

Donnez ce que vous êtes
pour construire
ce que nous sommes



Fred Beraglia

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2021

SOMMAIRE

Rapport moral

p.3

L'équipe

p.20

Promouvoir et développer les générosités

p.7

Rapport financier

p.21

 Un renforcement de la communication sur infodon

 D'autres canaux pour acquérir de nouvelles sources de trafic

 Action d'influence avec Broute

 Troisième édition de la campagne Vos Dons Agissent

 Perspectives 2022

Gouvernance

p.18

Nos 121 membres

p.19

RAPPORT MORAL

Les grands enseignements de 2021

A la même époque l'année dernière, nous constatons que les Français avaient joué le jeu en continuant de donner massivement au premier semestre 2020.

Le Baromètre de la générosité de l'ensemble de l'année 2020 a confirmé cette tendance positive puisque sur notre panel représentant 1 milliard d'euros, l'augmentation a été de 13,7% au global et de 8,1% hors dons-Covid. Des résultats particulièrement bons qui démontrent la dynamique du don dans notre pays, belle expression de la solidarité des Français face à une crise sans précédent. Sans avoir encore les chiffres de 2021, nous pouvons dire que l'année passée a confirmé l'implication de nos concitoyens.

La « philanthropie à la française » démontre sa bonne santé et ce, malgré la montée de discours qui oppose petits et grands donateurs pointant les dérives d'une philanthropie confiscatoire qui serait une menace pour la démocratie. C'est précisément parce que notre écosystème est très diversifié – 5 millions de foyers fiscaux donateurs et 104 000 entreprises mécènes – que nos associations et fondations remplissent leurs missions sociales avec succès. Avec une résilience incroyable et une mobilisation immédiate, déterminante et efficace face à la crise Covid.

C'est ce qu'a confirmé le Panorama national des Générosités de l'Observatoire de la Philanthropie - Fondation de France dont France générosités est un des principaux contributeurs. La générosité en France c'est 8,5 milliards € de dons, 3,5 milliards € pour les entreprises, 5 milliards € pour les particuliers dont 1,3 milliards € de legs et libéralités. Cette ressource prenant d'ailleurs de plus en plus d'importance chaque année.

2021 a vu les pouvoirs publics prendre encore des décisions fiscales sans consultation des acteurs de la générosité, politisant et complexifiant notre système de réductions fiscales. Confortant ainsi une approche visant à la hiérarchie des causes. Mais surtout, le Parlement a voté la Loi sur le séparatisme, rebaptisée « Loi confortant le respect des principes de la république », sans tenir aucun compte de nos observations. Cette loi, dont nous ne contestons pas l'objectif primaire, nous entraîne vers de nouvelles contraintes et surtout installe une méfiance, une suspicion envers nos associations et fondations qui n'est pas tolérable. Nous avons tout tenté avec le Mouvement associatif pour détricoter les articles les plus contestables, mais sans succès.

Les grandes réalisations du Syndicat

Les nouveaux adhérents

La dynamique de France générosités et de ses adhérents a attiré vers le syndicat de nouvelles organisations et nous sommes passés de 115 membres en 2020 à 121 membres en 2021. Ainsi, nous ont rejoint : la Fondation du Judaïsme Français ; L'Envol ; GERES ; l'Agence du don en nature ; SOS Sahel et la Fédération Française des Diabétiques.

Représenter et défendre nos adhérents : les présidentielles 2022

Le Conseil d'administration a décidé, dès le début d'année 2021, d'engager une réflexion sur les élections présidentielles de 2022. Ces élections nous permettent de positionner le secteur de la générosité dans un cadre macro-économique fort et de faire un point complet sur l'ensemble de nos sujets face au/à la futur(e) Président(e) mais aussi face à la représentation nationale qui ne nous connaît pas assez. Malgré sa contribution essentielle au contrat social français, notre secteur est encore peu pris en compte par les élus et la sphère publique, et surtout trop rarement partie prenante à la définition des politiques publiques.

Nous avons réalisé ces dernières années un certain nombre d'études auprès de nos parties prenantes (media, administrations, gouvernement etc.) pour mieux comprendre leur vision de notre secteur. Il en est ressorti très clairement que nous avons beaucoup d'efforts à faire pour communiquer l'efficacité de nos actions et l'impact économique et social de nos missions sociales. Alors que nous innovons sans arrêt, que nous sommes très proches du terrain, que l'engagement est une de nos valeurs phares, nous ne répondons pas assez à la question « A quoi servez-vous ? ». De plus, nous ne sommes pas assez perçus comme complémentaires et partenaires de l'action publique.

Nous avons donc monté un groupe de travail « présidentielles » avec plusieurs membres du Bureau et du Conseil syndical pour construire un plan d'actions concret en vue de la sortie d'un « Livre blanc de la générosité » que nous présenterions aux différentes équipes de campagne. Nous nous sommes orientés très vite sur une étude d'impact, mutualisée, basée sur une évaluation de programmes/dispositifs financés en tout ou partie par la générosité (particuliers et entreprises). Cette étude, réalisée par KOREIS en étroite collaboration avec les équipes des programmes et pilotée par Laurence Lepetit, s'est appuyée sur l'évaluation de projets selon la méthode d'analyse d'impact dite de « coûts évités », cherchant à estimer et monétiser les coûts évités grâce à la mise en place d'un projet social. Sept projets ont été étudiés selon cette méthode dans des domaines aussi divers que la santé, la précarité, l'enfance et la jeunesse, l'insertion, l'environnement ou encore la solidarité internationale. Deux projets portant sur la recherche et sur la culture n'ont pas pu bénéficier de cette approche, mais ont fait l'objet d'une étude documentaire sur leur impact. Je tiens d'ailleurs à remercier les membres impliqués sur cette étude. Nous avons présenté les résultats de cette étude lors du colloque annuel de France générosités, en présentiel pour la première fois depuis deux ans, réunissant plus de 300 participants.

Notre Livre blanc « Accompagner la générosité des Français », rédigé par Delphine Pinel, est composé de trois parties, la première décrit l'écosystème de la générosité avec quelques éléments chiffrés significatifs, la deuxième rend compte de l'étude exclusive menée sur l'impact de la générosité et la dernière affiche nos propositions concrètes pour le futur quinquennat.

