



Les Internautes et l'e-Solidarité

Février 2005

- Contexte page 3
- Objectifs page 4
- Approche méthodologique page 5-7
- Synthèse des résultats page 8-11
- Résultats page 12-36

Actions Solidaires



- Dans le cadre d'une conférence sur l'e-solidarité organisée le 17 février 2005, TBWA Corporate pour Microsoft / MSN Actions Solidaires a demandé à Ipsos Media la réalisation d'une étude auprès des internautes sur le thème de :
 - L'impact de la catastrophe en Asie du Sud-Est survenue le 26 décembre 2004 sur le comportement solidaire des internautes.

- L'étude a pour objectif d'évaluer auprès des internautes à la suite de la catastrophe :
 - Leur utilisation d'Internet (recherche d'informations, les sites des associations caritatives ou d'ONG, les dons...)
 - L'évolution de leurs comportements solidaires via le Web (avant, au moment de la catastrophe, à l'avenir) et mise en exergue des profils
 - La contribution du média Internet à l'élan de solidarité
 - Leur engagement à l'avenir pour une cause humanitaire ou sociale

- Constitution d'un échantillon de 1 024 individus interrogés représentatifs des internautes 18 ans et plus en France.
Redressement effectué à partir de l'étude de cadrage de Profiling V2 2004
- Mode de recueil :
Questionnaire auto-administré on line après recrutement par e.mail.
- Fichiers d'adresses e.mails issues d'une base de données interne.
- Terrain :
Du 26 janvier au 31 janvier 2005.

Structure non pondérée %

Structure pondérée %

■ Homme	41,1	50,0
■ Femme	58,9	50,0
■ 18-24 ans	14,0	15,0
■ 25-34 ans	36,3	27,0
■ 35-49 ans	29,8	37,0
■ 50-65 ans	18,0	19,3
■ 65 ans et plus	2,0	1,7
■ Ile de France	29,7	28,0
■ Province	70,3	72,0
■ CSP+	46,7	50,0
■ CSP-	24,5	27,0
■ Inactif	28,8	23,0

Actions Solidaires



	Structure non pondérée %	Structure pondérée %
Fréquence d'utilisation		
■ Plusieurs fois par jour	61,3	44,0
■ Moins souvent	38,7	56,0
Type de connexion		
■ Haut débit	64,8	52,0
■ Autres types non haut débit	35,3	48,0
Ancienneté de connexion		
■ Moins de 2 ans	21,7	29,0
■ 2 à 3 ans	15,9	15,0
■ Plus de 3 ans	62,4	56,0

- La dimension exceptionnelle de la catastrophe qui a frappé l'Asie du sud-est et le caractère universel du média Internet ont fait émerger de nouvelles tendances auprès des internautes.

Ces changements s'expriment à la fois sur leur nombre, leur profil et aussi leur comportement :

- **Près de 62% des internautes se sont informés au moyen d'Internet à la suite de la catastrophe** par diverses opérations (recherche d'informations sur la catastrophe en elle-même, sur les pays touchés, consultation de sites d'associations caritatives ...).
- Dans le cadre de l'aide humanitaire, **près d'un internaute sur deux a effectué un don ou une promesse de don (48,5%)**. ils sont 10,5% à avoir effectué ce don via Internet.
Par conséquent, plus d'un donateur sur cinq (21.7%) a effectué son don par Internet.

■ « De nouveaux utilisateurs, de nouveaux donateurs »

- Parmi ceux qui se sont informés par Internet, **50% ont utilisé ce média pour la première fois pour une cause humanitaire ou sociale.** Quant aux internautes qui ont réalisé un don via le web, ce comportement était nouveau pour plus de 70% d'entre eux.
- Ces nouveaux « utilisateurs » ou nouveaux « donateurs via le Web » ont des profils sensiblement différents de ceux qui ont déjà utilisé ou donné via le web. Les internautes qui ont utilisé pour la 1^{ère} fois Internet pour une cause humanitaire ou sociale se révèlent être à parité homme/femme, concentrés sur la tranche 25-49 ans (70% vs. 58%), plus actifs (80% vs. 75%) toujours en majorité CSP + (52%) mais aussi avec plus de CSP – (28% vs. 23%), plus provinciaux (75% vs. 70%) et une proportion d'internautes depuis moins de 2 ans plus élevé (38% vs. 23%). Du côté des « néo » donateurs via le Web, le profil se concentre plus sur les hommes (57% vs. 51%), 35-64 ans (70% vs. 56%) et les CSP + (73% vs. 55%).

■ Internet : un rôle clé dans le mouvement de solidarité.

- Que cela soit pour la diffusion de l'information (68%), la qualité des informations recueillies (56%), la mobilisation des français à l'égard des victimes (53%) ou la quantité d'argent collecté (46%), les internautes dans leur majorité accorde un rôle important à Internet suite à la catastrophe.
Surtout ces scores sont d'un niveau bien plus élevé en fonction du comportement des internautes.
Plus de 82% des internautes s'étant informé via Internet considèrent le rôle majeur du média dans la diffusion de l'information et 85% des donateurs via le web le considèrent comme influent dans les dons récoltés.
- **La relation entre la recherche d'informations et le don via Internet semble très étroite** : 82% des internautes ayant consulté le site d'une association caritative ou d'ONG et 80% des internautes ayant recherché des informations sur l'utilisation des dons ont effectué un don ou une promesse via Internet. Cette proportion tombe à 32% pour les internautes n'ayant pas utilisé Internet comme source d'informations à la suite de la catastrophe.

- **Internet plus utilisé à l'avenir pour effectuer un don via le web.**
 - 59% des internautes envisagent de s'informer par Internet pour une autre cause (rappel : 62% à s'informer pour cette catastrophe). Cependant, il semble qu'un certain effet d'expérience agisse sur l'opinion des internautes. Les internautes ayant déjà utilisé Internet dans cet objectif déclarent pour 88% d'entre eux une intention favorable. Les « néo utilisateurs » semblent avoir besoin de temps pour être convaincus puisqu'ils sont 59% à envisager une utilisation à l'avenir, mais surtout ils restent encore 23% à ne pas se prononcer.
 - Les internautes semblent de plus en plus faire confiance à Internet comme outil de transaction. Alors que les internautes sont 10.3% à avoir effectué un don via Internet pour subvenir à l'aide humanitaire, **ils se déclarent presque trois fois plus nombreux (27.9%) à utiliser Internet pour réaliser leurs prochains dons.** A noter que les 18-35 ans constituent 45% de ces « futurs donateurs web ».



Résultats



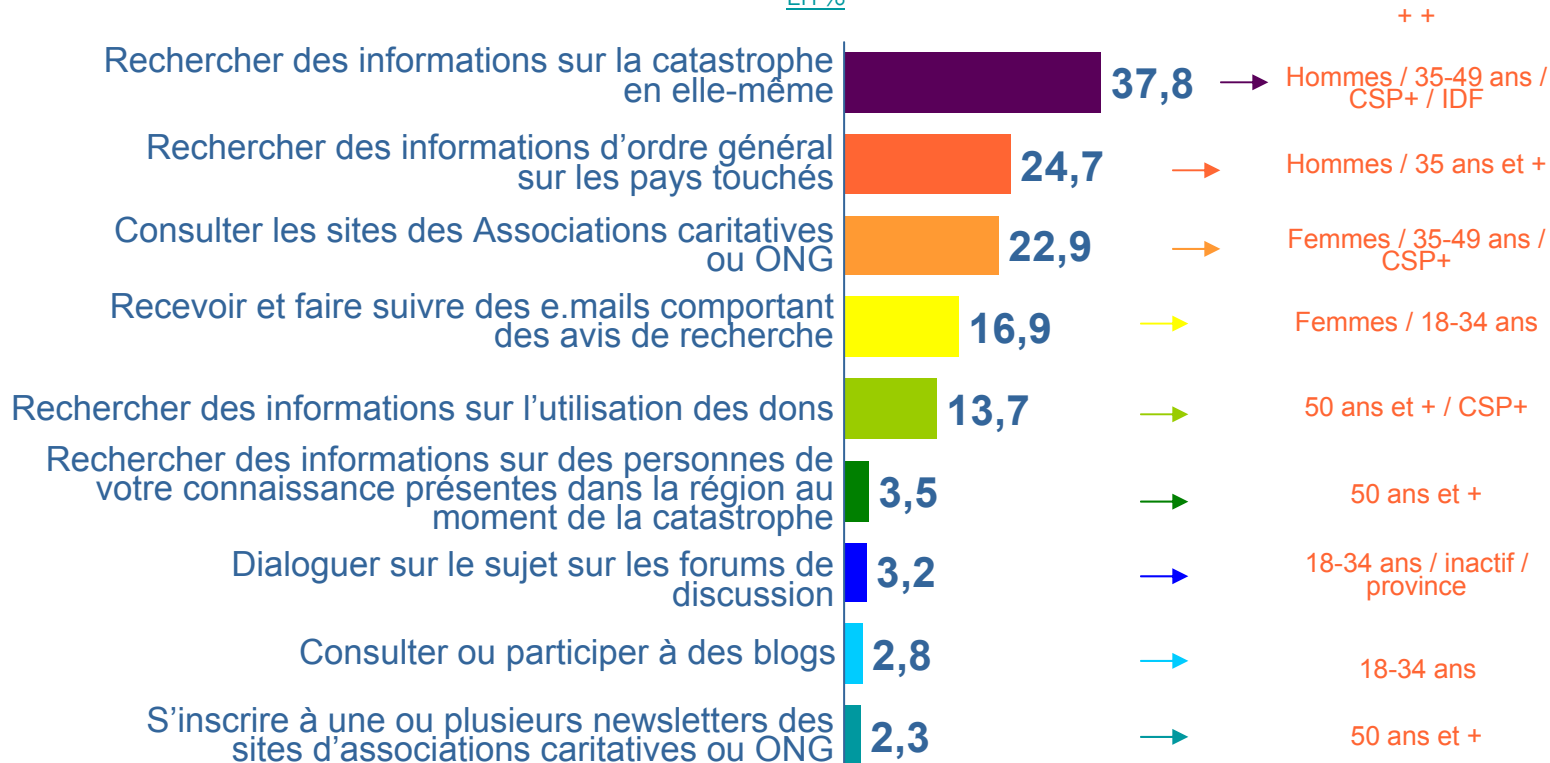
Le média Internet en tant que source d'information suite à la catastrophe en Asie

Les opérations effectuées sur Internet à la suite de la catastrophe en Asie du Sud Est

- 62% des internautes se sont informés sur Internet (au moins une opération effectuée).

