



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 ?

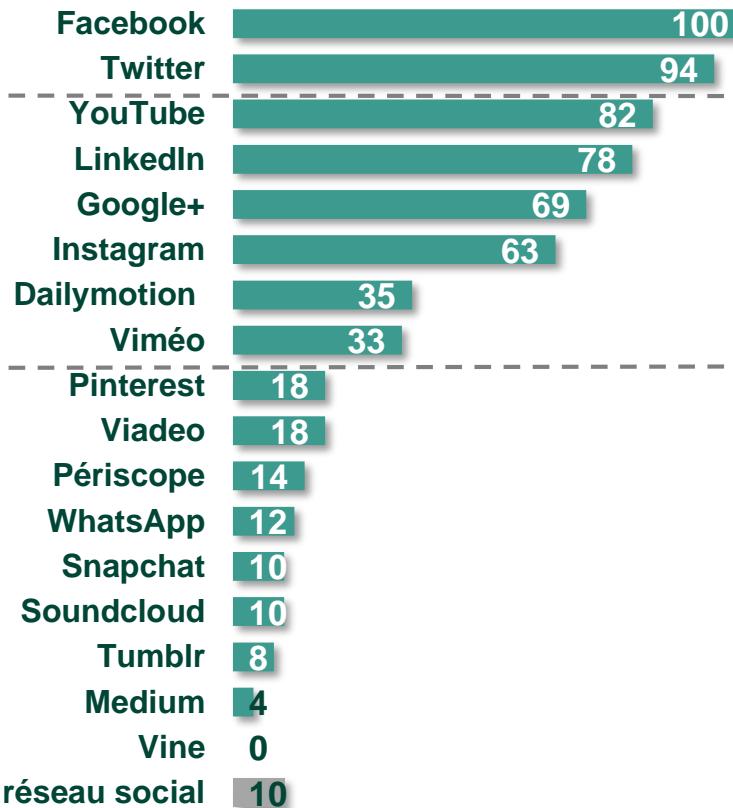
- Responsables ONG - A tous - en %



Responsables ONG



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



Des associations très proactives sur les réseaux sociaux

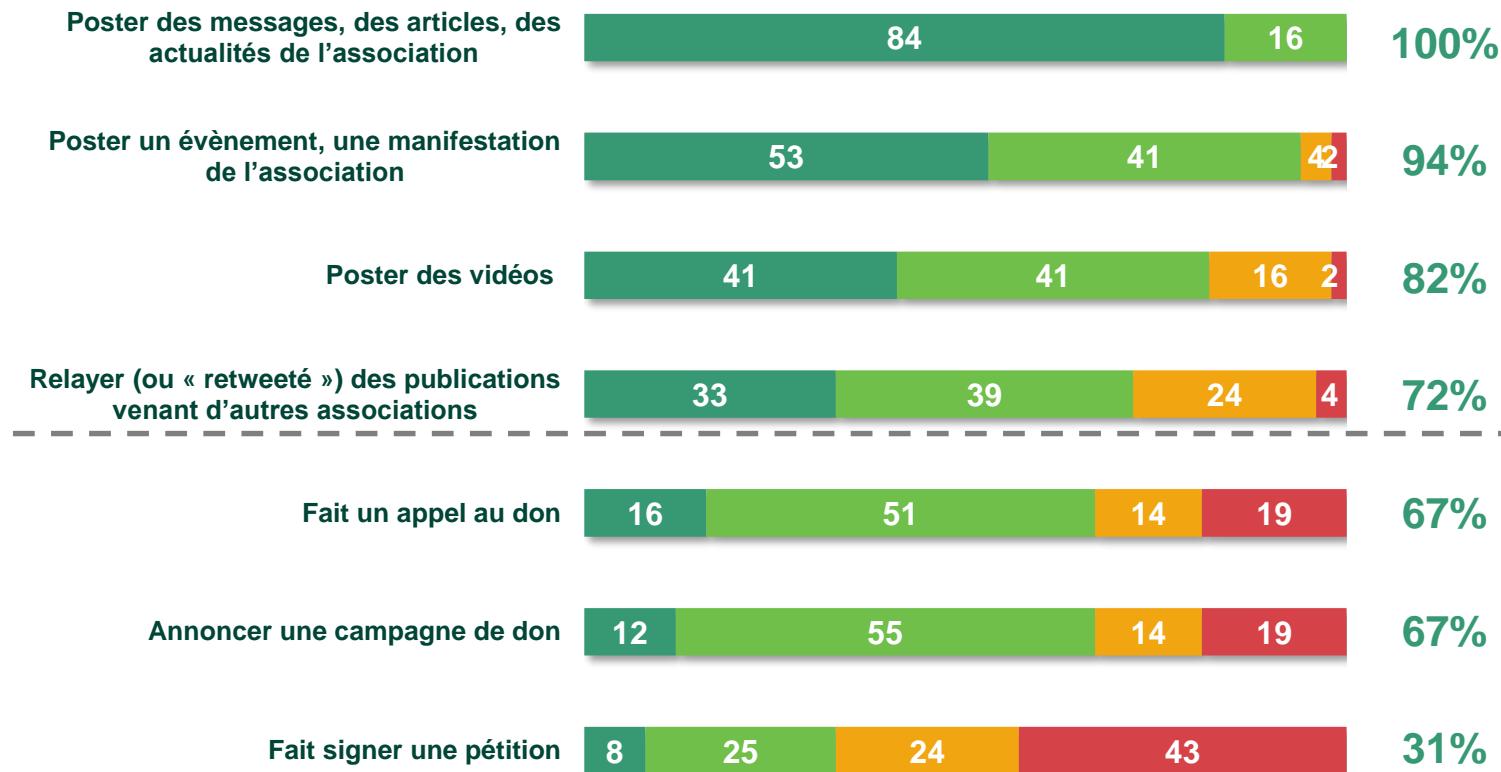
Vous avez indiqué que votre association est présente sur les réseaux sociaux. A quelle fréquence votre association fait-elle les choses/actions suivantes sur la page de l'association ?