Lors d'une réunion de la Coordination générosité qui rassemblait fin septembre l'ensemble des têtes de réseaux du secteur concernées par les questions de générosité, il est apparu un consensus fort pour que ce plaidoyer de la générosité soit un plaidoyer commun à toutes les structures, et qu'il serait très dommageable pour le secteur d'aller se présenter aux candidats en ordre dispersé. France générosités a donc apporté à la coordination son travail déjà très élaboré.

Le **Livre blanc** porte des propositions les plus concrètes et les plus efficaces possible :

- inscrire l'éducation à la générosité et à l'engagement dans le parcours citoyen, dès l'école
- développer les dons de RTT et de congés payés, renforcer le congé d'engagement
- faciliter et encourager les legs et donations
- ouvrir le chantier de simplification du statut des fondations

- créer un statut d'entreprise à gestion désintéressé
- instituer un forum annuel national de la générosité

La Coalition est composée de l'Admical, l'Association Française des Fundraisers, le Centre Français des Fonds et Fondations, France générosités, l'Institut IDEAS, l'Institut des Dirigeants d'Associations et Fondations et le Mouvement Associatif et soutenue par le Don en Confiance, les Entreprises pour la Cité et Un Esprit de Famille.

Etudier pour informer les adhérents

Nous avons déjà évoqué le Baromètre de la générosité, étude importante qui donne la tendance de la collecte en France d'une année sur l'autre. Le Baromètre de la générosité confié à Pierre Lerouge en 2020 reste en 2021 sous son pilotage mais au sein d'une nouvelle entité, NOVOS. NOVOS, intègre une nouvelle option dans le Baromètre : une déduplication permettant de passer d'une connaissance « agrégée » à une connaissance « Donor centric ». Nous rendrons compte lors du Colloque 2022 des résultats inédits de cette vision donateur et de son importance stratégique pour notre collectif.

La générosité est aussi une générosité « en actes » consacrée par l'engagement de nos bénévoles et les dons en nature. Nos organisations valorisent aujourd'hui comptablement ces éléments, sous la rubrique « contributions volontaires en nature » dans le compte de résultat par origines et destinations (le CROD). France générosités a donc sorti la première étude sur la valorisation des contributions volontaires en nature qui se partagent en 62% pour le bénévolat et 28% pour les prestations et dons en nature.

Nous arrivons, pour seulement 71 organisations de France générosités, à un total valorisé d'un milliard d'euros. Chiffre considérable que l'on pourrait extrapoler à l'ensemble des organisations associatives pour un montant de quelque dix milliards d'euros. Cette étude démontre une fois de plus la spécificité de notre modèle économique à gestion désintéressée qui repose entre autres sur l'engagement des bénévoles et des salariés.

Accompagner et soutenir nos membres

France générosités accompagne et soutien ses membres en animant de nombreux groupes de travail, en développant des partenariats avec des tiers de confiance et en publiant des ouvrages de référence. Je partage avec vous quelques exemples significatifs des réalisations du Syndicat cette année que vous retrouverez plus en détails dans ce rapport d'activité.

Ainsi, les membres du groupe de travail des responsables juridiques de France générosités et du Don en confiance ont été consultés pendant de nombreux mois par la branche conseil de l'Agence française de lutte anti-corruption (AFA) afin d'apporter leur éclairage sur la rédaction de fiches pratiques relatives au don et à la gouvernance. Une pédagogie croisée ayant permis à l'AFA de mieux connaître les spécificités du secteur non lucratif.

Notons également, que France générosités a piloté le Guide du financement privé des OSBL, ouvrage de référence publié chez Dalloz, sous la direction éditoriale d'Ann-Sophie de Jotemps.

Enfin, nous avons renouvelé cette année notre partenariat historique avec le Conseil Supérieur du Notariat. Nous avons également initié fin 2020 un contact avec la Fédération Française des Assurances pour développer les assurances vies au profit des OSBL.

L'une des grandes forces de France générosités, consiste à créer des groupes de travail (GT) entre ses membres sur des sujets d'actualité. Ces GT traduisent la profonde mutation des modes de collecte avec tous les questionnements qui s'y rattachent : bonnes pratiques, échanges d'expériences, cadre juridique, etc. De nombreux groupes de travail ont ainsi bien fonctionné tout au long de l'année : cookies, web marketing, communication d'influence, achat media offline, innovation numérique, mode de paiement. Certains ont donné lieu à des webinaires avec une excellente audience, comme celui sur les enchères caritatives par exemple.

La campagne de communication grand public pour Infodon

Pour la campagne 2021, Nolwenn Poupon et ses équipiers Corentin Hue et Claire Bourdon, avaient pour enjeu principal l'augmentation de la notoriété du site Infodon et la progression de son trafic. Nous avons décidé de reconduire l'axe créatif de la campagne en capitalisant sur les éléments qui avaient bien fonctionné. Avec une volonté d'augmenter le budget et l'impact d'achat media en internalisant le pilotage des prestataires et la stratégie d'activation.

Les contenus disponibles ont été augmentés : 17 visuels, 3 spots vidéo plus une vidéo de l'influenceur Cyrus North, micro-trottoirs avec 7 témoignages supplémentaires, un mashup des témoignages donateurs, un partenariat media avec Usbek et Rica.

L'équipe a réussi à obtenir 600 000€ de valorisation d'achat d'espace.

Les résultats ont été au rendez-vous puisque nous avons constaté 16,6 millions d'impression (contre 5,5 en 2020) avec une campagne relayée par 98 membres du Syndicat.

Et 2022 ?

La campagne présidentielle donne l'occasion à France générosités mais plus généralement à tout notre écosystème, de défendre et surtout de promouvoir notre rôle majeur dans le contrat social français.

Nos organisations reposent sur deux notions essentielles : l'engagement et la non-lucrativité. Dans cette période en quête de sens, où il faudrait recréer un monde d'après, nous sommes les acteurs quotidiens de cette solidarité envers l'autre, avec des valeurs d'humanisme que portent toutes les composantes de notre écosystème : entreprises, donateurs et bénévoles.

