

**UNE ÉTUDE INÉDITE RÉALISÉE PAR  
HARRIS INTERACTIVE POUR LE CFF  
DU 30/03/22 au 01/04/22**

Échantillon de 1061 personnes, 18 ans et +  
Méthode des quotas et redressement  
appliqués aux variables suivantes : sexe,  
âge, catégorie socioprofessionnelle,  
région et taille d'agglomération.



# LES FRANÇAIS ET LEUR PERCEPTION DES FONDATIONS



Ancrés dans l'intérêt général, les fondations et fonds de dotation jouent, avec les autres acteurs du secteur non lucratif, un rôle essentiel dans la société française. Famille de l'ESS, ils participent aux grandes avancées de notre temps et sont également présents dans le quotidien des Français lorsqu'ils fréquentent certains hôpitaux, maisons de retraite, musées ou écoles. Ils interviennent dans des domaines où leurs actions constituent, parfois, les seules réponses face à des enjeux sociaux, sanitaires et écologiques toujours plus nombreux et connectés.

**Quel regard portent nos concitoyens sur les fondations et fonds de dotation qui consacrent, chaque année, plus de 14 milliards d'euros au service de projets d'intérêt général portés par eux-mêmes ou par les acteurs associatifs qu'ils accompagnent ? C'est la question à laquelle nous voulions répondre.**

**BENOIT MIRIBEL**  
Président du CFF



Cette première enquête d'ampleur sur la perception des fondations et fonds de dotation montre que les Français sont majoritairement convaincus de leur utilité au service de l'intérêt général et de leur caractère indispensable dans le financement de certaines activités. Ces acteurs sont vus comme le relais d'un état qui ne peut plus tout faire. Mais cette bonne image n'est pas une fin en soi et s'accompagne d'un souhait de meilleure information et de transparence. Ainsi, les Français ne donnent pas de blanc-seing et il faut peut-être voir ici le signe d'une volonté d'évaluation citoyenne des structures privées agissant sur le champ de l'intérêt général.

**JEAN-DANIEL LEVY**  
Directeur Délégué de  
Harris Interactive France



---

**86%** **connaissent les fondations,**  
**65% les fonds de dotation.**

PARMI LES FRANÇAIS INTERROGÉS

Plusieurs fois centenaires, les fondations ont traversé les époques et sont ancrées dans l'esprit des Français. **Certaines sont devenues de véritables institutions et citées spontanément : Fondation Abbé Pierre et Fondation de France.** D'autres, aussi emblématiques, Institut Pasteur ou Apprentis d'Auteuil par exemple, sont parfaitement connues du grand public sans qu'il ait connaissance de leur statut de fondation. Né en 2008, le statut de fonds de dotation est jeune et ne bénéficie pas encore de l'aura qui entoure les fondations.

---

**91%** **en ont une bonne image,**  
**83% les jugent utiles.**

PARMI LES FRANÇAIS QUI CONNAISSENT LE SECTEUR

Les fondations et fonds de dotation sont vus comme utiles à la société. **Ils sont même considérés comme indispensables pour financer certains secteurs : la conservation du patrimoine, la recherche scientifique ou l'aide humanitaire.** Si les Français associent encore le secteur à des possibilités de défiscalisation pour les personnes les plus fortunées ou d'amélioration de la réputation d'une entreprise, ils saluent la portée des engagements du secteur pour faire face aux crises et aux fragilités que les pouvoirs publics, seuls, ne peuvent pas toujours assumer.

---

**70%** **veulent en savoir plus ...**

PARMI LES FRANÇAIS INTERROGÉS

Les Français et Françaises font confiance au secteur et connaissent les moyens de le soutenir. **Ils ont cependant besoin d'en savoir plus sur le mode de gouvernance des fondations et fonds de dotation et l'origine de leurs ressources.** Les aspects liés à la communication et à la transparence sont identifiés comme particulièrement prioritaires. Ils souhaitent également mieux comprendre la différence entre une fondation et une association.

Au travers de cette étude, les Français interrogés font part de leur confiance et de leurs attentes vis à vis des fondations et fonds de dotation, notamment :

1

## **LA POURSUITE D' ACTIONS INDISPENSABLES, AU SERVICE DE L'INTÉRÊT GÉNÉRAL.**

Le renforcement de leur utilité se fera avec les pouvoirs publics, notamment pour favoriser leurs capacités d'innovation sociale.

2

## **UNE COMMUNICATION CENTRÉE SUR LES ACTIVITÉS ET LES PROJETS, L'UTILISATION DES RESSOURCES ET LES MODES D'INTERVENTION.**

3

### **PLUS DE TRANSPARENCE.**

Le secteur se saisit spontanément du sujet et développe des outils permettant la diffusion et la mise en œuvre de bonnes pratiques et de démarches déontologiques. Mais une partie de la réponse se trouve dans les mains des pouvoirs publics, notamment sur l'accès et la diffusion aux données juridiques et financières ou sur l'application de mesures de contrôle.

4

### **PLUS DE PÉDAGOGIE.**

Elle reste essentielle afin de mieux faire (re)connaître la diversité des acteurs, des causes défendues et des méthodes employées, au service de l'intérêt général.



*Avec le soutien de*