Indiquez parmi la liste suivante les opérations que vous avez effectuées sur Internet

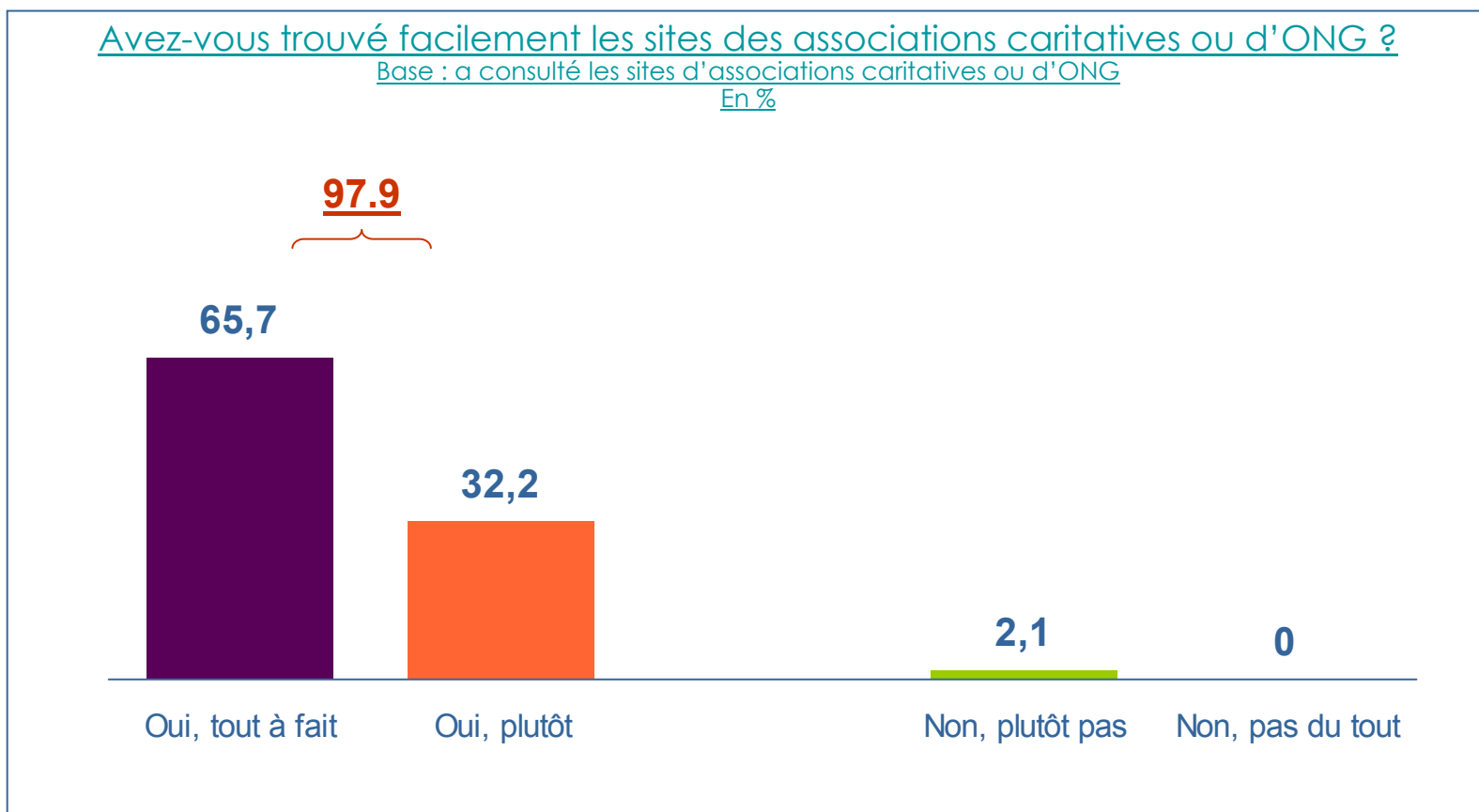
En %



Actions Solidaires



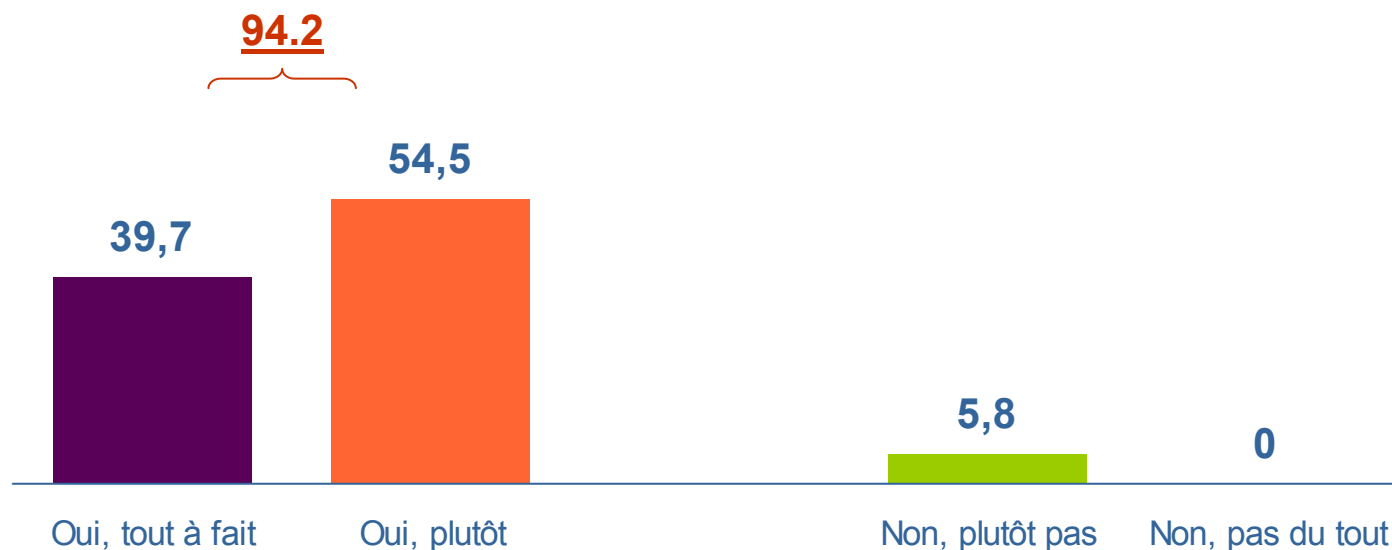
- La quasi-totalité des internautes ayant consulté ces sites les ont trouvés facilement sur le Web.



- Un très large plébiscite des internautes concernant les informations recueillies.

Avez-vous été satisfait des informations fournies par les sites d'associations caritatives ou d'ONG ?

Base : a consulté les sites d'associations caritatives ou d'ONG
En %



Actions Solidaires

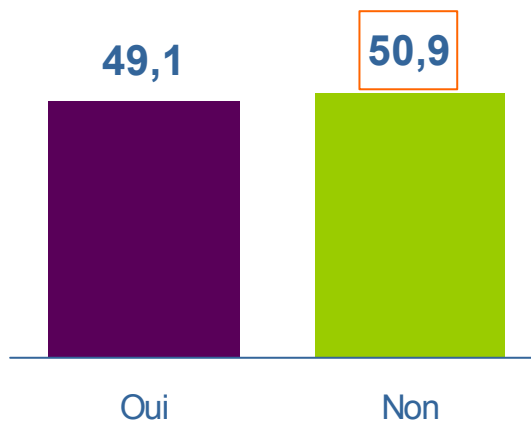


- 1 internaute sur 2 ayant utilisé le Web suite à la catastrophe ne l'avait jamais fait précédemment pour une autre cause humanitaire.

