



pour



# Les Organisations Non-Gouvernementales et les réseaux sociaux

6 juillet 2017

---

# SOMMAIRE

## Méthodologie d'enquête

- 1 Pratiques sur les réseaux sociaux
- 2 Qu'attend-on des ONG sur les réseaux sociaux ?
- 3 Attentes des ONG sur les réseaux sociaux
- 4 Les dons sur les réseaux sociaux

# Méthodologie d'enquête



## Grand public



- **Etude online réalisée sur le panel de Harris Interactive** par système CAWI multi support (web, mobile, tablette), au moyen d'un mail d'invitation à répondre à une enquête, renvoyant sur le questionnaire hébergé sur le serveur de Harris Interactive.



- **Echantillon de 1001 personnes, représentatif des 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).



- **Dates de terrain :** du 20 au 22 juin 2017



## Responsables ONG

- **Enquête réalisée en ligne auprès de responsables d'associations** les invitant à répondre à l'enquête via un lien, renvoyant sur le questionnaire hébergé sur le serveur de Harris Interactive. La communication de cette enquête a été réalisée via les réseaux de Communication Sans Frontières.

- **Echantillon total de 50 responsables d'association :** Président/DG, Directeurs de communication, Directeurs de développement, Responsables de communication, etc.

- **Dates de terrain :** du 13 au 30 juin 2017

# 1 Pratiques sur les réseaux sociaux



*Au sein des associations*



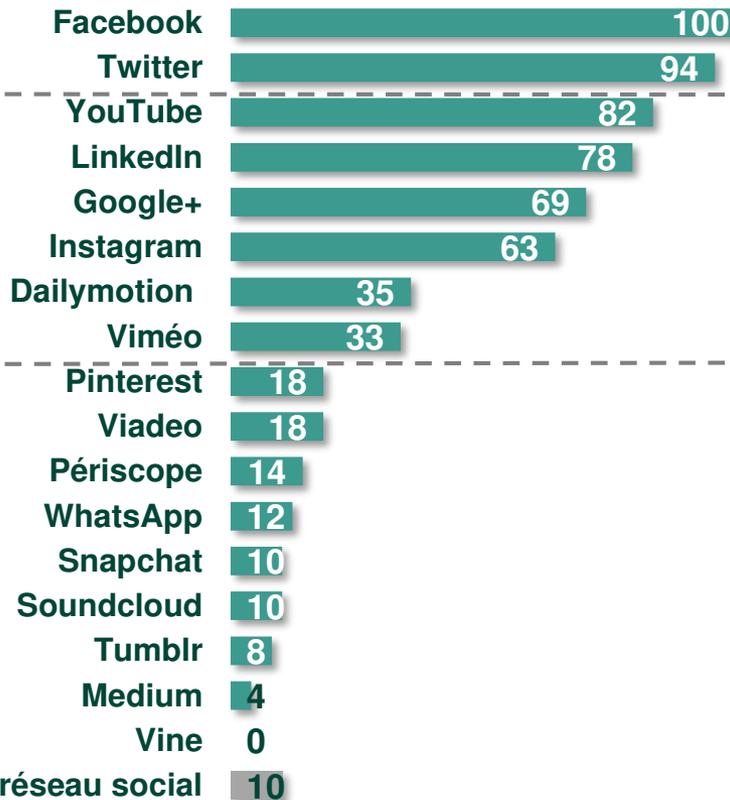
## Des associations très présentes sur les réseaux sociaux

Votre association dispose-t-elle d'un compte sur chacun des réseaux sociaux suivants ?

