dons a diminué par rapport à 2019. Cela peut indiquer qu'en raison des conditions économiques, ce sont précisément les petits donateurs qui abandonnent.
- Les grandes causes du **secteur médical et de la santé** restent les plus populaires, suivies par la lutte contre la pauvreté et les actions humanitaires. Sur le long terme, la lutte contre la pauvreté et la migration/ l'intégration ont reçu beaucoup plus de dons (2016 vs 2022).
- Le soutien aux grandes causes à long terme gagne progressivement en popularité au détriment du soutien à des catastrophes particulières.
- Les mesures fiscales restent un incitant supplémentaire pour une proportion significative de Belges (et cela s'applique certainement aux donateurs actuels).

CONCLUSIONS

3

Bien que la majorité des Belges ne s'attendent pas à de réels changements dans leur comportement en matière de dons, **l'avenir de la philanthropie est perçu de manière moins positive.**

- Le climat économique est clairement perçu comme moins favorable à la philanthropie.
 - 1 Belge sur 2 est convaincu qu'il y aura encore moins de dons en 2023. Un revirement par rapport aux années précédentes.
 - Les 18-34 ans s'expriment un peu plus positivement et s'attendent à donner plus en 2023 que les autres tranches d'âge. Cette différence est la plus marquée par rapport aux 55 ans et plus.
-

Merci !



GAME CHANGERS