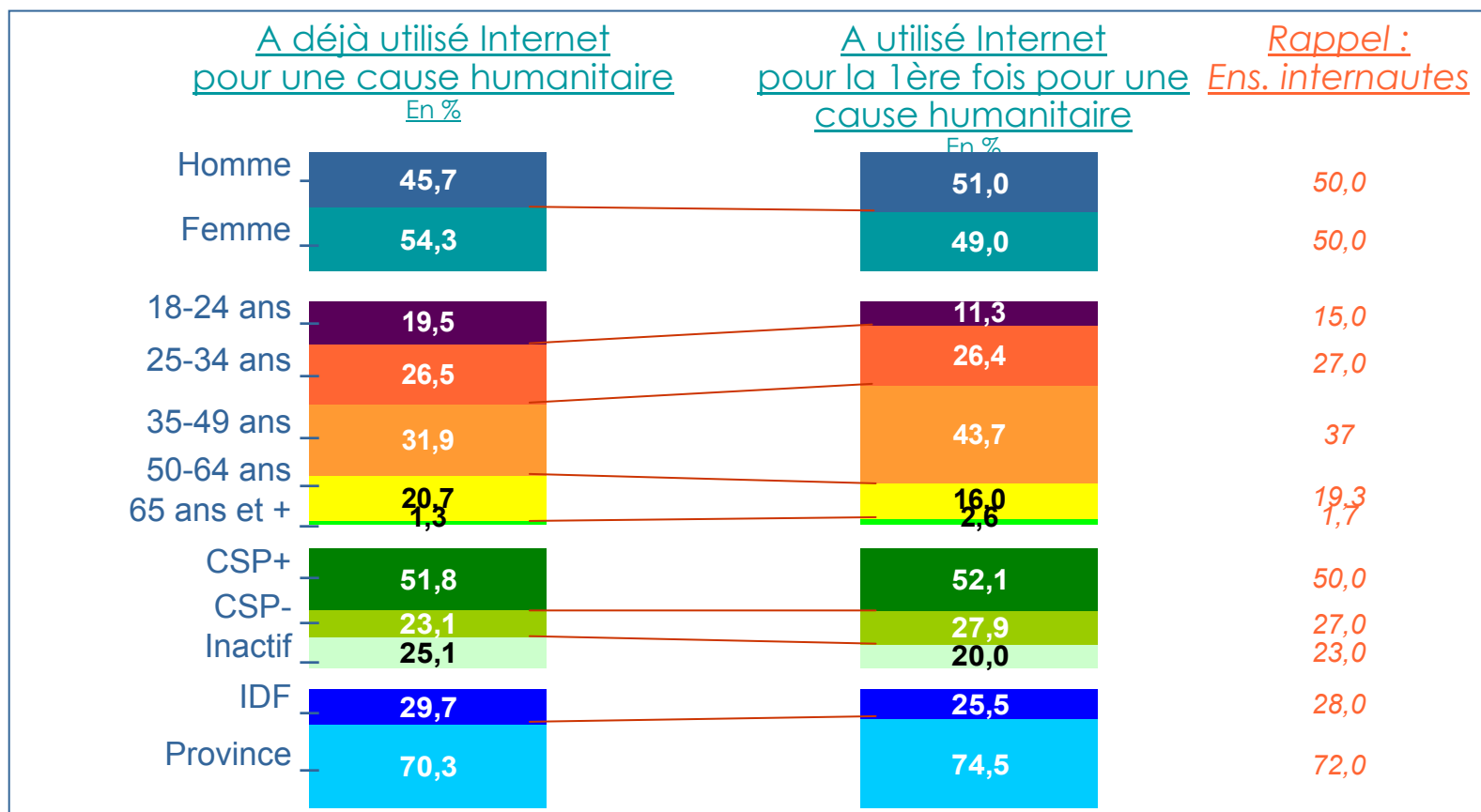
Avez-vous déjà utilisé Internet auparavant pour vous informer sur une cause humanitaire ou sociale ?

En %

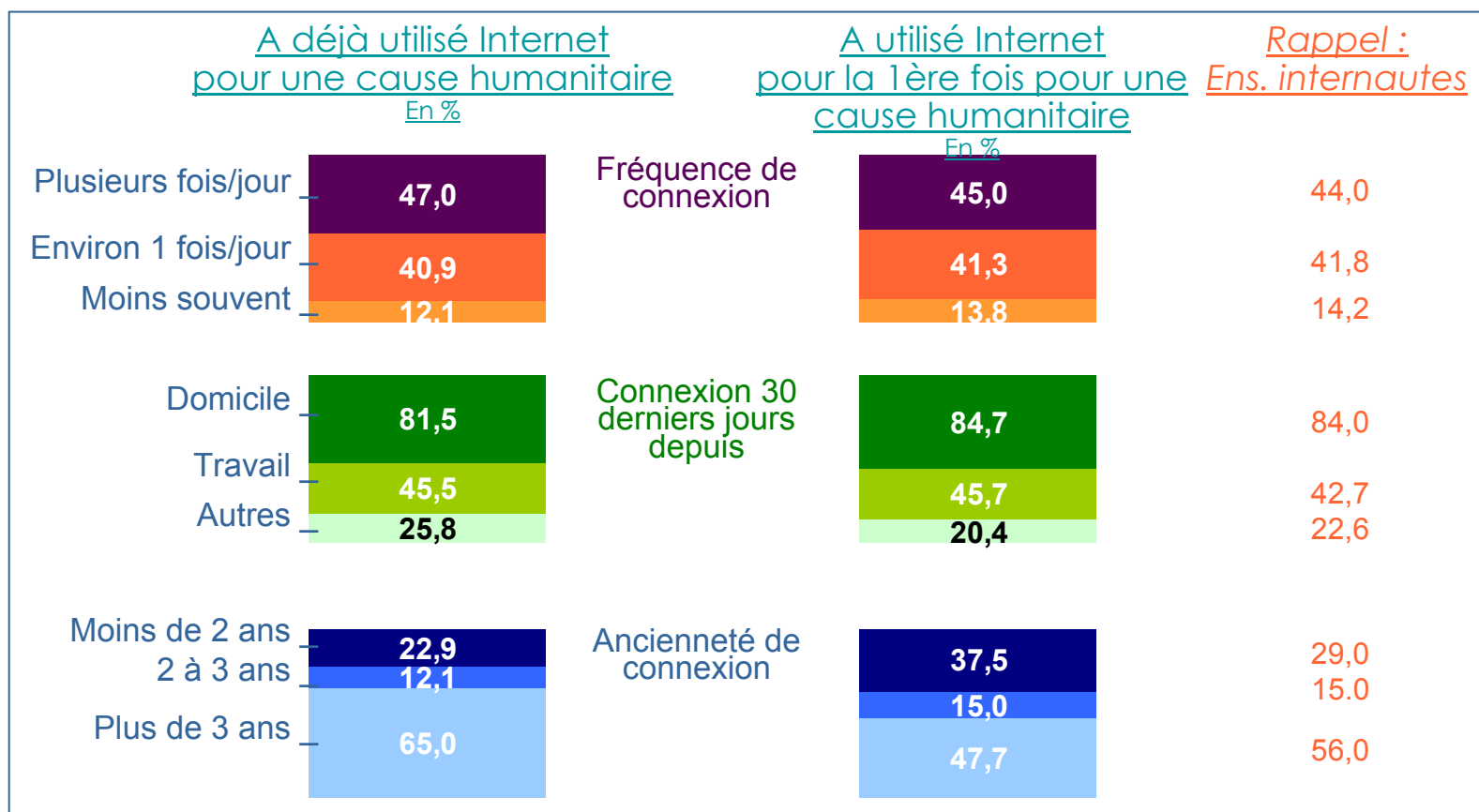
Base : au moins une opération effectuée suite à la catastrophe



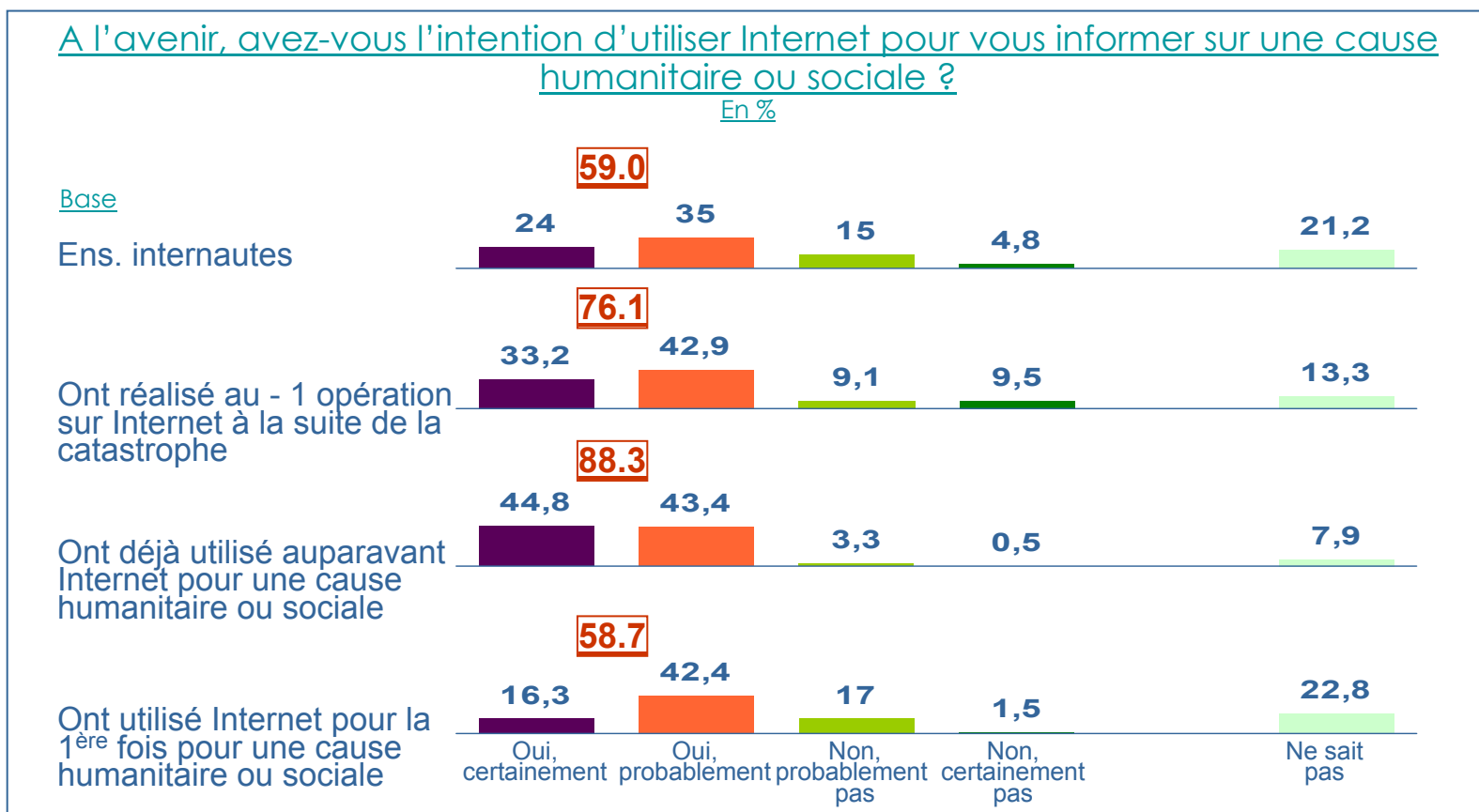
- Les « nouveaux » utilisateurs, un profil mixte, plus actifs, de province.