- 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 progresse 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 %

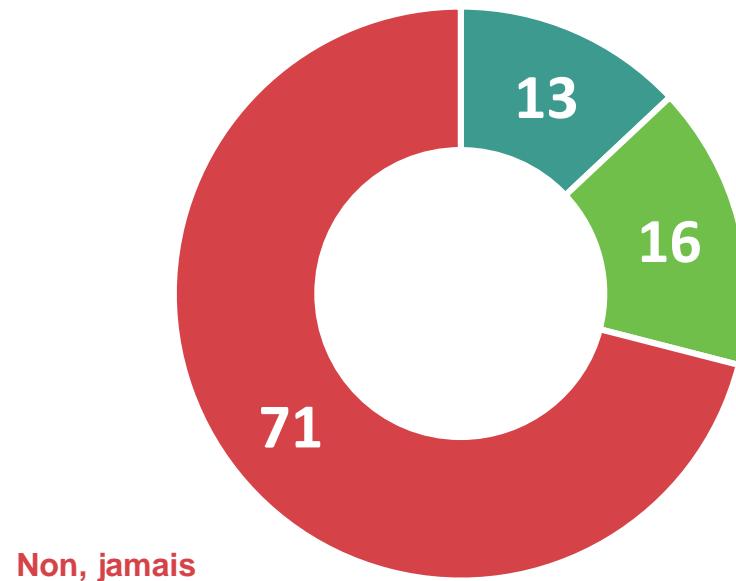


Grand Public

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

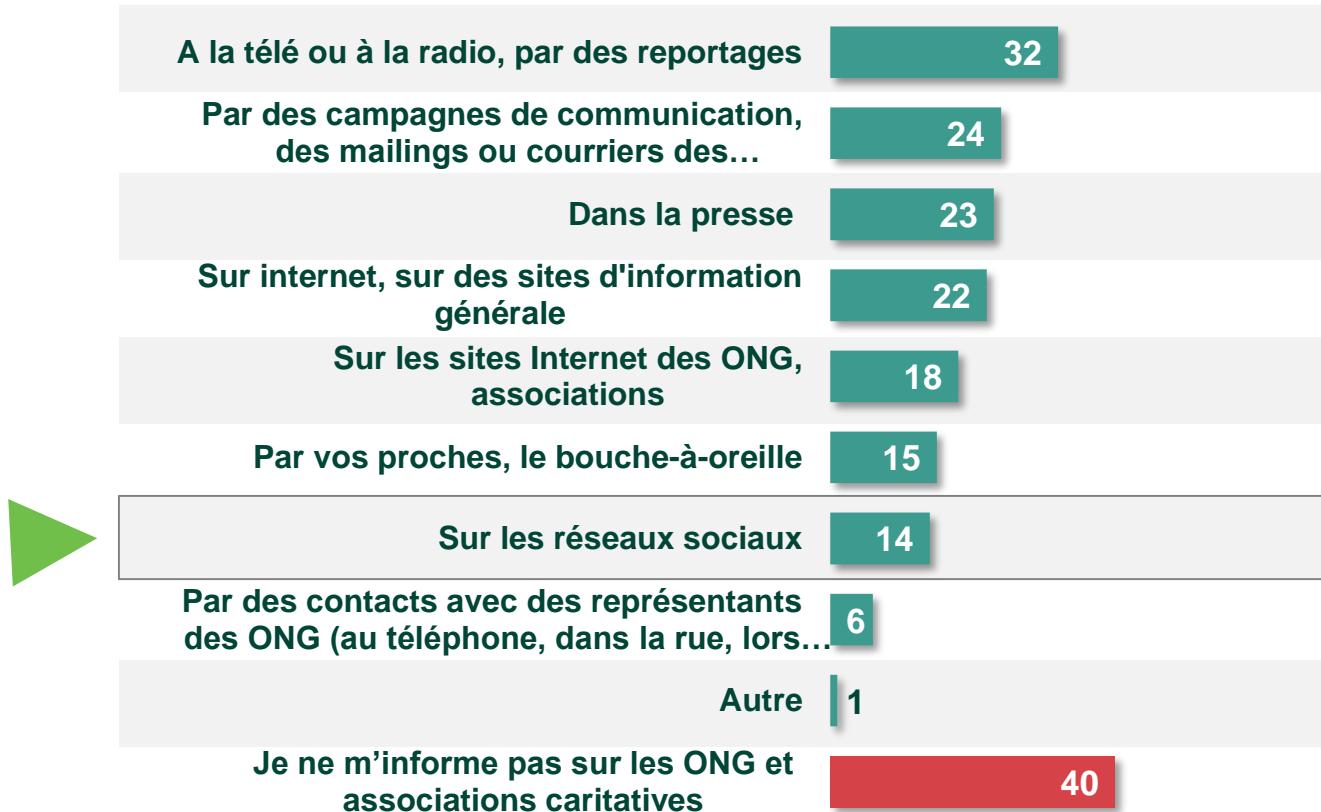
Une information sur les associations majoritairement « passive »

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