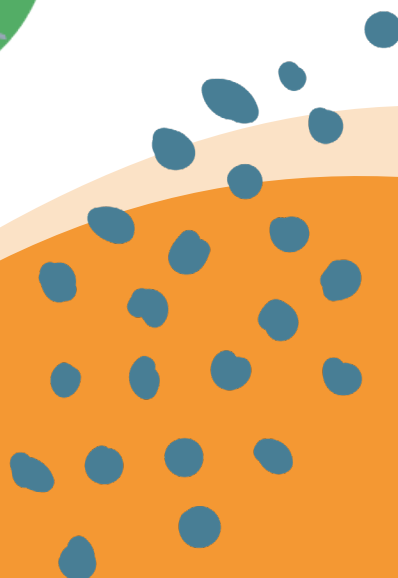
France générosités va mettre toute son énergie pour que les propositions du Livre blanc soient mises en œuvre ces prochaines années.

Nous engagerons également une réflexion sur le plan stratégique de France générosités à cinq ans. Le syndicat a une réelle dynamique mais nous nous devons après quelques années très actives et défensives de prendre la mesure des défis qui s'annoncent et de nous doter collectivement des moyens d'agir.

Pierre Siquier
Président de France générosités



PROMOUVOIR ET DÉVELOPPER LES GÉNÉROSITÉS



UN RENFORCEMENT DE LA COMMUNICATION SUR INFODON

1 million de pages vues en 2021 !

Le site Infodon.fr a été refondu en octobre 2019 pour le lancement de la nouvelle campagne de communication mutualisée : Vos Dons Agissent. L'objectif : remettre à jour la plateforme d'informations sur les générosités autour de 3 axes : pourquoi Donner ? Comment Donner ? et A qui Donner ?

Nous avons investi sur l'animation du site tout au long de l'année : 3 actualités par mois, une mise à jour des informations juridiques et fiscales, de la FAQ, plus d'une newsletter par mois aux abonnés... Nous avons saisi la crise Covid-19 et le confinement comme une opportunité pour offrir aux visiteurs des idées pour s'engager et soutenir les associations.

Tout ce travail éditorial, de mise à jour, de référencement et de développement du site a permis d'atteindre le **1 million de pages vues en 2021 pour 400 000 sessions sur le site infodon, preuve d'un site de référence sur la générosité pour le grand public !**

1/4 de ces vues ont été réalisées sur la rubrique « à qui donner » regroupant les fiches de présentation de nos associations et fondations membres, soit 250 000 vues. Cela a permis de générer plus de **17 000 clics sortant vers les formulaires de don et sites internet de nos membres.**



Un travail éditorial assidu et un développement de partenariat

Enfin, nous avons réalisé de nombreux partenariats avec des acteurs du secteur pour apporter un contenu éditorialisé en interview écrite et / ou vidéo et améliorer les ressources disponibles au grand public sur notre site, hors période de campagne :

1. Janvier 2021 : Les vœux de Pierre Siquier
2. Février 2021 : Le mécénat en période de crise avec l'Admical
3. Mars 2021 : Le don sur salaire avec microDON
4. Juin 2021 :
 - a. Les motivations du don avec Arthur Gautier de l'ESSEC
 - b. Le mécénat en France en 2021 avec l'Admical
5. Septembre 2021 : Le bénévolat en 2021 avec Hubert Pénicaud de France bénévolat

En tout **25 actualités** ont été mises en ligne sur le site d'infodon, en plus de la mise en ligne des nouvelles pages de nos associations et fondations membres sur la rubrique « A qui donner ».

Un grand travail de **mise à jour des informations** présentes sur les pages des rubriques de « comment donner », « FAQ » et « Pourquoi donner » a également eu lieu, ainsi que la **création de nouvelles pages** du site :

- Février 2021 : nouvelles pages « Créer sa page personnelle de collecte » + « Verser sa taxe d'apprentissage »
- Avril 2021 : création de la page : « Où donner ses objets et vêtements ? »
- Mai 2021 : création de « Faire un don par sms »
- Aout 2021 : nouvelles pages « Devenir bénévole » + « Comment donner »
- Octobre 2021 : création de la page « Faire du télé-bénévolat »

Une newsletter qui prend de l'ampleur

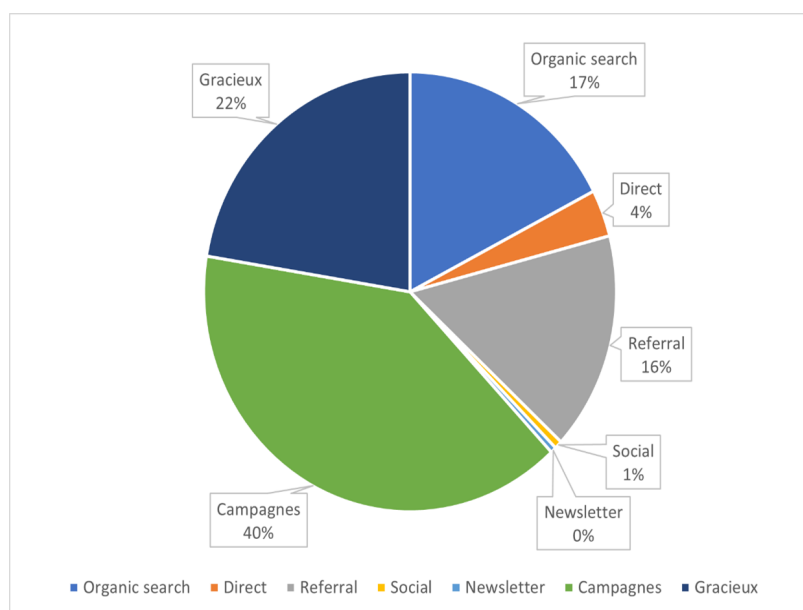
2021 a été aussi l'année d'envol de la newsletter infodon, grâce en partie à l'acquisition de lead réalisé par le Quiz « Retour vers le don du futur » de la campagne Vos Dons Agissent. 19 newsletters ont ainsi été réalisés à destination d'une base d'abonnés de **940 abonnés**.