- Les « nouveaux » utilisateurs, un profil proche de la population internautes, mais une expérience du Web plus récente.



- Les intentions d'utilisation qui sont liées à l'effet d'expérience des internautes.





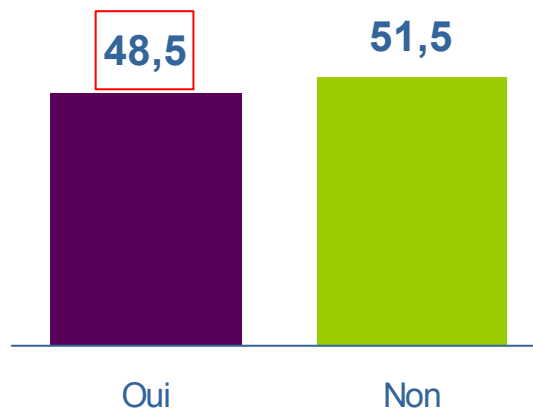
Les dons

- 1 internaute sur 2 a effectué un don.

Avez-vous personnellement effectué un don ou une promesse de don suite à la catastrophe survenue en Asie ?

En %

Base : ensemble



- Plus d'un internaute donateur sur cinq a effectué un don ou une promesse de don via Internet.

A effectué un don ou une promesse de don via Internet
En %

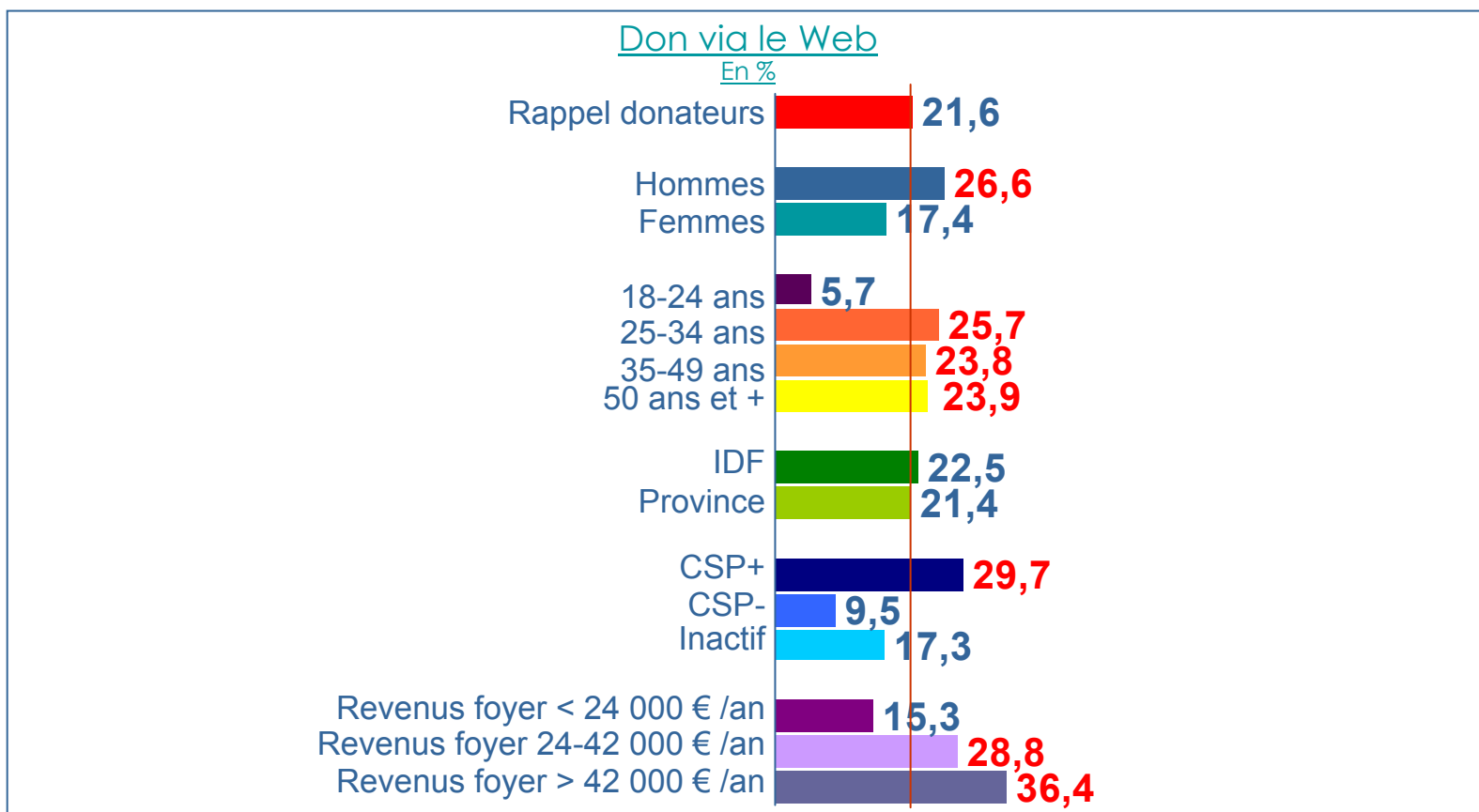
Base : Internaute donateurs

21,7

Oui

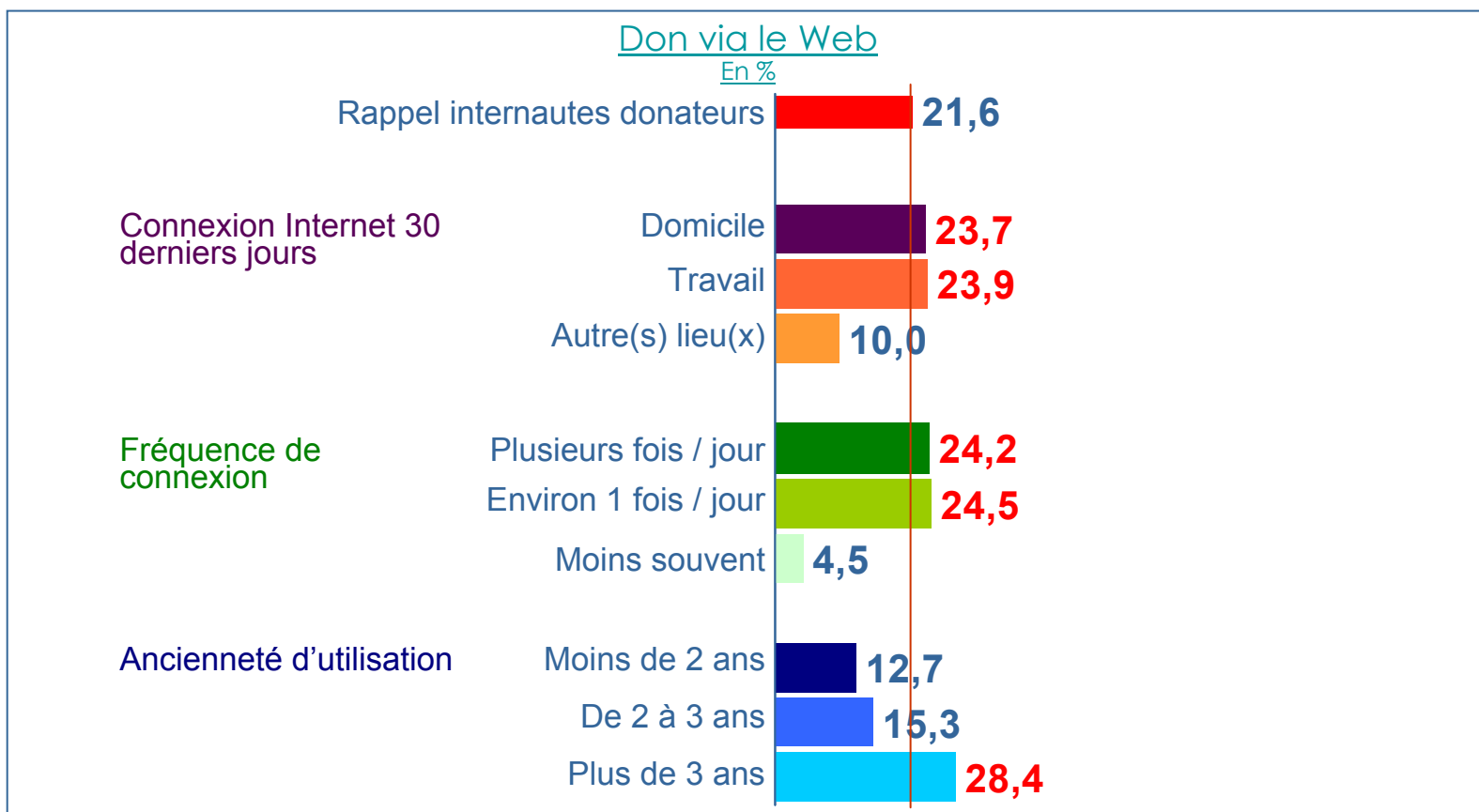
Parmi les internautes donateurs, qui sont ceux qui ont utilisé le Web pour effectuer leur don ?