- Responsables ONG - A tous - en %



**100% des associations interrogées sont actives sur les réseaux sociaux**



## Des associations très proactives sur les réseaux sociaux

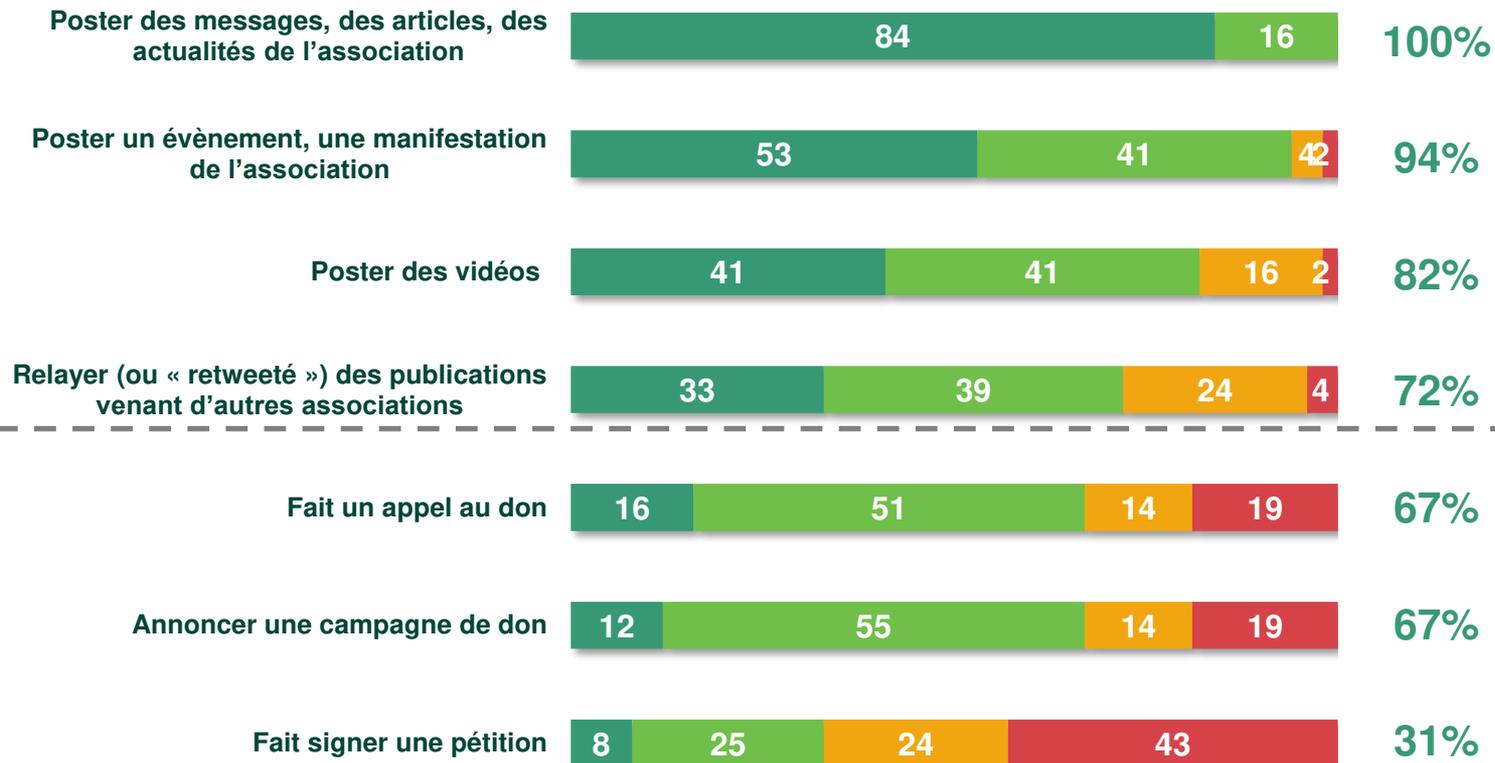
Vous avez indiqué que votre association est présente sur les réseaux sociaux. A quelle fréquence votre association fait-elle les choses/actions suivantes sur la page de l'association ?

- Aux associations présentes sur les réseaux sociaux (100%) - en %



### Responsables ONG

Total Oui



*Au sein du Grand Public*



## Une visibilité des associations les réseaux sociaux qui progresses lentement

Et suivez-vous sur les réseaux sociaux les publications ou actualités d'organisations Non-Gouvernementales (ONG) ou associations caritatives ?

À ceux qui disposent d'un compte sur les réseaux sociaux (86%) - en %

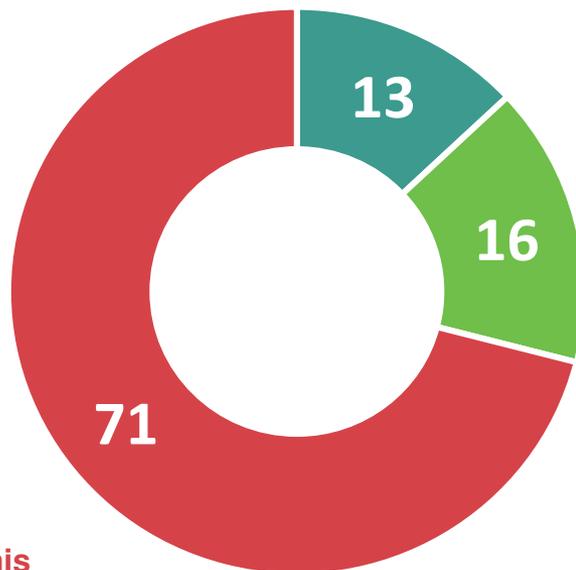


Grand Public

Oui, vous êtes abonné(e) / vous « likez » au moins une de ces pages ou comptes

Oui 29%

Rappel 2016 : 27%  
Rappel 2014 : 21%



Oui, vous suivez leurs publications ou actualités, mais sans être abonné(e) / « liker » une page ou un compte en particulier

