Communiqué :

Sondage OpinionWay pour Hopening sur la générosité des Français pour la fin de l'année 2022

Face à un contexte socio-économique tendu : Coût de l'énergie, hausse des prix à la consommation, montée des taux d'intérêts et de l'inflation... en sortie de crise sanitaire et dans un ordre mondial bouleversé par la guerre en Ukraine, HOPENING, groupe numérique spécialiste du marketing de l'engagement et de la générosité a souhaité interroger les Français sur leurs intentions de dons sur cette fin d'année 2022.

Une enquête a été confiée à OpinionWay sur un échantillon de 1008 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, selon la méthode des quotas. Les interviews ont été réalisées du 28 au 29 septembre 2022.

Il en ressort que **41% des Français** envisagent d'effectuer un don en fin d'année. Le contexte actuel de hausse des prix n'induit donc **pas de fuite massive** de la générosité du public.

Néanmoins, on devrait assister à **une baisse sensible** des dons en nombre et en valeur sur la fin de l'année, puisque 20% des Français envisagent de **donner moins** contre seulement 10% qui envisagent de **donner plus**.

Si les donateurs "traditionnels et fidèles" devraient être au rendez-vous de la générosité de fin d'année, les donateurs "occasionnels" et les moins de 35 ans restent **très incertains** (à 80%) du fait de la question sensible de la baisse du pouvoir d'achat et de la hausse des prix. Ces derniers devraient arbitrer leur générosité en raison de leur situation économique personnelle avérée en toute fin 2022.

Comme déjà observé dans le passé, un mouvement de « rattrapage de générosité » et une forte concentration des dons pourrait survenir sur les toutes dernières semaines de l'année.

Contact :
Eric DUTERTRE, Président délégué HOPENING
06 11 52 86 71 – eric.dutertre@hopening.fr

A propos d'Hopening:

Nous sommes Hopening. Un groupe engagé qui met ses convictions et ses talents au service des grandes causes et de tous les acteurs de la générosité.

Un collectif qui se réinvente chaque jour pour devenir plus agile, plus innovant et plus responsable, afin de vous offrir le meilleur de son expertise dans le domaine de la communication d'intérêt général, du fundraising, du digital et de la data.
Un groupe d'experts qui explorent sans cesse de nouveaux moyens pour faire grandir la générosité nécessaire à la construction d'un monde plus juste et plus équitable.

Le Directoire, est composé **d'Eric Dutertre**, **Lydia Barès Roques** et **Franck Wibaux** et est présidé par **Alexandre Basdereff**. Le Conseil de surveillance est présidé par **Axelle Lemaire**.

hopening.fr