Inscrivez-vous à notre newsletter infodon en cliquant ici 

D'AUTRES CANAUX POUR ACQUÉRIR DE NOUVELLES SOURCES DE TRAFIC

Des achats de mots clés pour générer du trafic

Le site internet Infodon.fr bénéficiait d'un bon référencement naturel compte tenu de son historique. En 2021, nous avons affiné notre stratégie pour augmenter le trafic qualifié sur notre site internet à travers plusieurs **campagnes Google Ads**. Ces campagnes nous ont permis d'acquérir des premiers **enseignements sur les requêtes des internautes** concernant le secteur du don et de la générosité.



Ainsi, nous avons pu observer une réussite plus importante pour les recherches portées sur « A qui donner », résultat que nous pouvons mettre en cohérence avec le chiffre de l'étude du Don en Confiance de Novembre 2020 qui affirme que 21 % des français ne savent pas à qui donner.

Les requêtes portées sur la thématique « Comment donner » et celles portées sur ce qu'on appelle « la campagne générique du don » (questions générales sur

le don, la fiscalité associée...) permettent également d'atteindre des cibles qualifiées avec de très bon volume de requêtes hebdomadaires. En septembre et octobre 2021, nous avons pu capitaliser sur ces enseignements.

Des relations presse pour augmenter la notoriété et les liens referral

La plateforme Infodon.fr a vocation à informer l'utilisateur sur toutes les formes de dons et de l'amener dans son parcours de don à choisir une association ou fondation à soutenir via la rubrique A qui Donner ?

Le positionnement d'Infodon.fr nous permet de pousser cette plateforme dans les médias comme un moteur de recherche sur toutes les questions de générosité. Cette visibilité médiatique est très importante pour accroître sa notoriété, son trafic et son référencement naturel. Tout ce travail a porté ses fruits puisqu'en 2021 ce sont 23 associations et fondations qui nous ont contactées pour figurer sur le site infodon.fr.

ACTION D'INFLUENCE AVEC BROUTE

Bertrand Usclat, plus connu pour le format Broute, a sorti en mars 2021 un **site e-commerce nouvelle génération "Broute Now" qui a pour objectif de parodier les sites e-commerce de la fast-fashion**. A travers une vidéo d'apparence très sérieuse sur une volonté de créer des tee-shirts humanistes et responsables, Bertrand Usclat cherche à marquer les esprits avec la dose parfaite de second degré.

Sur un ton décalé il propose à son audience d'acheter des T-shirt à un prix exorbitant. Au moment de valider son panier d'achat, le site fait apparaître un message simple et percutant : Vous étiez prêt à dépenser 60 € pour ce tee-shirt, à la place vous pouvez vraiment agir pour les causes qui vous tiennent à cœur ! Mais comment ? Grâce au site infodon.fr et à sa rubrique "à qui faire un don" qui met en avant plus de 117 associations et fondations membres de France générosités qui luttent au quotidien grâce à la générosité des Français !

Cette action a permis de générer un **pic de trafic sur Infodon.fr d'une nouvelle audience avec 56 000 connexions**.

[Voir l'opération Broutnow.fr](#)



3ÈME ÉDITION DE LA CAMPAGNE #VOSDONSAGISSENT

► Ancrage de la campagne chez les membres :

La campagne Vos Dons Agissent a pour objectif de **promouvoir une culture de la générosité et du don en France en soulignant l'impact positif des dons**. Cette campagne a été co-créée avec les membres et l'un des indicateurs de réussite est la prise en main et le relai des supports par les membres. En 2021, cet objectif a été atteint puisque **sur 120 membres, 98 se l'ont appropriée et relayée**. Ce relai conforte l'utilité et l'importance de cette campagne pour les membres de France générosités.

► Objectif 2021 :

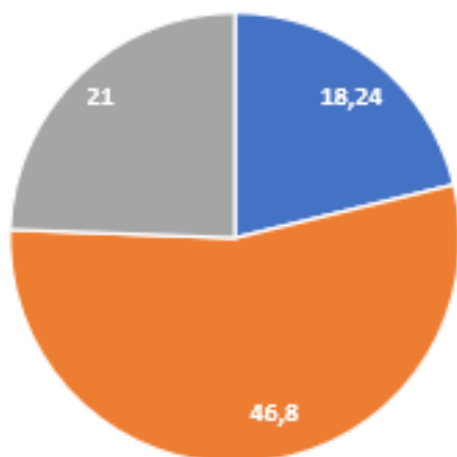
Vos Dons agissent prend encore tout son sens dans le contexte actuel où nous ne sommes pas sortis de la crise sanitaire, et surtout pas de ses conséquences économiques et sociales. Cependant, nous voulons adopter un message tourné vers l'avenir. Notre objectif est à la fois de :

1. **Interpeller tous ceux qui ont envie d'agir pour l'avenir**, de le faire à travers leur générosité
2. **Transformer les néo-engagés en donateurs**
3. **Transformer les néo-donateurs en donateurs durables**

Les trois axes de développement de la campagne en 2021 :

1. **Reconduire l'axe créatif** de la campagne 2020, en capitalisant sur ce qui a fonctionné
2. **Augmenter le budget et l'impact d'achat média** en internalisant le pilotage des prestataires & la stratégie et le suivi d'activation
3. Lancer des tests de **nouveaux supports et réseaux de diffusion**

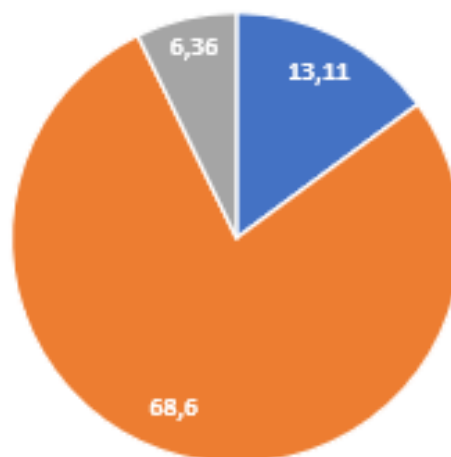
Campagne 2020



■ Gestion ■ Achat média ■ Création

Total : 85 k €

Campagne 2021



■ Gestion ■ Achat média ■ Création

Total : 89 k €

Le pitch de la campagne : Vos Dons Agissent pour l'avenir !