Non, jamais

## Une information sur les associations majoritairement « passive »

En général, comment vous informez-vous sur les ONG et associations caritatives (actualités, missions...) ? (plusieurs réponses possibles)

- A tous - en %



### Grand Public



## Des socionautes de plus en plus proactifs

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 l'actualité des ONG ou associations caritatives sur les réseaux sociaux (29%) - en %



### Grand Public

Rappel  
2016

« Liker » une de leurs actualités	56		52%
Visualiser une de leurs vidéos	55	↑	44%
Relayer (ou « retweeté ») leurs publications à d'autres personnes	47	↑	35%
Consulter la page ou le compte sans y faire d'action particulière, juste pour vous informer	44	↓	56%
« Liker » la page en tant que telle	34		38%
Poster des messages positifs sur leur page ou compte	24	↑	19%
Fait un don	20	↓	35%
Commenter ou donner votre avis sur une de leurs actualités	14	↓	19%
Poster une idée ou une recommandation sur leur page	7		10%
Poster des messages négatifs sur leur page ou compte	5		7%

## 2 Qu'attend-on des ONG sur les réseaux sociaux ?



# La présence des ONG sur les réseaux sociaux : attendue par les Français, incontournable pour les ONG...

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 - en %



Grand Public



Responsables ONG

## Présence des ONG, association caritative sur les réseaux sociaux

Importante/Indispensable

60%

Importante (16%)  
Indispensable (44%)

Importante/Indispensable

96%

Importante (29%)  
Indispensable (67%)

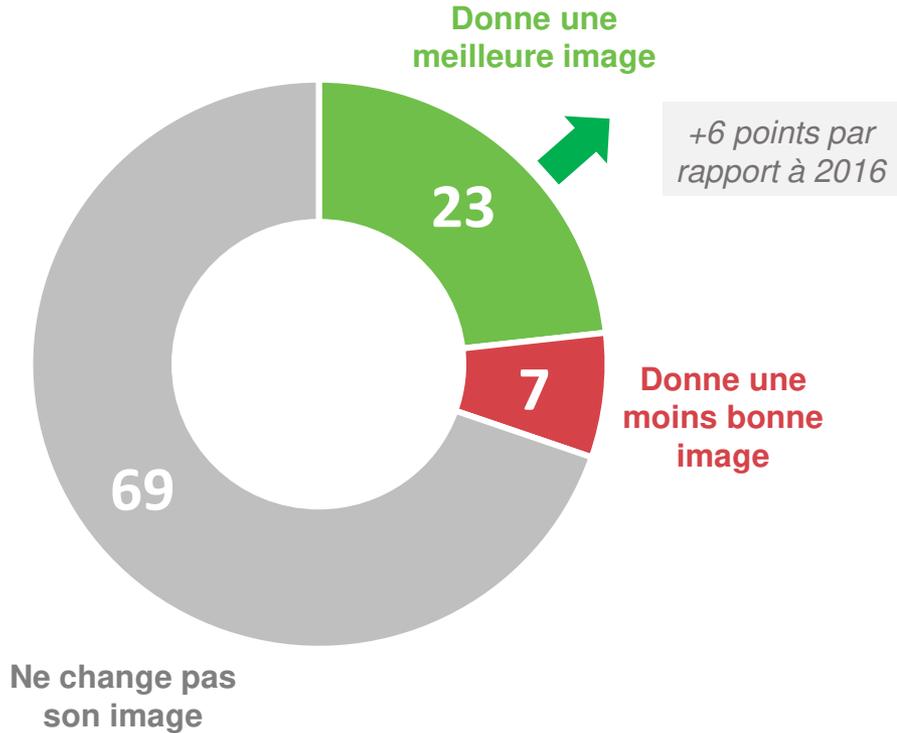
## ... et qui participe à améliorer l'image des ONG et des associations caritatives