- Les hommes, les 25 ans et +, les CSP +, les hauts revenus.



Parmi les internautes donateurs, qui sont ceux qui ont utilisé le Web pour effectuer leur don ?

- Les « très réguliers » du Web, disposant d'un accès en quasi-permanence, les plus expérimentés.



- Près de $\frac{3}{4}$ des donateurs par Internet ne l'avaient jamais été auparavant.

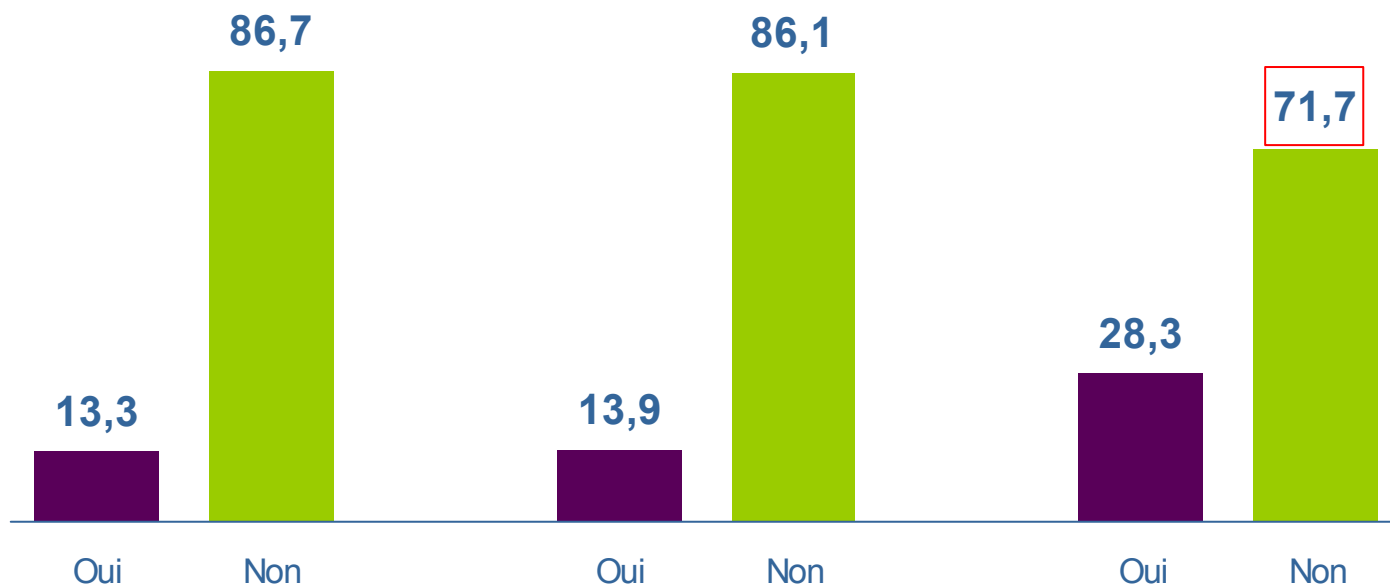
En dehors de cette catastrophe en Asie, avez-vous déjà utilisé Internet auparavant pour faire un don ou une promesse pour une autre cause humanitaire ou sociale ?