- A tous - en %



Grand Public



- Total supérieur à 100% -

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



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%)*

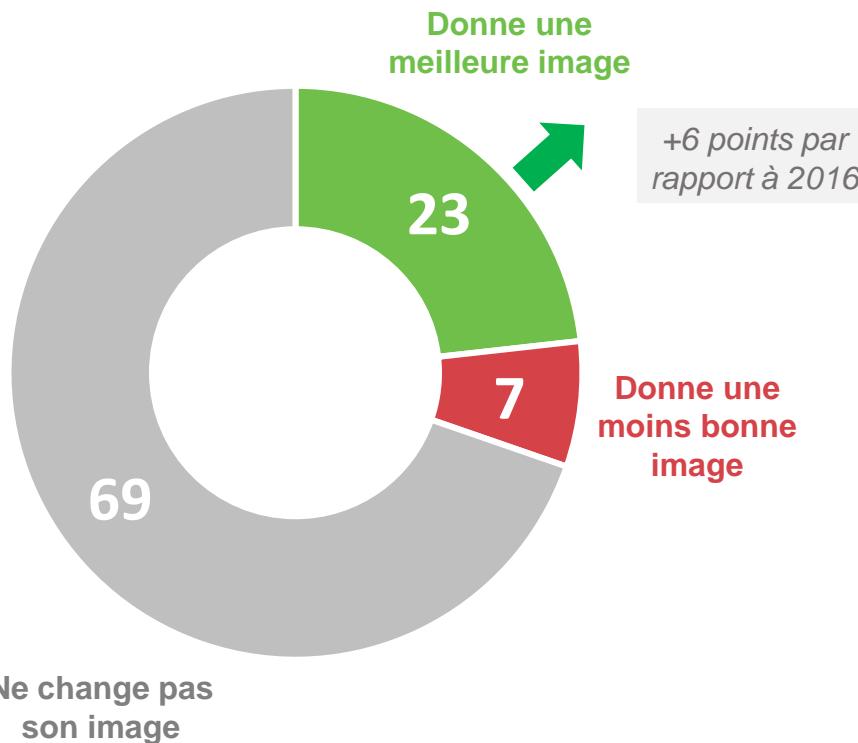
... et qui participe à améliorer l'image des ONG et des associations caritatives

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?