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

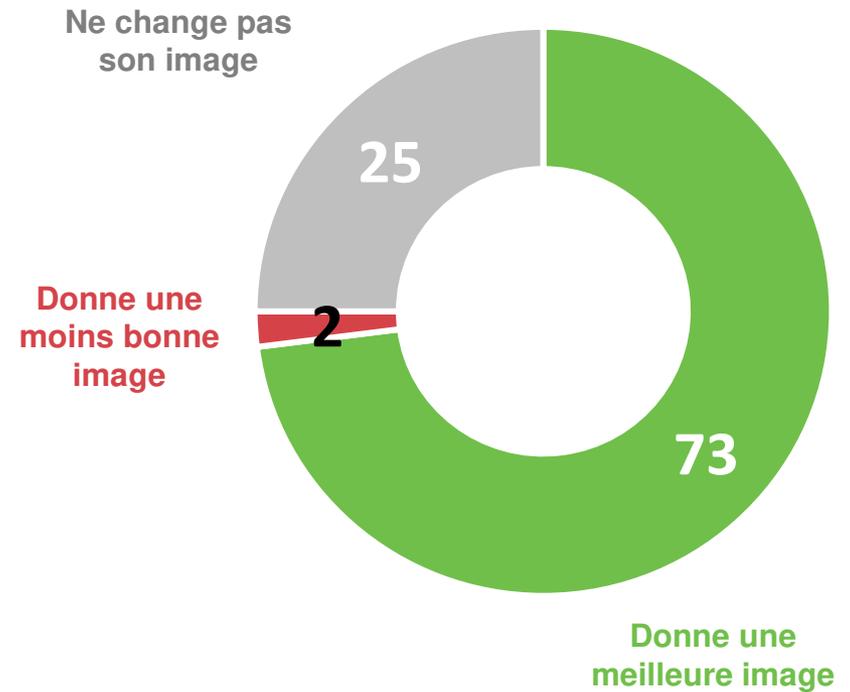
- À tous - en %



### Grand Public



### Responsables ONG



# Les bénéfices de cette présence : un renforcement de la notoriété, de la connaissance, un levier de mobilisation et un moyen de différenciation

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

- À tous - en %



## Grand Public



## Responsables ONG

	Total Oui	Rappel 2015	Total Oui	Ecart Grand Public / Responsables ONG
De vous faire connaître les causes qu'elle soutient	66	69%	96	30 pts
De vous faire mieux connaître son action	66	66%	96	30 pts
De bien comprendre quelles sont ses actions, ses missions par rapport à d'autres associations	63	Non posé	82	19 pts
De vous aider à la connaître, à l'identifier	63	65%	100	37 pts
De vous mobiliser pour les causes qu'elle soutient	52	47%	98	46 pts
De vous inciter à participer en diffusant l'information autour de vous	48	49%	98	50 pts
De vous inspirer confiance	43	37%	78	35 pts
De vous faire sentir plus proche d'elle	41	38%	94	53 pts
De vous inciter à faire un don	37	35%	73	36 pts

## Mais des points de vigilance

Et lorsqu'une ONG ou une association caritative est active sur les réseaux sociaux, risque-t-elle ... ?

- À tous - en %



### Grand Public

Rappel  
2015



### Responsables ONG

Total Oui

D'exposer les acteurs sur le terrain à des risques (publications de photos géolocalisées, etc.)

Total Oui

56



51%

39

De privilégier la réactivité et l'instantanéité au détriment de l'action de long terme

49



41%

39

De donner le sentiment qu'elle privilégie la communication à l'action

46



40%

16

# Des réseaux sociaux à forte légitimité et perçus comme des partenaires incontournables des ONG

Selon-vous les réseaux sociaux sont-ils très utiles, assez utiles, pas vraiment utiles ou pas du tout utiles pour aider les associations caritatives/ONG à ...

- À tous - en %



## Grand Public

Total Utile

Faire connaître leurs missions



75%

Informar les citoyens sur leurs actions menées sur le terrain



73%

Mobiliser les citoyens pour soutenir les actions et leurs causes



68%

Collecter des dons



63%



## Responsables ONG

Total Utile



90%



92%



94%



65%

■ Très utiles   
 ■ Assez utiles   
 ■ Pas vraiment utiles   
 ■ Pas du tout utiles

### 3 Attentes des ONG sur les réseaux sociaux



## Des attentes divergentes entre le Grand public et les responsables ONG

**Grand Public - Voici différentes actions que pourraient mettre en place les ONG ou associations caritatives sur les réseaux sociaux. Quelles sont les trois actions principales qui vous inciteraient le plus à consulter l'actualité d'une ONG sur les réseaux sociaux ?**

**Responsables ONG - Voici différentes actions que pourraient mettre en place les ONG ou associations caritatives sur les réseaux sociaux. Pour votre association, quelles sont les trois actions principales que vous jugez les plus prioritaires ?**