En %

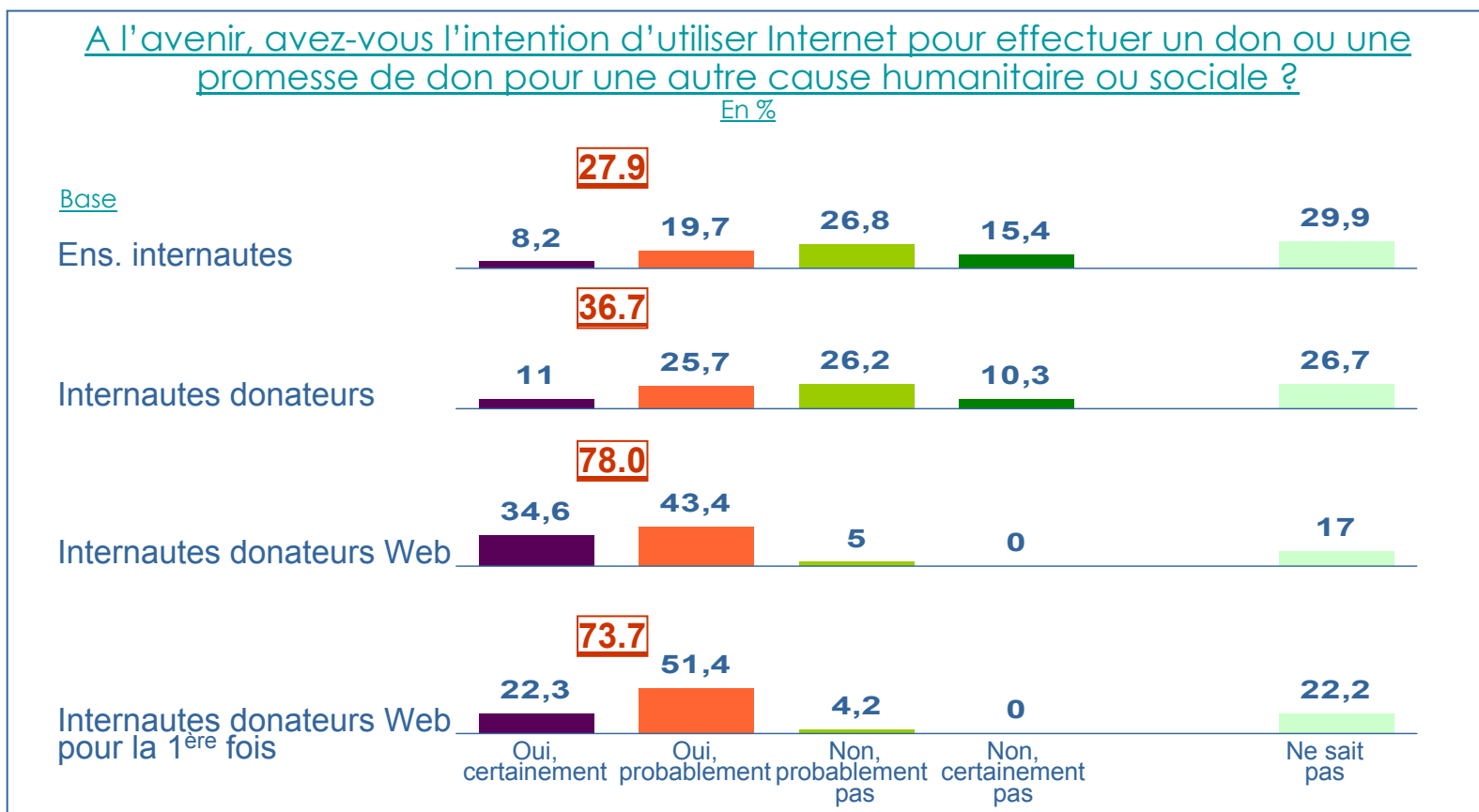
Base : ensemble internautes

Base : internautes donateurs

Base : internautes donateurs Web

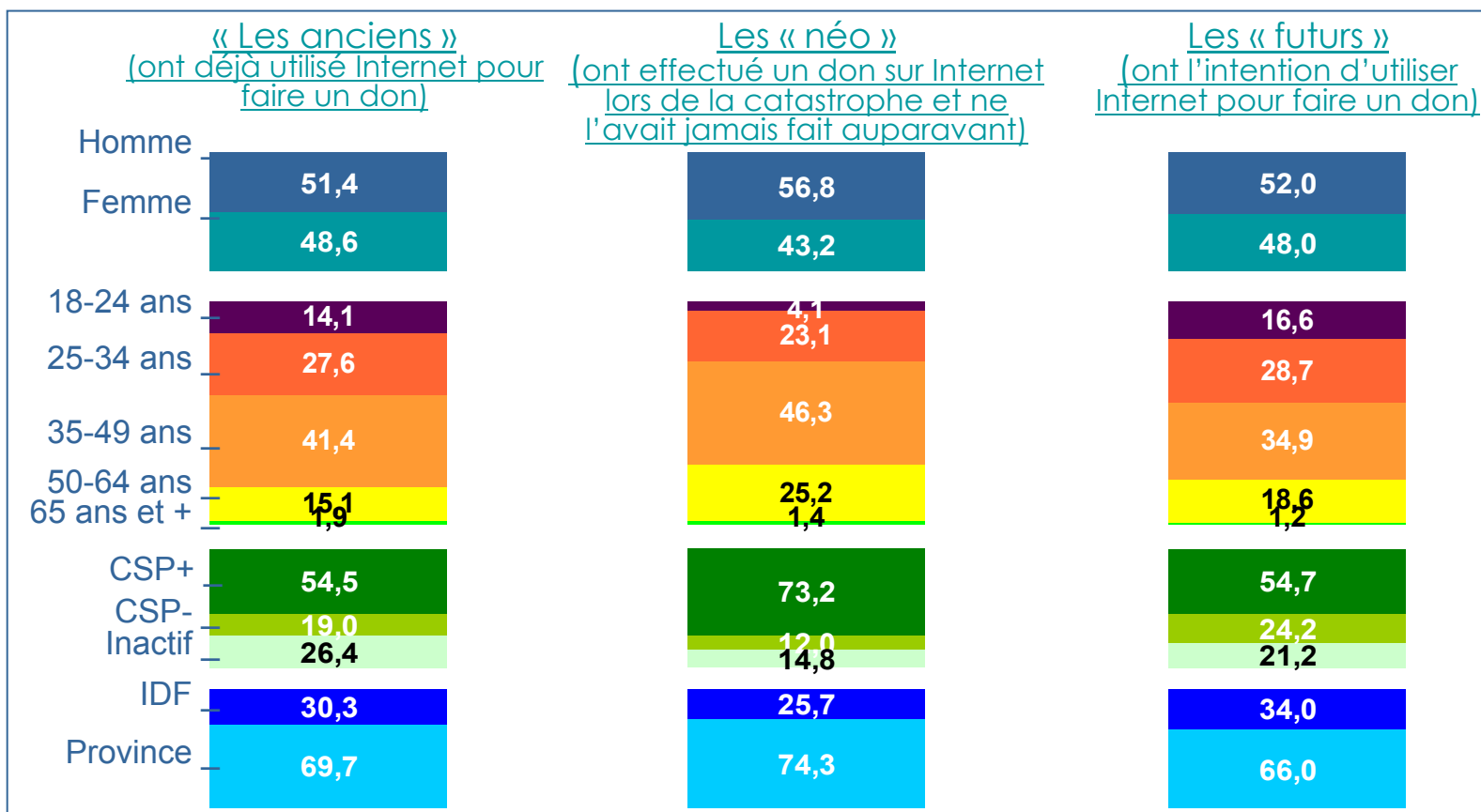


- Près de 8 internautes sur 10 ayant effectué un don via Internet ont l'intention de renouveler cette opération à l'avenir.