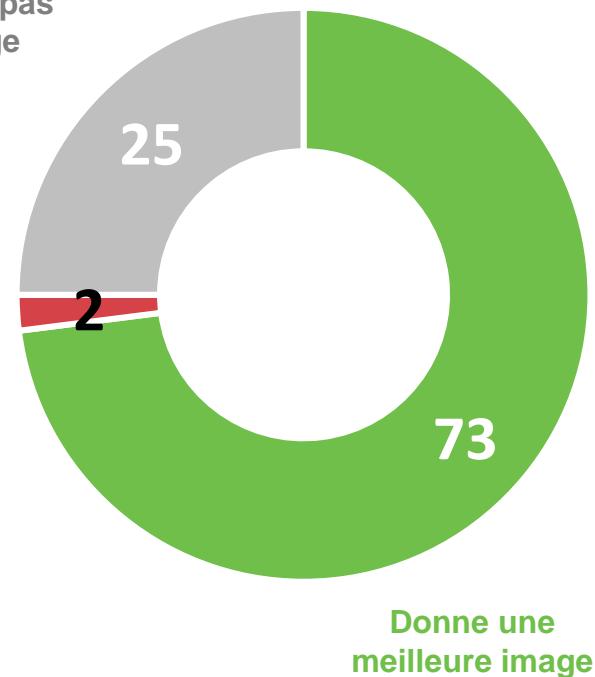
- À tous - en %



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

Rappel
2015

	Total Oui		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



Responsables ONG

Ecart Grand Public / Responsables ONG

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

Total Oui

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

56



51%

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

49



41%

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

46



40%



Responsables ONG

Total Oui

39

39

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%

Informer 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%



61

29

10



53

39

8

92%



49

45

6

94%



16

49

27

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 %

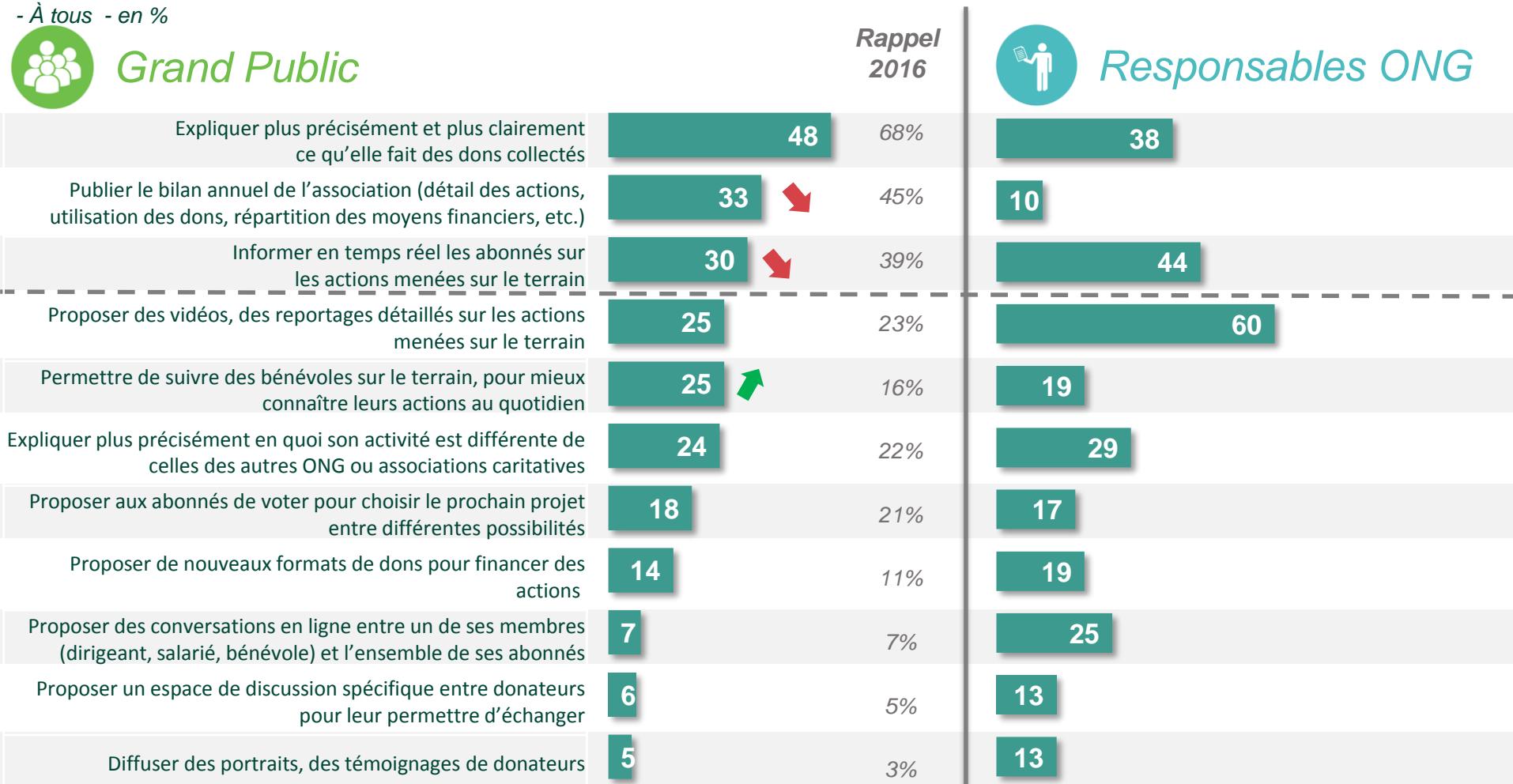


Grand Public

Rappel
2016



Responsables ONG



- Total supérieur à 100% -

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 publications. 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 média, 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

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.