- À tous - en %



### Grand Public

Rappel  
2016



### Responsables ONG

Action	Grand Public (%)	Rappel 2016 (%)	Responsables ONG (%)
Expliquer plus précisément et plus clairement ce qu'elle fait des dons collectés	48	68%	38
Publier le bilan annuel de l'association (détail des actions, utilisation des dons, répartition des moyens financiers, etc.)	33	45%	10
Informen en temps réel les abonnés sur les actions menées sur le terrain	30	39%	44
Proposer des vidéos, des reportages détaillés sur les actions menées sur le terrain	25	23%	60
Permettre de suivre des bénévoles sur le terrain, pour mieux connaître leurs actions au quotidien	25	16%	19
Expliquer plus précisément en quoi son activité est différente de celles des autres ONG ou associations caritatives	24	22%	29
Proposer aux abonnés de voter pour choisir le prochain projet entre différentes possibilités	18	21%	17
Proposer de nouveaux formats de dons pour financer des actions	14	11%	19
Proposer des conversations en ligne entre un de ses membres (dirigeant, salarié, bénévole) et l'ensemble de ses abonnés	7	7%	25
Proposer un espace de discussion spécifique entre donateurs pour leur permettre d'échanger	6	5%	13
Diffuser des portraits, des témoignages de donateurs	5	3%	13

# De nombreuses pistes livrées par les responsables d'ONG

Et selon-vous que devraient améliorer en priorité les réseaux sociaux pour aider les associations caritatives, ONG à être plus efficaces ? (Question ouverte)

- A tous - en %



## Responsables ONG

Etendre la portée gratuite de leurs publication. Proposer des fonctionnalités de mobilisation, par exemple Thunderclap.

Développer des outils de collecte sur les communautés.

Rendre visible 100% des posts. Donner accès aux datas, faciliter le don.

Permettre de la collecte de dons!

Donner plus de visibilité, avoir des moyens privilégiés pour faire connaître ses actions à ses fans

Certifier les associations : actuellement par exemple le bouton don de Facebook passe par une étape avec message "non approuvé ou affilié à Facebook" ce qui peut être un frein au don.

Les réseaux sociaux doivent continuer d'accompagner les ONG et leur donner les moyens d'être autant voire plus visibles que les grandes marques. Cette visibilité est importante pour faire connaître nos activités, mettre l'accent sur des situations qui ne sont pas forcément relayées par les médias, insister sur le caractère d'urgence. Les réseaux sociaux doivent faciliter la diffusion des messages d'ONG pour accroître leur portée.

Aides/financement  
Communication/publicité des actions des ONG Add-ons  
ONG

Possibilité de don direct ;  
Distinction claire entre associations/ONG et entreprises

Les aider à travailler leur contenu, leur faciliter l'accès aux outils, faire en sorte qu'elles soient mieux répertoriées, leur donner un véritable espace.