Profils comparés

En %



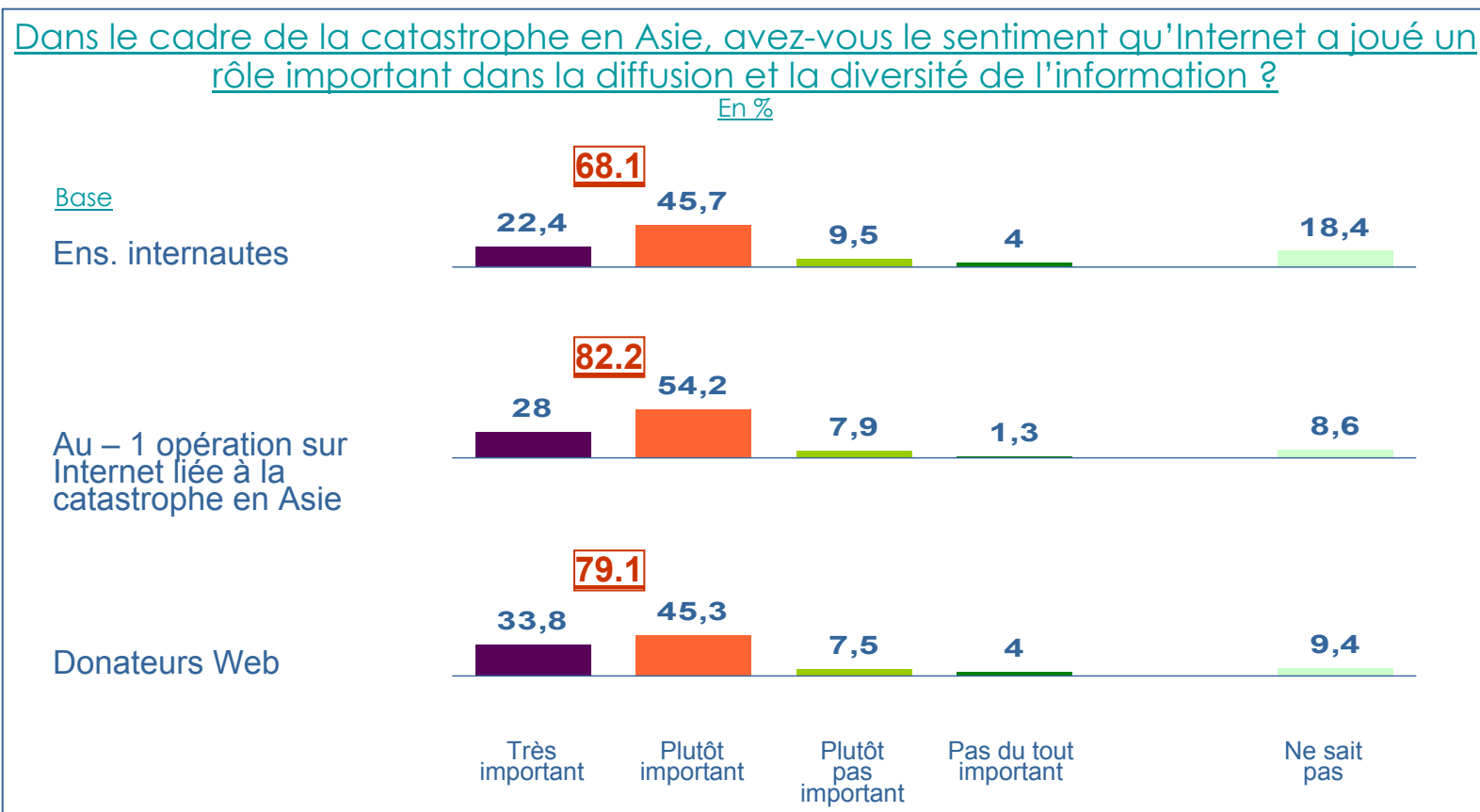
Actions Solidaires



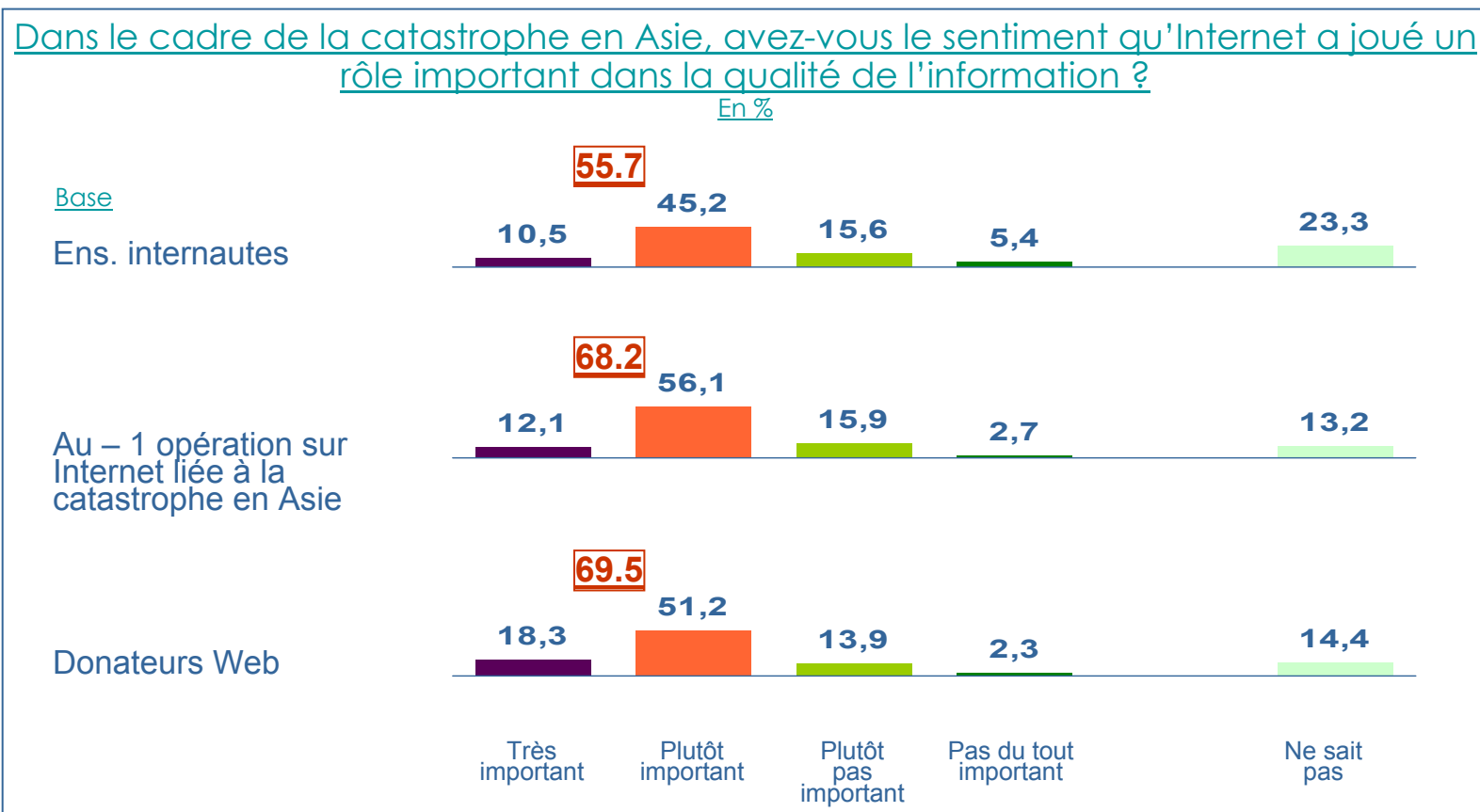


La contribution d'Internet à l'élan de solidarité

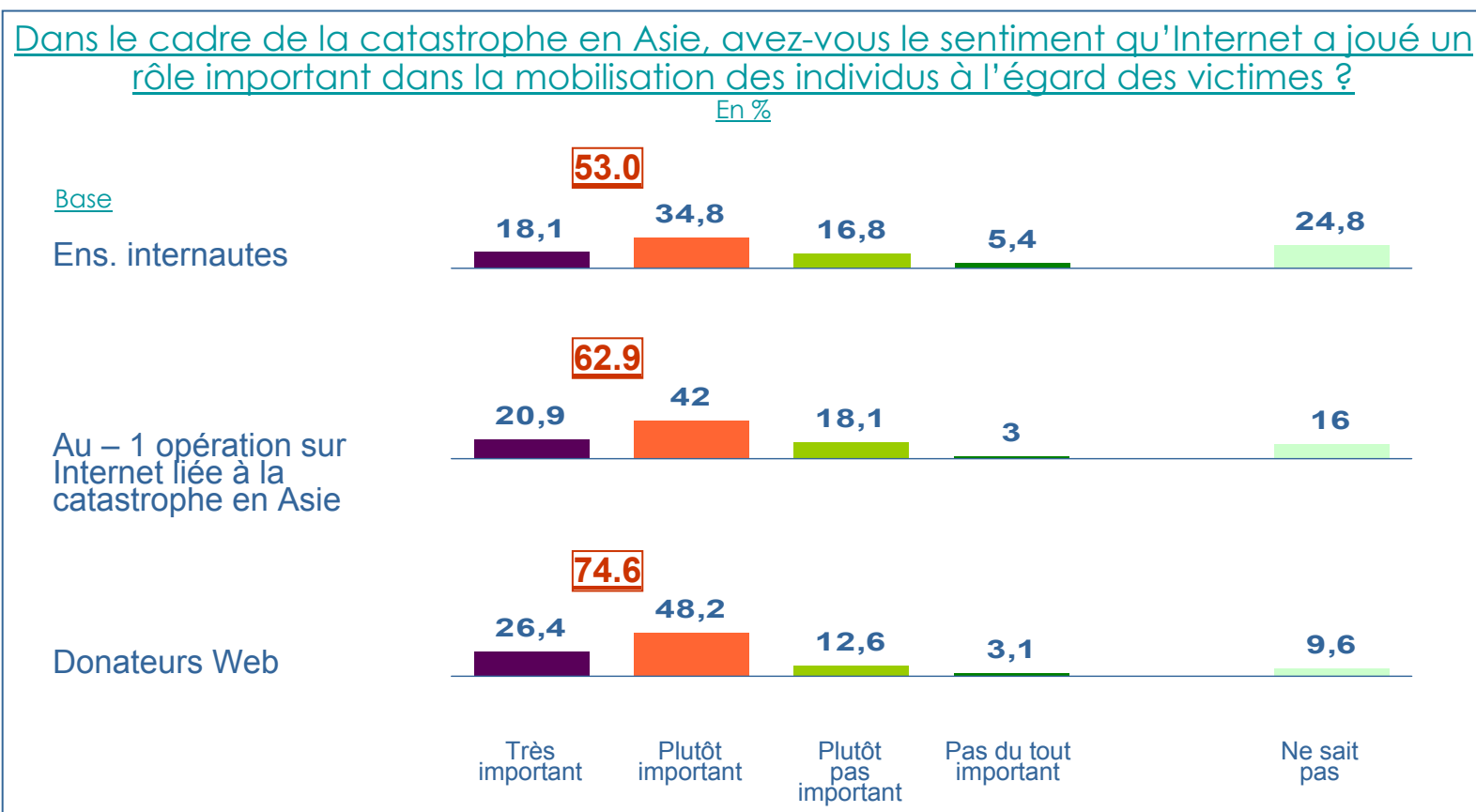
- Une opinion liée à l'implication des internautes.



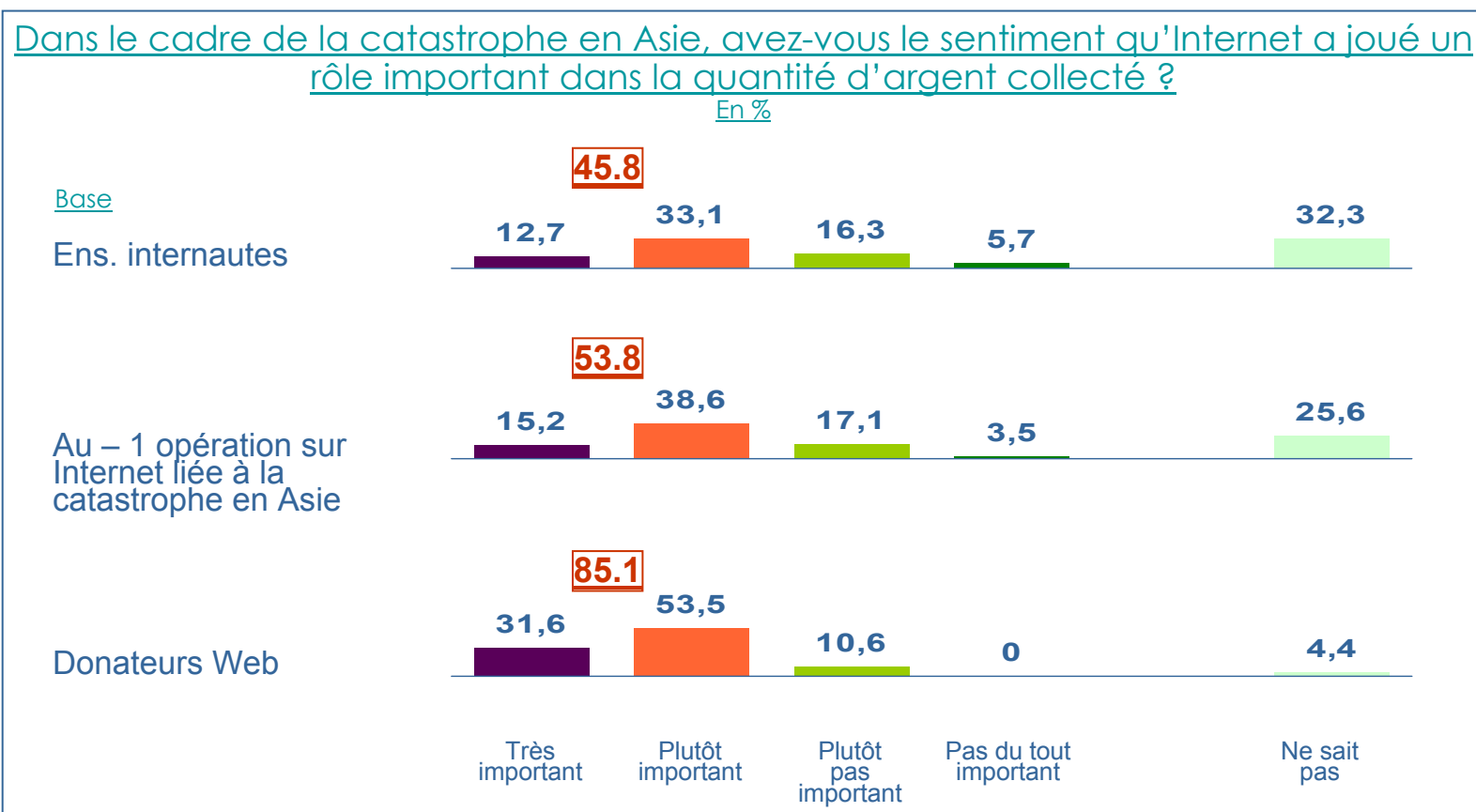
- Une opinion liée à l'implication des internautes.



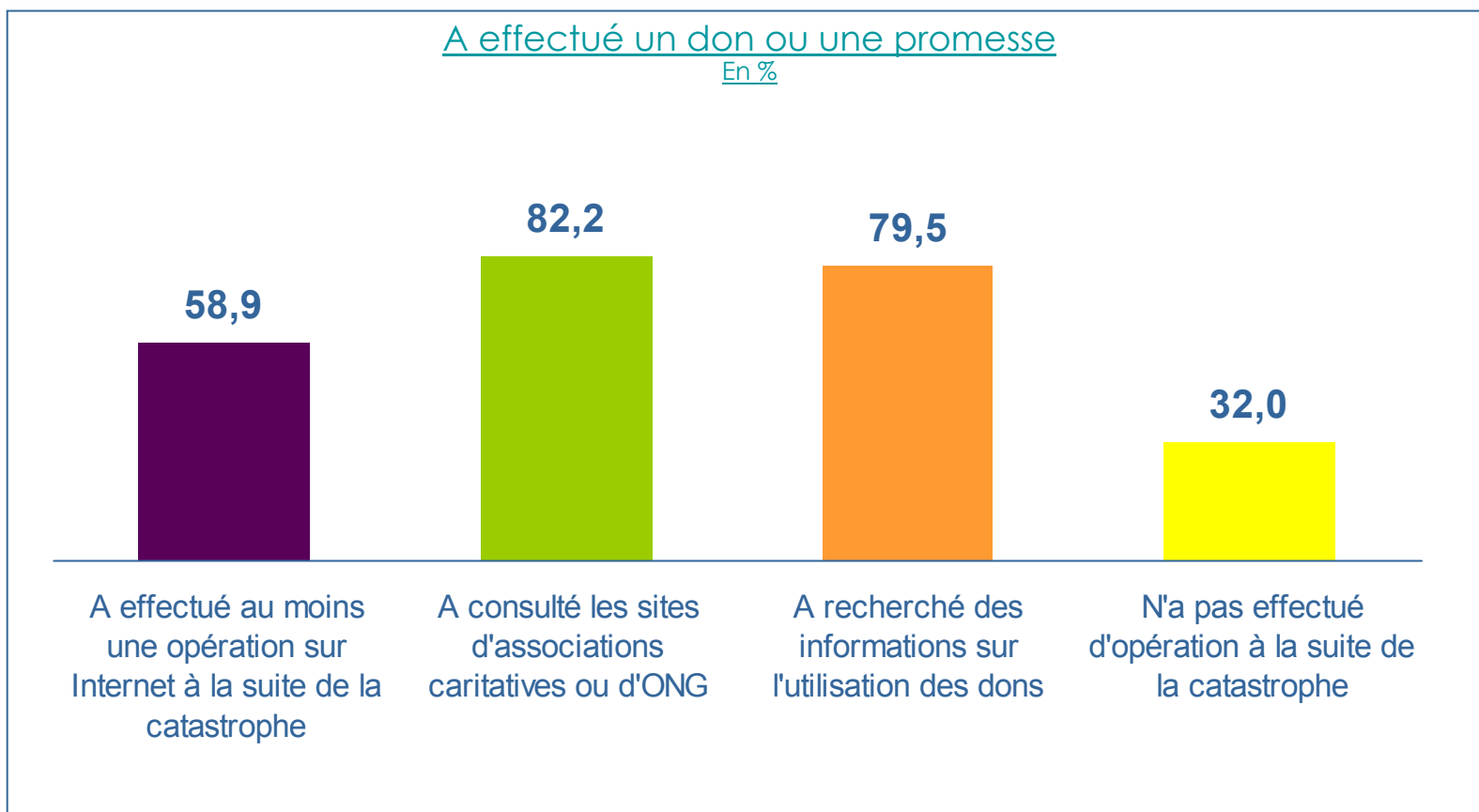
- Une opinion liée à l'implication des internautes.