La crise mondiale nous a changé. Nous avons remis en cause nos projets, notre vision du monde, du travail, notre vision et notre rapport à l'autre, nos interactions et nos échanges. Nous avons besoin maintenant de **nous retrouver, de repenser notre relation au vivant, de revenir à l'essentiel, d'aspirer ensemble à un futur qui nous ressemble et nous rassemble !**

Cette campagne 2021 souhaite véhiculer un message tourné vers l'avenir. Pour tous ceux – et ils sont de plus en plus nombreux – qui souhaitent devenir acteurs du monde de demain pour une société plus juste, égalitaire et sociale. Leur dire, que **le monde associatif permet de le faire : de créer du lien social, de faire lien et d'agir pour toutes les causes.**

Démultiplions notre impact en décidant de nous engager. **Décidons alors d'agir à travers la générosité, le don et l'engagement, pour la société de demain tout en revenant à l'essentiel, à notre humanité !**



Partenariat avec Cyrus North :

Au cœur de la stratégie de la campagne Vos Dons Agissent, nous avons réalisé un partenariat avec Cyrus North. L'objectif : **s'adresser à une communauté de qualité, captive et cœur de cible des futurs donateurs recherchés par les associations et fondations**, mais cette fois-ci avec une **rétenion du message plus importante** ! La vidéo a totalisé **300 000 vues sur Youtube** principalement et plus de **21 000 interactions positives** avec un **taux de complétion à 57 %** !



Cyrus North a réfléchi sur la problématique **"La générosité existe-t-elle vraiment ?"**. Là où la rencontre se fait entre un acte et une mission, un don et une association, celle-ci peut aussi avoir lieu entre un message et un influenceur. Ce fut le cas pour notre partenariat avec Cyrus North. Par le storytelling de son expérience au sein de la philosophie Bouddhiste et son essai du "Noble silence", **il nous amène à réfléchir sur les raisons qui nous poussent à agir ou ne pas agir.**

Nous vous parlions d'envie de repenser notre relation au monde qui nous entoure ou encore aux associations. **Avec Cyrus North, nous avons eu l'envie de repenser notre discours pour promouvoir la générosité.** Un plaisir partagé comme il l'explique dans sa vidéo : *"Merci à France générosités, ce n'est pas souvent qu'on a l'occasion de faire une vidéo sur ce sujet et sans inciter les gens à donner à une cause spécifique mais sur le seul principe de donner, je trouve cela chanmé."*

Quiz Retour vers le don du futur :

Pour susciter la curiosité et l'engagement, le quiz « Retour vers le don du futur » propose de **découvrir de nouvelles formes de don du futur et invite à en savoir plus sur toutes les façons de s'engager pour des causes d'intérêt général**. Une façon ludique et décalée de mettre en avant la capacité d'adaptation et d'innovation du secteur associatif face aux évolutions techniques, sociétales et comportementales.

« Si on vous dit qu'il suffit de s'asseoir sur une chaise pour faire un don voire de danser... ça vous intrigue ? ». Découvrez quel donateur du futur vous êtes, en répondant aux 5 questions du quiz en ligne ! Parmi vos communautés, qui sont les donateurs du futur ? **493 personnes** ont répondu au quiz avec un **taux de complétion à 92 %**.

Les résultats du quiz :

53 % des répondants du quiz affirment être prêts à faire un don grâce au gaming. En deuxième position, la générosité sans contact (ou appelée cashless) a été plébiscitée par 47 % des répondants.

En étudiant les réponses au quiz, la question qui a attiré le plus d'interrogations, de questionnements est celle du don par influenceur, en effet 53 % des répondants ont choisi « Faut voir, ça a l'air simple » ! Le don vocal a été plébiscité par 32 % qui se disent prêts à faire un don avec la « seule puissance de leur voix », 49 % des répondants se posent encore des questions sur ce canal en ayant choisi la réponse « Il faut juste parler, mais à qui ? ».

Seulement 12 % des répondants sont prêts à faire un don en cryptomonnaie et 56 % sont très « cryptiques » de cette solution de générosité du futur.



Un dispositif multi-média :

Pour accroître la visibilité de la campagne, le trafic vers le site internet et l'impact auprès des donateurs, Vos dons agissent s'appuyaient sur un **dispositif multi média complémentaire**.

1. Relais des membres

rs, e-mailing, site...

2. Influence

Partenariat avec Cyrus North

3. Activations média

Pub (TV, affichage, presse & digital) + RP

4. Module d'engagement

Quiz « Retour vers le don du futur »
Landing page, [partenariat média](#)

5. Stratégie Social Media

COMMUNITY MANAGEMENT Facebook et [Pinterest](#)
SOCIAL ADS Facebook, Instagram et [Pinterest](#)

#VosDonsAgissent

Un hashtag inclusif, rassembleur et engageant pour montrer l'impact



Une page dédiée
[vosdonsagissent.fr](#)

6. Webmarketing

SEA
Google Ads / Bing Ads
Display en intention personnalisée + remarketing

Programmatique
Bannières, pré-roll + campagne native

7. Autres relais

Secteur, partenaires et micro-influenceurs

Bilan de la campagne :

Les chiffres clés de la campagne Vos dons agissent :

- **98 membres ont relayé la campagne sur 120 en 2021, soit 82 %** (contre 91 membres sur 110 en 2020, soit 83%) mais avec un **relai effectué sur 199 pages internet et comptes de réseaux sociaux** contre seulement 110 en 2020.
- **16,6 millions d'impressions** générées par la campagne sur l'achat média et l'influence (5,5 millions en 2020)
- **1,6 millions de vues sur les contenus vidéos**, dont 300 k avec l'influenceur et 1,3 en achat média (contre 2,8 millions vues en 2020)
- **232 000 sessions et 700 000 pages vues** avec une moyenne à 2,95 pages par session sur le site infodon durant la campagne (contre 260 sessions et 300 000 pages vues avec une moyenne à 1,15 pages par session en 2020), soit un trafic légèrement plus faible mais beaucoup plus qualifié



98 MEMBRES
ont relayé la campagne
(Et sur 199 sites et comptes RS)

En 2020,
91 membres ont relayé la campagne
(Et sur 110 sites et comptes RS)



16,6 M D'IMPRESSIIONS
générées par la campagne
(8,4 en achat média + 8 influenceur)