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

4

Les dons sur les réseaux sociaux



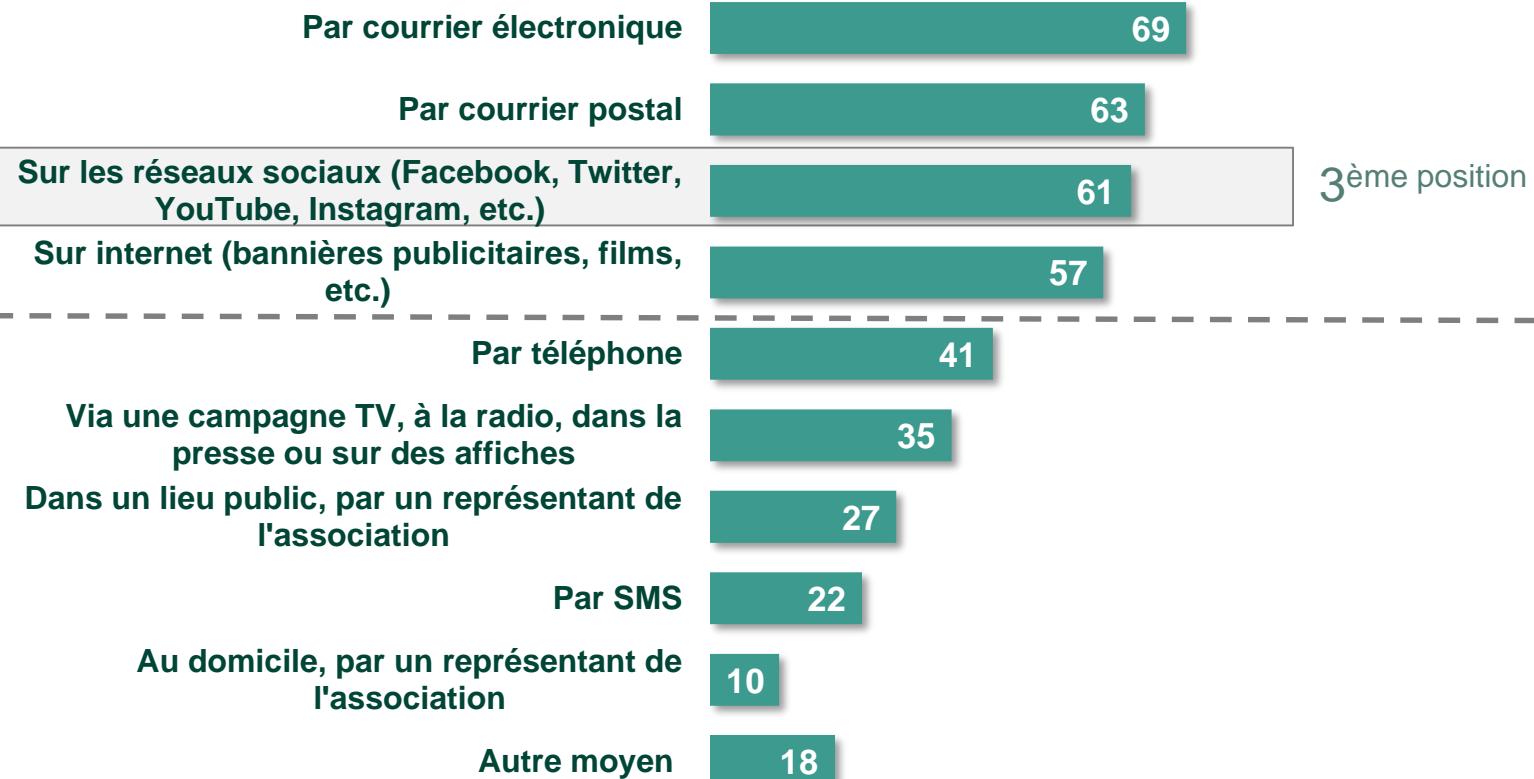
De nombreux moyens de sollicitation

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

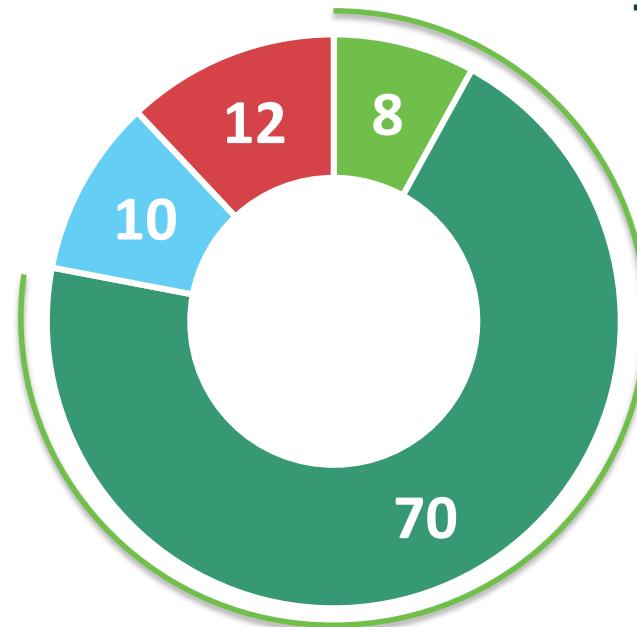
Votre association a-t-elle déjà fait des appels au don via les réseaux sociaux ?