## 4 Les dons sur les réseaux sociaux



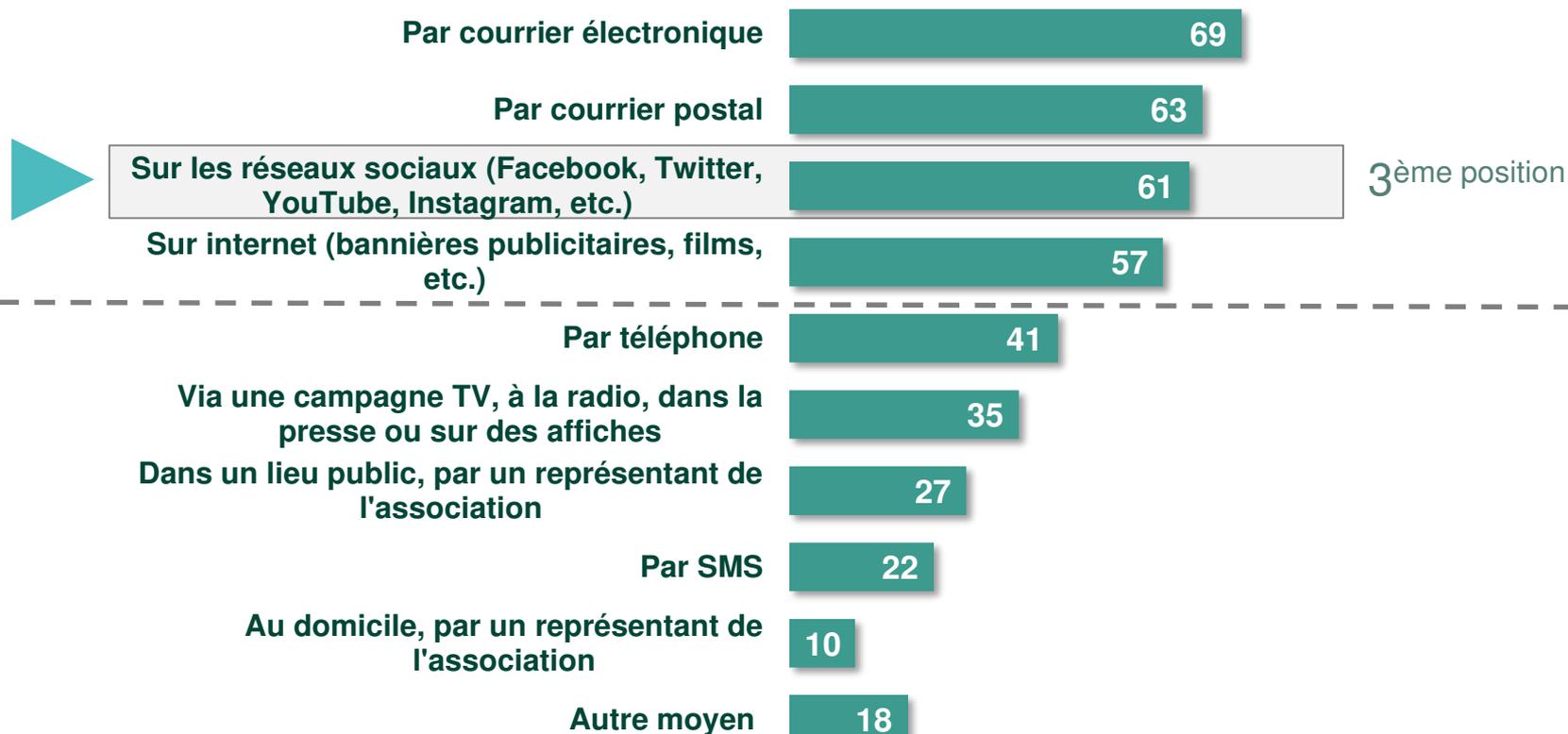
## De nombreux moyens de sollicitation

Généralement par quels moyens sollicitez-vous vos donateurs ? (plusieurs réponses possibles)

- A tous - en %



### Responsables ONG



# L'appel au don sur les réseaux sociaux : une pratique déjà installée pour une large majorité d'associations

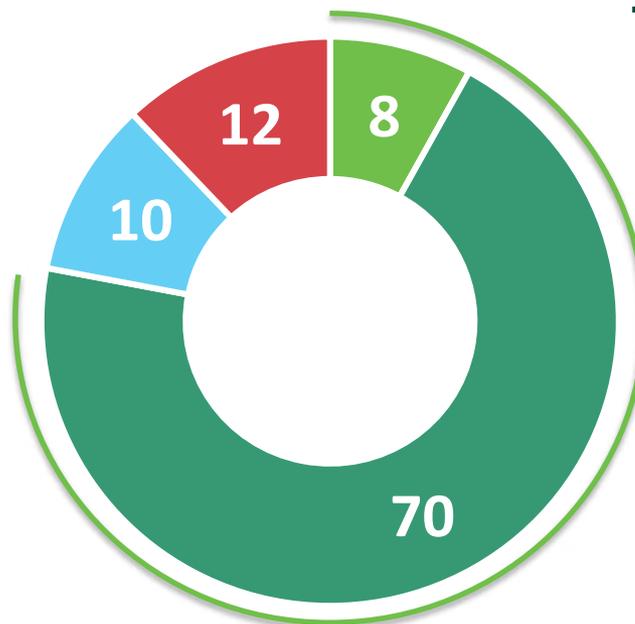
Votre association a-t-elle déjà fait des appels au don via les réseaux sociaux ?

- A tous - en %



Responsables ONG

Total Oui :  
78%



Oui une fois

Oui à plusieurs reprises

Non mais l'association envisage de le faire

Non et l'association n'envisage pas de le faire

## Et une confiance elle aussi majoritaire

A propos de l'appel au don sur les réseaux sociaux, diriez-vous qu'au sein de votre association vous êtes tout à fait confiant, plutôt confiant, plutôt pas confiant ou pas confiant du tout ?