En 2020
5,5 millions d'impressions
générées par la campagne
(0,6 influenceur + 4,9 Achat Média)



1,6 M DE VUES
sur les contenus vidéos
(300 k influenceur + 1,3 M achat média)

En 2020
2,8 millions de vues
sur les contenus vidéos
(600 k influenceur + 2,3 M achat média)



232 K SESSIONS
et 700 k pages vues
(avec une moyenne à 2,95 pages/session)

En 2020
260 k sessions et 303 k pages vues
(avec une moyenne à 1,15 pages/session)

Perspectives 2022 :

La campagne est ancrée comme un temps fort du syndicat, du secteur et des associations qui la relaient. Le "claim" de la campagne Vos Dons Agissent est en totale cohérence avec le travail de fond de France générosités dans le cadre de la **préparation de la prochaine campagne présidentielle : expliquer l'impact des dons dans la réalisation des missions d'intérêt général des associations et fondations.**

En 2021, nous avons mené une **étude sur l'impact des dons dans le financement des missions sociales de nos membres, les coûts évités et les effets de levier de ces dons.** Cette étude nous donne en 2022 la matière de fond pour réaliser des **vidéos impactantes et du contenu éditorial** pour renforcer notre plaidoyer auprès du grand public sur l'importance et l'utilité des dons dans le financement de missions d'intérêt général.

Une réflexion aura également lieu sur l'avenir de la campagne pour correspondre aux ambitions de notre prochain plan stratégique.

RETOUR
VERS **LE DON**
DU FUTUR

Prêt à faire un don avec la seule puissance de votre voix ?

- Oui, ça a l'air simple !
- Il faut juste parler, mais à qui ?
- Pas sûr, j'ai la voix un peu enrrouée



GOVERNANCE

Les membres du Conseil d'administration (suite aux élections de l'AG du 6 mai 2021)

- Action contre la Faim, Jean-François RIFFAUD
- AFM-Téléthon, Claire SCHILLER-HEUZE
- Aides, Marc DIXNEUF
- APF – France Handicap, Sylvain COUDON
- Croix-Rouge française, Jean-Christophe COMBE
- Fondation ARC pour la Recherche sur le Cancer, François DUPRE
- Fondation de France, Axelle DAVEZAC
- Fondation Notre Dame, Christophe-Charles ROUSSELOT
- Fondation pour la Recherche Médicale – FRM, Marie-Charlotte BRUN
- Handicap International, Xavier DU CREST
- Institut Pasteur, Frédérique CHEGARAY
- Médecins du Monde, Jean-Baptiste MATRAY
- Secours Populaire Français, Malika TABTI
- Secours Islamique France, Mahieddine KHELLADI
- UNICEF, Ann AVRIL
- Personnalité qualifiée : Pierre SIQUIER, président de France générosités

Bureau (suite aux élections du Conseil d'administration du 6 mai 2021)

Vice-présidents :

- Fondation de France, Axelle DAVEZAC
- Croix Rouge française, Jean-Christophe COMBE

Trésoriers :

- Fondation ARC pour la Recherche sur le Cancer, François DUPRE
- Aides, Marc DIXNEUF (adjoint)

Secrétaires :

- AFM-Téléthon, Claire SCHILLER-HEUZE
- Fondation pour la Recherche Médicale – FRM, Marie-Charlotte BRUN (adjointe)

NOS 121 MEMBRES

ACAT France · Action contre la Faim · Action Enfance · AFM - Téléthon · Agence du don en nature · Aide et Action · AIDES · Alima · American Hospital of Paris · Amnesty International France · APF France handicap · Apprentis d'Auteuil · Asmae - Association sœur Emmanuelle · Association France Alzheimer · Association Petits Princes · ATD Quart Monde · Aviation Sans Frontières · Bureau International Catholique de l'Enfance · CARE France · CCFD - Terre Solidaire · CFRT - Le Jour du Seigneur · Cité de la Musique - Philharmonie de Paris · Croix-Rouge française · Delta7 · Eclaireuses et Eclaireurs Unionistes de France · Electriciens sans frontières · Enfance et Partage · Fédération Française de Cardiologie · Fédération Française des Associations de Chiens guides d'aveugles · Fédération Française des Banques Alimentaires · Fédération Française des diabétiques · Fonds Adie · Fondation Abbé Pierre · Fondation ARC pour la recherche sur le cancer · Fondation ARSEP · Fondation Caritas France · Fondation CentraleSupélec · Fondation de France · Fondation de l'Armée du Salut · Fondation de l'Avenir pour la recherche médicale appliquée · Fondation de Montcheuil · Fondation des Monastères · Fondation du Judaïsme Français · Fondation du Souffle · Fondation Française de l'Ordre de Malte · Fondation HEC · Fondation des Hôpitaux · Fondation Jérôme Lejeune · Fondation les amis de l'Arche · Fondation Nicolas Hulot pour la Nature et l'Homme · Fondation Notre Dame · Fondation Paralysie Cérébrale · Fondation Perce-Neige · Fondation pour le Logement Social · Fondation Raoul Follereau · Fondation Terre de Liens · Fondation Voir & Entendre · Fonds Social Juif Unifié · France Nature Environnement · France Parrainages · FRC - Neurodon · Frères des Hommes · FRM - Fondation pour la Recherche Médicale · GEFLUC · GERES · Greenpeace France · Habitat et Humanisme · Handicap International · Human Rights Watch · Institut Curie · Institut du Cerveau · Institut Gustave Roussy · Institut Paoli-Calmettes · Institut Pasteur · La Chaîne de l'Espoir · La Cimade · La Fondation de Lille · La Jeunesse au Plein Air · La Mie de Pain · Laurette Fugain · L'Envol · Le Rire Médecin · Ligue contre le cancer · L'Œuvre d'Orient · LPO · Maisons d'accueil l'Îlot · Mécénat Chirurgie Cardiaque · Médecins du Monde · Médecins Sans Frontières · Nos petits frères et sœurs · Œuvre de Secours aux Enfants · Œuvre des Pupilles Orphelins et Fonds d'Entraide des sapeurs-pompiers de France · Œuvre Falret · Ordre de Malte France · Orphéopolis · Oxfam France · Partage · Petits Frères des Pauvres · Plan International France · Planète Enfants & Développement · Première Urgence Internationale · Scouts et Guides de France · Secours Catholique - Caritas France · Secours Islamique France · Secours populaire français · Sidaction · SNSM - Les Sauveteurs en Mer · Société de Saint-Vincent-de-Paul · Société Protectrice des Animaux · Solidarité Laïque · Solidarités International · SOS Sahel · SOS Villages d'Enfants · Toutes à l'école · Un Enfant par la Main · UNAPEI · UNICEF France · Vaincre la Mucoviscidose · Vaincre le cancer - NRB · WELFARM · WWF France