- 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

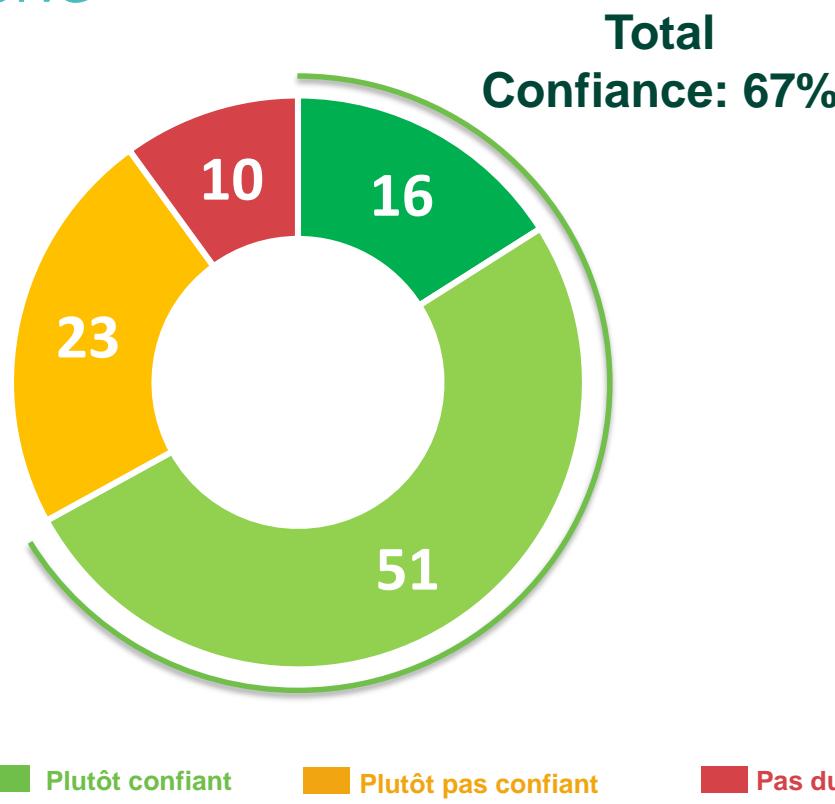
Et une confiance elle aussi majoritaire

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



■ Tout à fait confiant

■ Plutôt confiant