- A tous - en %

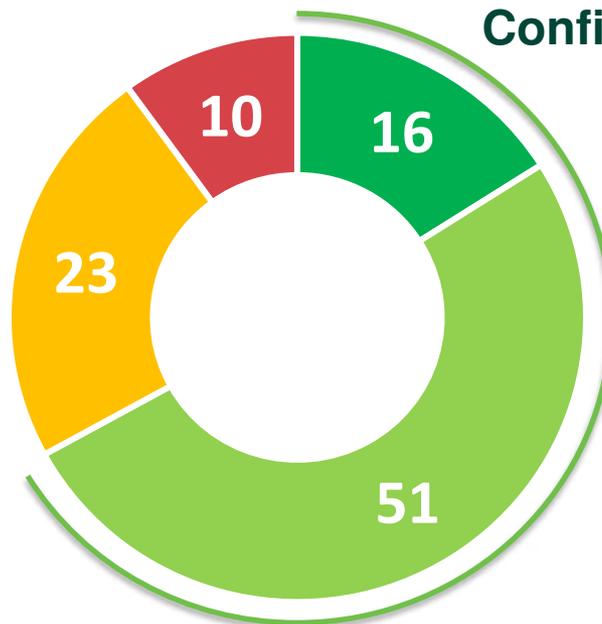


Responsables ONG



Rappel  
Grand Public : 19%

Total  
Confiance: 67%



Tout à fait confiant

Plutôt confiant

Plutôt pas confiant

Pas du tout confiant

## ... mais une pratique qui suscite certaines réserves au sein du Grand Public

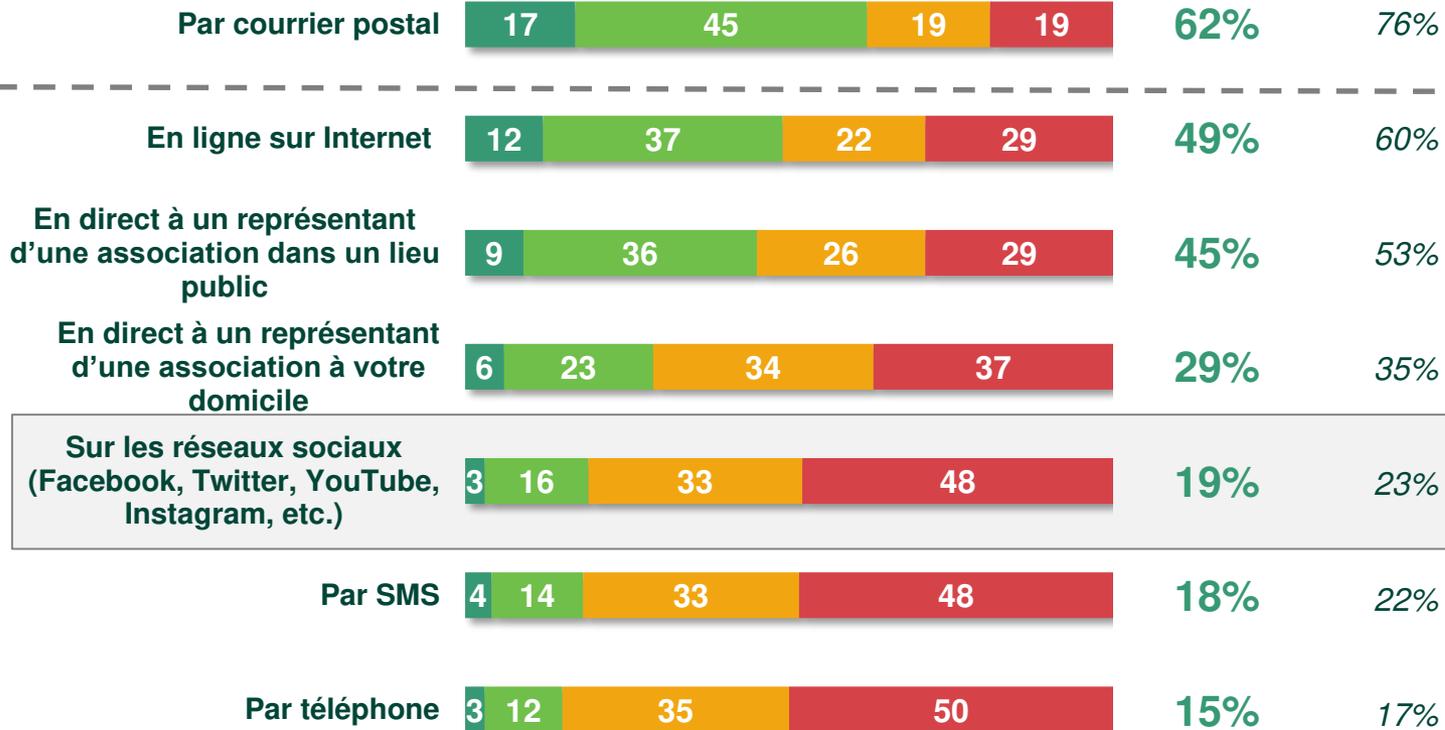
Dans chacune des situations suivantes êtes-vous tout à fait confiant, plutôt confiant, plutôt pas confiant ou pas du tout confiant pour faire un don...