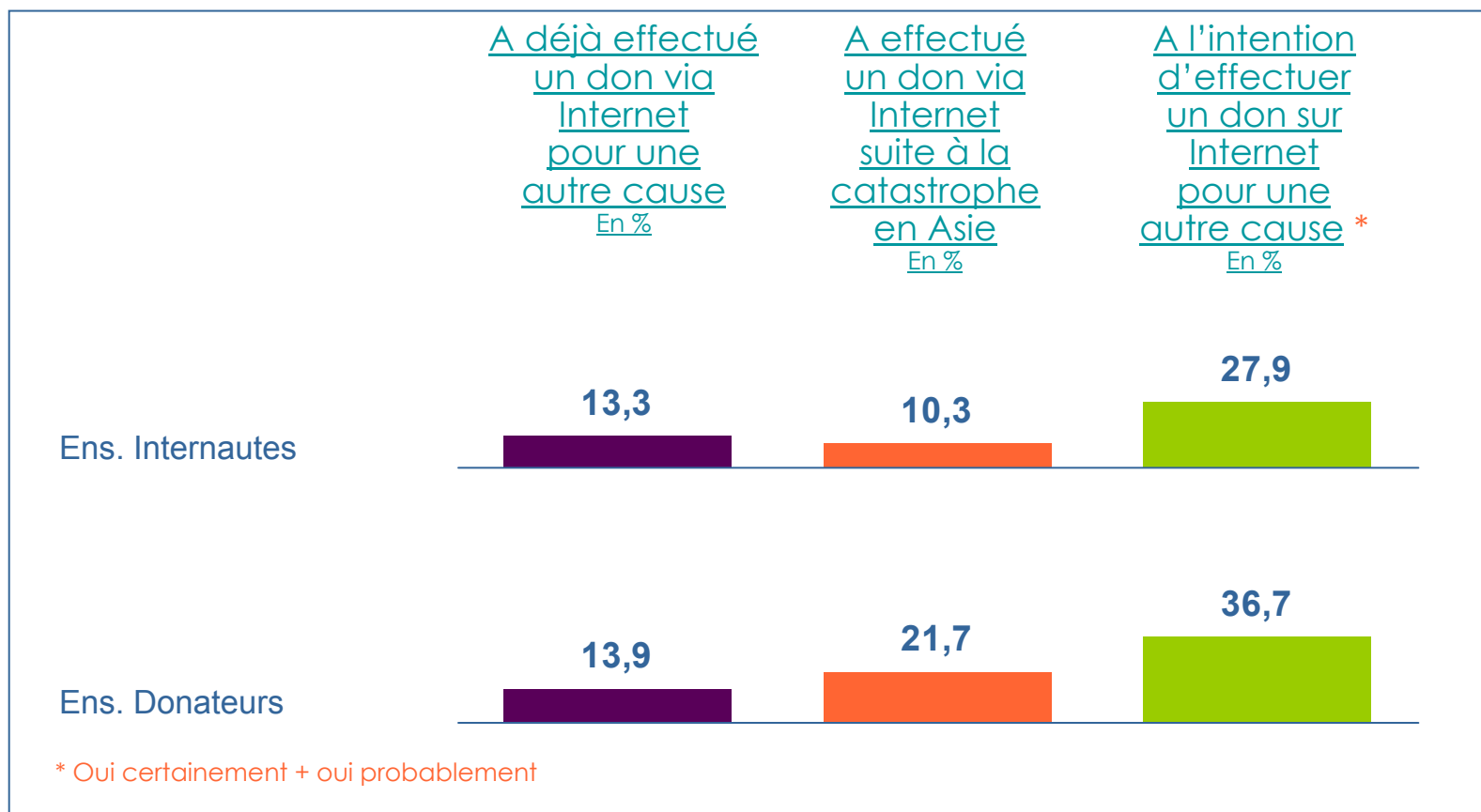
- Une opinion liée à l'implication des internautes.



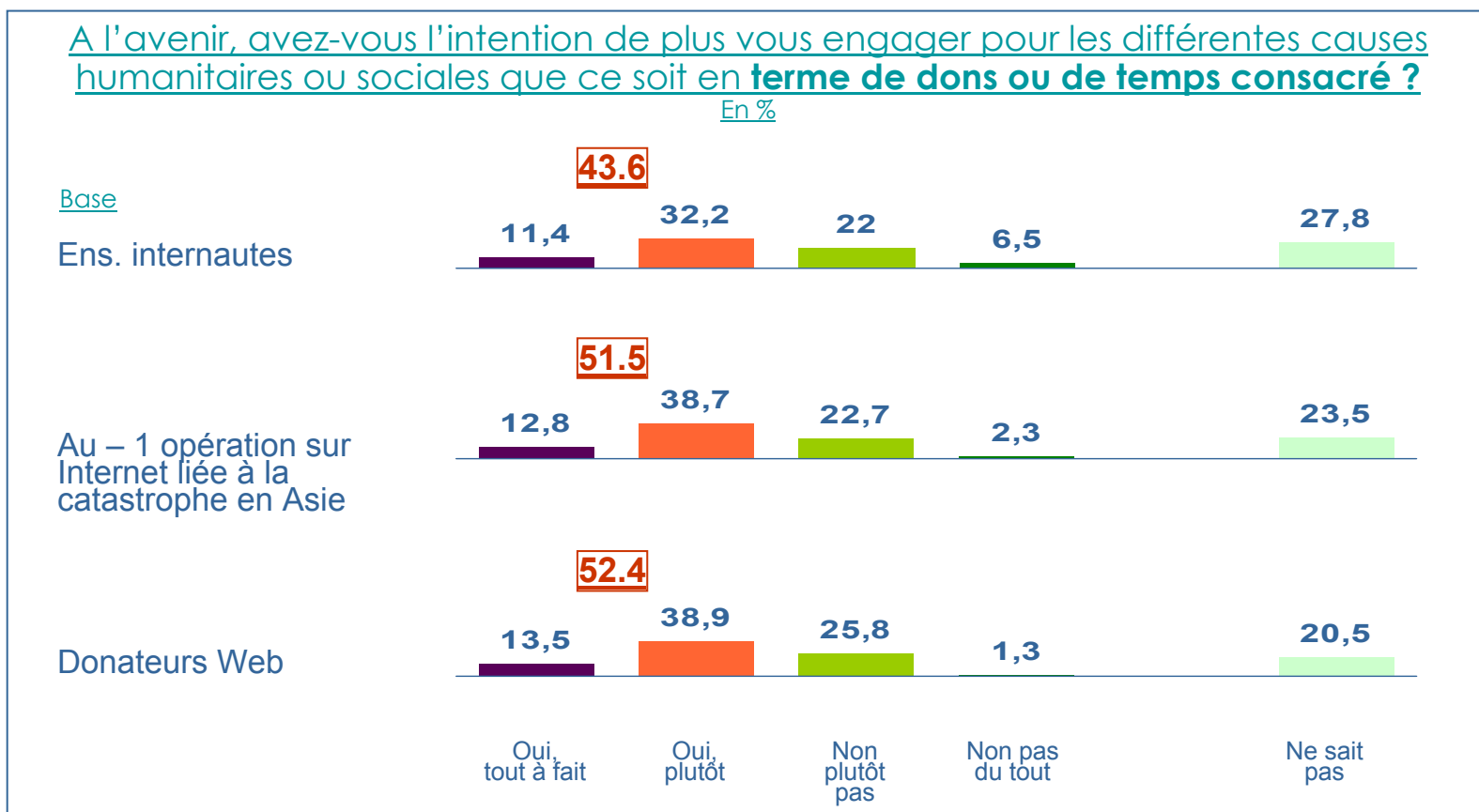
- Les internautes s'étant informés par Internet suite à la catastrophe ont été les plus nombreux à donner.



- Internet plus utilisé à l'avenir pour effectuer un don.



- Plus de 4 internautes sur 10 ont l'intention à l'avenir de s'engager pour une cause.





Actions Solidaires



Les Internautes et l'E-Solidarité

Février 2005