L'ÉQUIPE



Pierre Siquier
Président



Laurence Lepetit
Déléguée générale



Anne Barjot
Déléguée générale
En remplacement congé maternité



Ann Sophie de Jotemps
Responsable juridique et
fiscale



Nolwenn Poupon
Directrice de la
communication et des études



Nadège Rodrigues
Responsable de la
communication et des études
En remplacement congé maternité



Olga Leguede
Chargée de gestion



Corentin Hue
Chargé de communication



Claire Bourdon
Chargée d'animation du
réseau



Sabrina Valy
Responsable de la CNFF



Franck Meyer
Chargé de mission CNFF



Carine Melesan
Chargée de mission CNFF
Depuis septembre

Mahamadou Diawara
Chargée de mission CNFF
Janvier - mai

RAPPORT FINANCIER

Le mot de François Dupré, Trésorier

Conformément aux dispositions des statuts et règlement intérieur et en ma qualité de Trésorier, j'ai le devoir et le plaisir de vous présenter les comptes pour l'exercice de l'année qui vient de s'écouler. Le fond de dotation a clôturé les comptes de son exercice comptable le 31 décembre 2021.

Je vous rappelle que notre comptabilité est tenue selon les conventions générales comptables et dans le respect du principe de prudence, conformément aux hypothèses de base :

- Comparabilité et continuité de l'exploitation
- Permanence des méthodes comptables d'un exercice à l'autre
- Indépendance des exercices.

Et conformément aux règles générales d'établissement et de présentation des comptes annuels. La méthode de base retenue pour l'évaluation des éléments inscrits en comptabilité est la méthode des coûts historiques.

Les comptes annuels ont été établis en conformité avec les dispositions suivantes :

- Règlement de l'Autorité des Normes Comptables N°2018-06 du 5 décembre 2018 relatifs au plan comptable général
- Règlement n°99-01 du comité de la Réglementation Comptable (CRC) du 16 février 1999 relatif aux modalités d'établissement des comptes annuels associations.

Le présent rapport évoquera successivement les points suivants :

- Compte de résultat au 31 décembre 2021
- Bilan comptable au 31 décembre 2021
- Trésorerie au 31 décembre 2021
- Budget prévisionnel 2022

Dans le cadre des activités mises en place et développées cette année, les principales données de l'exercice clos le 31 décembre 2021 sont les suivantes :

- | | |
|--------------------------|-----------|
| • Total du bilan | 145 906 € |
| • Résultat de l'exercice | -1 446 € |

L'Institut pour le développement des générosités ne fait pas appel à la générosité du public et par conséquent il n'établit pas de compte d'emploi des ressources.

Les comptes de l'Institut pour le développement des générosités ont été établis par le cabinet d'expertise comptable Olivier Paris représenté par Monsieur Jonathan MARION et audités par le cabinet ACA Nexia, représenté par Monsieur Eric CHAPUS.

I - Le compte de résultat

Les produits

Le total des produits 2021 s'élève à 276 094 € contre 231 560 € en 2020, soit une augmentation de 19%. L'essentiel de ces produits, soit 91 %, est constitué par la participation financière des membres de France générosités. Les Autres produits s'élèvent à 25 000 € correspondent au partenariat de la Fondation de France et de la Fondation Caritas et 96 € de produits financiers.

L'Institut a également bénéficié de dons en nature pour un montant de 658 084 € correspondant à la diffusion gracieuse de spots publicitaires, d'affichages publicitaires sur les panneaux et le web tel que : Médiatransport, Promovil, JC Decaux, France 5, TV Tours, LCP, TF1, le bon coin, Affiouest, Télérama, l'Obs Hebdo, Le monde, etc...

Les charges

Le total des charges 2021 s'élèvent à 277 540 € contre 231 540 € en 2020.

COMPTES DE RÉSULTAT					
CHARGES	2021	2020	PRODUITS	2021	2020
Charges d'exploitation			Produits d'exploitation		
Autres achats et charges externes	263 430,00	217 430,00	Subvention d'exploitation	25 000,00	15 000,00
Dotations aux amortissements	14 110,00	14 110,00	Autres produits (dont cotisations)	250 998,00	216 315,00
Autres charges					
Sous total charges d'exploitation	277 540,00	231 540,00	Sous total produits d'exploitation	275 998,00	231 315,00
Charges financières	-	-	Produits financiers		
	-	-	Autres intérêts et produits assimilés	96,00	245,00
Sous total des charges financières	-	-	Sous total des produits financiers	96,00	245,00
Charges exceptionnelles	-	-	Produits exceptionnels		
Sur exercice antérieur	-	-	Sur exercice antérieur		
Sous total charges exceptionnelles	-	-	Sous total produits exceptionnels	-	-
Impôts sur le bénéfice					
Résultat	- 1 446,00	20,00			
Sous total	277 540,00	231 540,00	Sous total	276 094,00	231 560,00
TOTAL	276 094,00	231 560,00	TOTAL	276 094,00	231 560,00

Évaluation des Contributions volontaires en nature					
Mise à disposition gratuite de biens et services	658 084,00	554 398,00	Prestation en nature	658 084,00	554 398,00

II - Le Bilan

Le total du bilan au 31 décembre 2021 est de 145 906 € contre 152 423 € pour l'exercice 2021.

L'actif

Le montant des immobilisations est de 9 877 € correspondant au site Infodon.

L'Actif circulant totalise un montant de 136 029 €

Les disponibilités et valeurs mobilières de placement, ont légèrement augmenté, de 90 259 € en 2020, elles sont passées à 90 791 € en 2021. Les comptes de créances aussi ont légèrement augmenté. De 37 940 € en 2020, ils sont passés à 44 954 € en 2021.