- A tous - en %



Grand Public

Total Oui *Total donateurs*



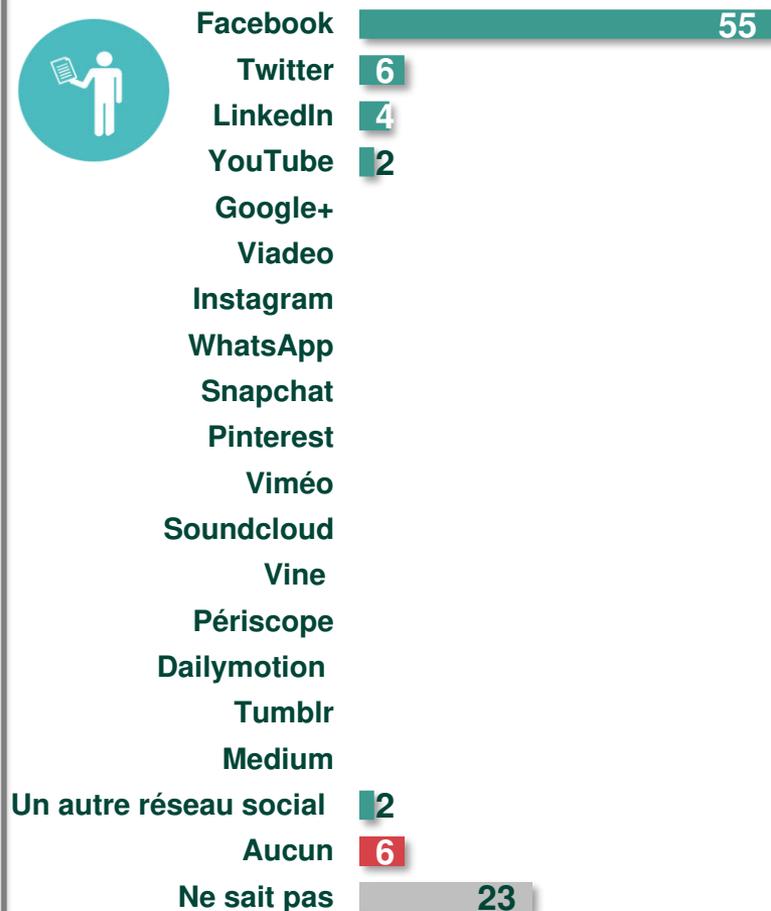
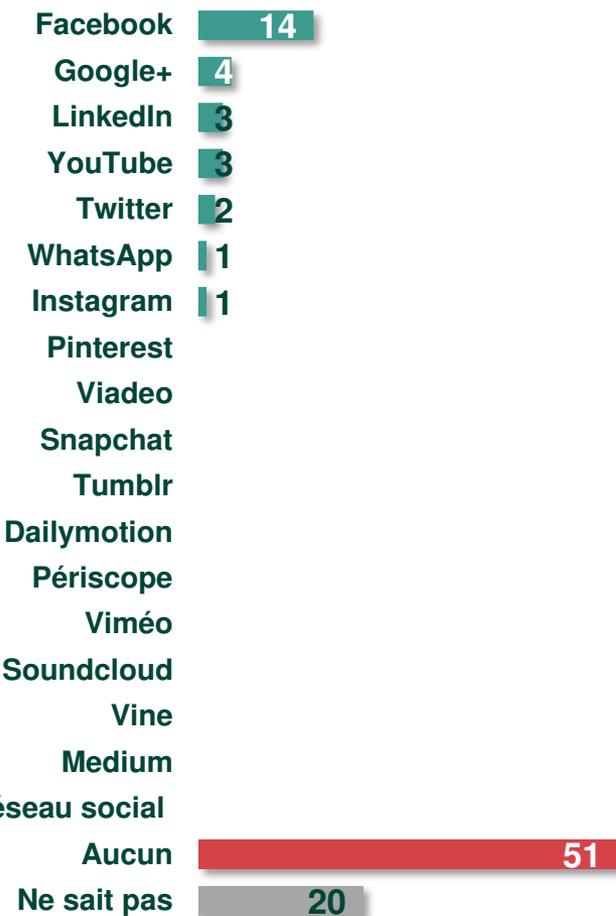
■ Tout à fait confiant 
 ■ Plutôt confiant 
 ■ Plutôt pas confiant 
 ■ Pas du tout confiant

# Facebook est désigné comme le réseau social en lequel on aurait le plus confiance pour faire un don ou un appel au don. Mais la défiance est partagée par une moitié des Français.

**Grand Public** - Si vous deviez faire un don sur les réseaux sociaux, parmi la liste suivante, indiquez celui en qui vous auriez le plus confiance ? (une seule réponse possible)

**Responsables ONG** - Pour faire un appel au don via les réseaux sociaux, parmi la liste suivante, indiquez celui en qui vous auriez le plus confiance ? (Une seule réponse possible)

- A tous- en %





## Contact Harris Interactive

---

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

---

ahead of what's next