■ Plutôt pas confiant

■ Pas du tout confiant

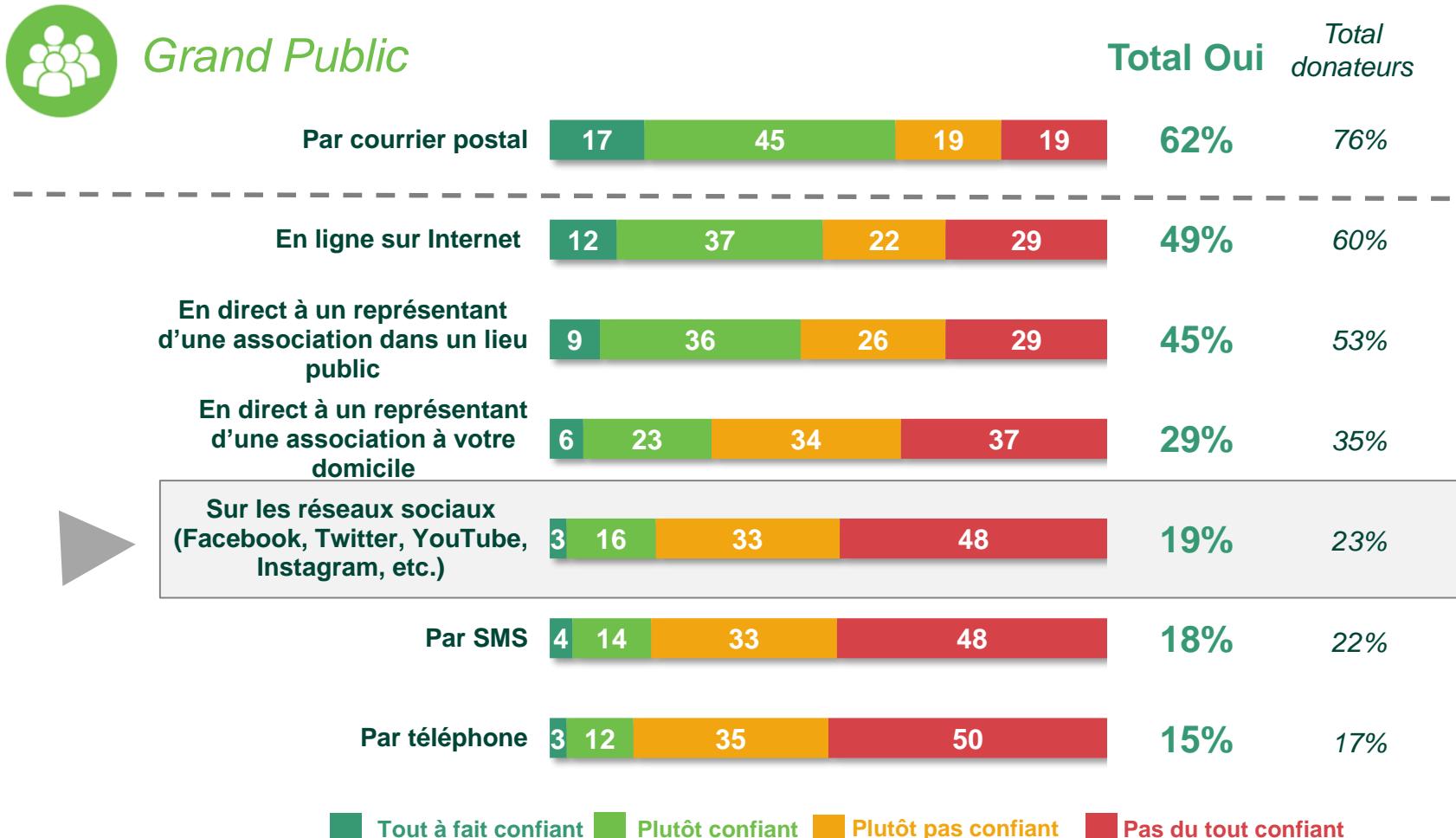


*Rappel
Grand Public : 19%*

... 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 %

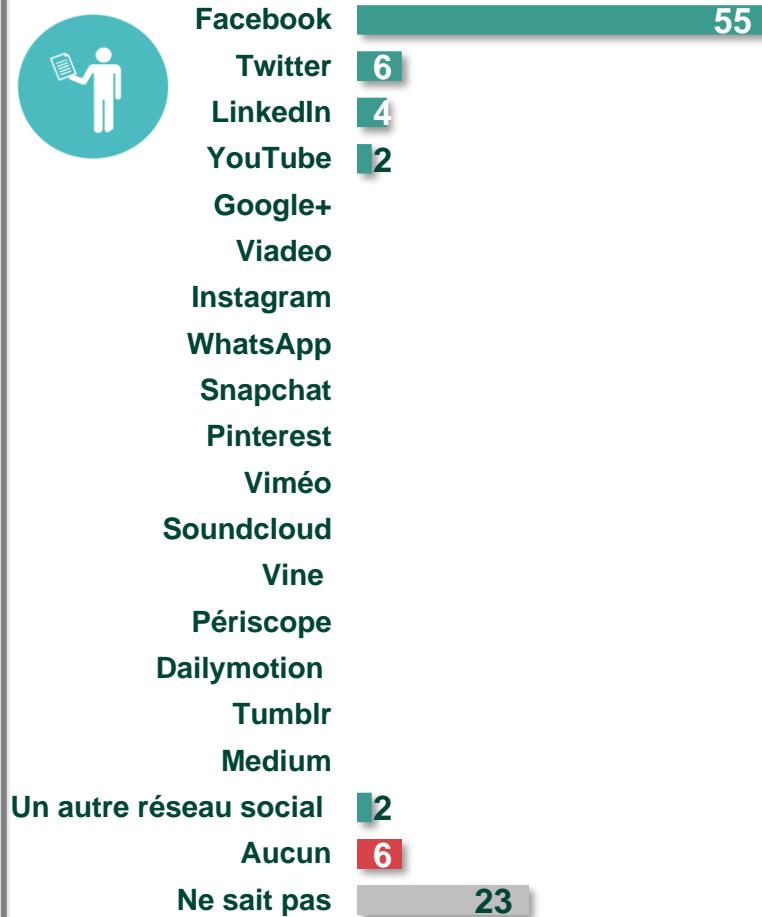
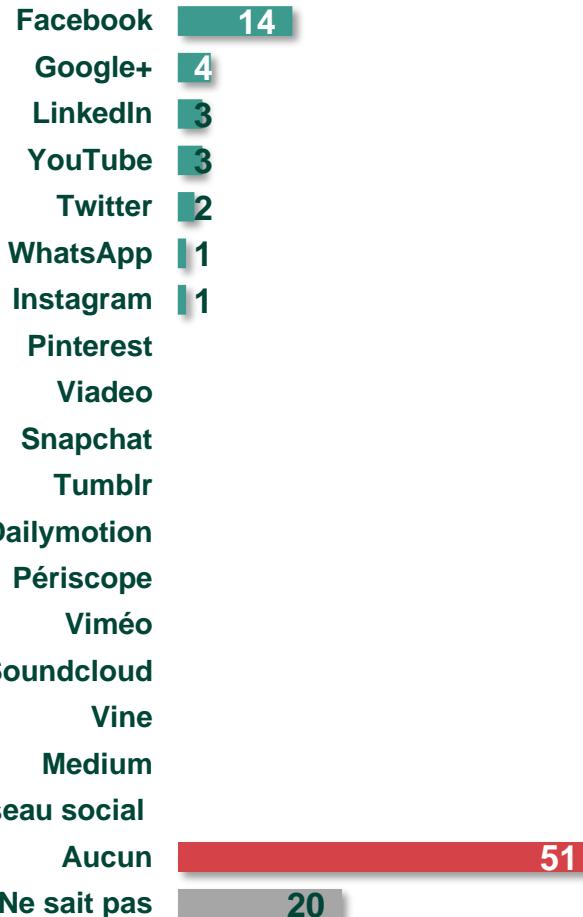


Facebook est désigné comme le réseau social en lequel on aurait le plus confiance pour faire un don ou un appel au don. Mais la défiance est partagée par une moitié des Français.

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