Le passif

Le passif se décompose comme suit :

Report à nouveau 2021 s'élève à 78 040€, la situation nette à 76 594 € intégrant le déficit de l'exercice de 1 446€.

Le résultat de l'exercice 2021 est de -1 446 € correspondant à la différence entre les recettes et les dépenses.

Un compte fournisseur qui s'élève à 69 312 € en 2021 contre 65 390 € en 2020. Ce montant correspond aux honoraires du cabinet d'expertise comptable, du commissaire aux comptes, du cabinet de lobbying, dont les factures ne sont pas encore parvenues et la facture de transfert de charges de personnel réglée janvier 2022.

III - Trésorerie au 31 décembre 2021

À la clôture de l'exercice, l'Institut pour le développement des générosités présente des réserves qui s'élèvent à 90 791 €.

On note que les disponibilités de l'institut sont placées sur le livret A.

Conclusion

La comptabilité de l'exercice au 31 décembre 2021 de l'Institut pour le développement des générosités ne présente pas de signe d'alerte particulier.

BILAN SIMPLIFIÉ

ACTIF	2021	2020	PASSIF	2021	2020
ACTIF IMMOBILISÉ			FONDS PROPRES		
Immobilisations Incorporelles	9 877,00	23 987,00	Report à nouveau	78 040,00	78 020,00
Immobilisations Corporelles	-	-	Excédent ou déficit de l'exercice	- 1 446,00	20,00
Immobilisations Financières	-	-			
Sous total actif immobilisé	9 877,00	23 987,00	Sous total fonds propres	76 594,00	78 040,00
ACTIF CIRCULANT			DETTES		
avances et acompte versés	-	-	Dettes fournisseurs et comptes rattachés	69 312,00	65 390,00
Créances et compte rattachés	44 954,00	37 940,00	Dettes fiscales et sociales	-	8 993,00
Autres	63,00	-	Redevables créditeurs	-	-
Valeurs Mobilière de placement	-	-	Autres dettes	-	-
Disponibilités	90 791,00	90 259,00	Produits constatés d'avance	-	-
Charges constatées d'avance	221,00	237,00			
Sous total actif circulant	136 029,00	128 436,00	Sous total dettes	69 312,00	74 383,00
TOTAL GÉNÉRAL	145 906,00	152 423,00	TOTAL GÉNÉRAL	145 906,00	152 423,00

IV - Budget prévisionnel 2022

Le budget prévisionnel 2022 a été établi sur la base du plan d'action 2022 présenté au conseil syndical et sur la base de la réalisation des actions dans la continuité de l'objectif des statuts.

Les Charges

Il est prévu un total de charges de 262 478 €, comprenant l'accompagnement du cabinet de lobbying Bonafidé, le projet de campagne « Vos dons agissent », du site Infodon ; le transfert de charges du personnel études et communication et les frais de maintenance du site infodon. Les autres charges correspondent aux charges de fonctionnement (honoraires CAC, Expert-comptable, frais bancaires).

Les Produits

Il est prévu un total des produits d'un montant de 262 478 €, couverts à 100% par la contribution des associations et fondations.

BUDGET PREVISIONNEL 2022 IDG									
CHARGES					PRODUITS				
Libellés	BP 2021	BP REEL 2021	BP 2022		Libellés	BP 2021	Proj Fin 2021	BP 2022	
RESSOURCES HUMAINES	59 127,56	67 031,92	74 326,79	28%	COTISATIONS	265 323,38	250 998,04	262 478,09	100%
Personnel mis à disposition	59 127,56	67 031,92	74 326,79		Contribution membres	229 680,88	229 680,88	255 478,09	
PROJETS	219 142,88	193 387,25	174 976,30	67%	Contribution nouveaux membres	5 642,50	3 317,16	7 000,00	
PLAIDOYER "ELECTIONS PRESIDENTIELLES"	810,88	24 180,00	81 485,86		Contribution membres études Impact	30 000,00	18 000,00		
Accompagnement Cabinet lobbying 9 mois		11 700,00	70 200,00		PARTENARIATS	30 000,00	25 000,00	-	-
Grand oral			8 285,86		Fondation Caritas	15 000,00	15 000,00	-	
Graphisme et impression livre blanc	810,88	12 480,00	3 000,00		Fondation de France	15 000,00	10 000,00		
ETUDES	74 120,00	55 825,20	-		Produits financiers / produits de gestion		96,32		
Etude impact	63 720,00	47 880,00							
Etudes CER/CROD	4 800,00	3 600,00							
Baromètre images et notoriété	2 500,00	-							
Baromètre des générosités/Frais juridique	2 500,00	4 345,20							
Banque image et vidéo	600,00	-							
SITE INFODON ET CAMPAGNE	137 200,00	110 314,87	62 690,44						
Achats d'espaces pour promotion / trafic	27 200,00	16 634,14	30 880,44						
Achat d'espaces pour campagne annuel	110 000,00	89 871,58	25 000,00						
Achats pige Press EDD		3 809,15	3 810,00						
Veille sociale et économique		-	3 000,00						
MAINTENANCE TECHNIQUE	7 012,00	3 067,18	30 800,00						
Hébergement et maintenance site	3 004,00	3 067,18	3 100,00						
Evolution du site infodon et Espace membres FG			23 000,00						
Outils (Adobe+zoom+ social listening)		-	4 700,00						
Frais de séminaire	4 008,00	-	-						
FRAIS DE FONCTIONNEMENT	2 900,00	3 011,06	3 298,00	1%					
Honoraires Cabinet Comptable + CAC	2 500,00	2 563,20	2 650,00						
Frais bancaires	250,00	447,86	448,00						
Frais affranchissements	100,00	-	200,00						
Annonce et insertion	50,00	-	-						
TOTAL avant amortissements	281 170,44	263 430,23	252 601,09						
Dotations aux Amortissement	14 110,00	14 109,99	9 877,00						
TOTAL après amortissements	295 280,44	277 540,22	262 478,09		TOTAL	295 323,38	276 094,36	262 478,09	
Résultat avant amortissement	14 152,95	12 664,13	9 877,00						
Résultat après amortissement	42,95	- 1 445,86	0,00						