



# Rapport d'Activité

Année 2025

**mieux  
donner.**

---

*Mettez l'impact au cœur de votre don*

# L'édito de Romain Barbe

Fondateur de Mieux Donner

---



*En 2025, Mieux Donner a avancé dans la continuité de son engagement. Celui de faire de la générosité un levier concret pour améliorer des vies et éviter des souffrances avec la même exigence sur la clarté, la méthode et l'impact réel.*



*Depuis nos débuts, nous voyons à quel point l'envie d'agir est forte. Beaucoup de personnes veulent aider, donner, soutenir des causes qui comptent pour elles. Mais cette envie se heurte souvent à une réalité plus complexe : il est difficile de savoir où donner, à qui faire confiance, et surtout ce que produit réellement un don une fois qu'il est fait.*

*Entre les informations contradictoires, la multiplication des causes et le manque de repères fiables, il est facile de vouloir bien faire... et de ne pas savoir comment faire au mieux.*

*Mieux Donner est né de ce constat : la générosité est bien là, mais elle manque souvent d'outils, de clarté et de repères pour se traduire en impact réel. Notre ambition est d'aider à passer d'une générosité guidée surtout par l'intention à une générosité qui se donne aussi les moyens de faire vraiment la différence. Trouver cet équilibre entre l'élan du cœur et l'exigence de construire des actions solides, durables et réellement utiles est au cœur de ce que nous faisons.*

*Mois après mois, à mesure que davantage de générosité a été dirigée vers ces interventions à fort impact, nous avons vu le nombre de vies significativement améliorées augmenter, des souffrances reculer et des conditions de vie évoluer. Non pas par hasard, mais parce que les choix de don ont été faits à partir de ce qui fonctionne réellement.*

*Ce rapport présente à la fois des résultats solides et le chemin collectif qui les rend possibles, porté par l'envie de faire de la générosité un levier aussi utile que possible.*

*Merci à toutes celles et ceux qui rendent possible cette aventure : les personnes qui agissent et qui soutiennent.*

*2025 nous a appris une chose essentielle : on ne donne jamais mieux que lorsqu'on donne avec sens, méthode et engagement.*

*2026 s'ouvre comme une nouvelle étape pour approfondir cette exigence, affiner nos outils et continuer à orienter la générosité vers ce qui aide réellement le plus.*



# Sommaire

---

<b>MIEUX DONNER, EN PRATIQUE</b>	<b>4</b>
<b>DE LA GÉNÉROSITÉ À L'IMPACT : NOTRE MODÈLE</b>	<b>9</b>
<b>2025 : NOS CHOIX, NOS PRIORITÉS, NOTRE TRAJECTOIRE</b>	<b>18</b>
<b>MESURER CE QUI COMPTE</b>	<b>26</b>
<b>RESSOURCES FINANCIÈRES ET LEVIER D'IMPACT</b>	<b>37</b>
<b>APPRENTISSAGES 2025</b>	<b>55</b>
<b>CAP 2026</b>	<b>59</b>

# MIEUX DONNER, EN PRATIQUE



Avant d'entrer dans le détail de l'année 2025, cette section propose un aperçu de ce qu'est Mieux Donner : sa raison d'être, son modèle et les principes qui structurent son action.

## Ce qui nous guide

**1 Connaissances fiables**  
Recherche scientifique, évaluations indépendantes, comparaisons d'impact

**2 Décisions éclairées**  
Informations claires, choix mieux informés

**3 Dons mieux orientés**  
Organisations à haute efficacité

**4 Impact réel amplifié**  
Vies améliorées, souffrances réduites, effets durables

Mieux Donner est une association indépendante dédiée au partage de connaissances scientifiques et à la promotion d'une générosité plus efficace et plus exigeante.

Sa mission est de faire en sorte que chaque don ait le plus grand impact possible, en aidant les personnes qui souhaitent donner à orienter leurs ressources vers des organisations dont l'efficacité est appuyée par des preuves rigoureuses et des évaluations indépendantes.

L'organisation s'appuie sur un constat simple : tous les dons ne se valent pas. Selon les causes soutenues, les méthodes employées et les organisations choisies, les données disponibles montrent qu'un même euro peut produire un impact cent fois supérieur d'une organisation à une autre.

Dans ce contexte, Mieux Donner œuvre pour rendre ces différences visibles et compréhensibles, afin de permettre une générosité plus consciente et plus efficace. La vision portée par Mieux Donner est celle d'une générosité qui ne se limite pas à la bonne intention, mais qui intègre pleinement la recherche de résultats concrets et durables. Il s'agit de contribuer à faire évoluer les pratiques du don vers une approche plus consciente et scientifique, au service de l'intérêt général, où l'attention portée à l'impact devient une boussole pour agir.

La promesse de Mieux Donner est d'accompagner celles et ceux qui donnent vers les opportunités de dons les plus efficaces au monde, en s'appuyant sur une méthodologie transparente, fondée sur des données scientifiques, des recherches indépendantes et une sélection rigoureuse des organisations recommandées. Mieux Donner ne se contente pas de proposer des causes : l'association structure l'ensemble du parcours de don pour que chaque contribution décuple son potentiel d'impact réel.

## La confiance au cœur de notre action

Mieux Donner est un point de repère pour les individus qui veulent donner de manière plus éclairée.

Ce rôle repose sur plusieurs principes fondamentaux :

- des recommandations fondées sur des données plutôt que sur des considérations émotionnelles ou de notoriété ;
- le recours à des évaluateurs indépendants de référence pour analyser l'impact des organisations ;
- une approche pédagogique visant à rendre accessibles des concepts parfois complexes (efficacité relative, impact contrefactuel, priorisation des causes) ;
- un accompagnement qui aide les personnes qui donnent à concilier sens, exigence et responsabilité.

En ce sens, Mieux Donner ne se positionne pas comme un simple intermédiaire de collecte, mais comme un acteur de structuration de la décision du don, au service des personnes qui souhaitent donner, des personnes aidées, et des structures qui s'engagent stratégiquement pour l'intérêt général.

## Une générosité indépendante

L'indépendance constitue un pilier central de la crédibilité de Mieux Donner. L'association fonctionne de manière autonome et ne perçoit aucune commission sur les dons effectués via sa plateforme. Ainsi, 100 % des montants reçus sont reversés directement aux associations choisies.

Ce principe de transparence financière renforce la confiance des personnes qui donnent et permet d'assurer que chaque euro versé contribue intégralement aux actions menées au bénéfice des personnes aidées.

# Une équipe au service de l'impact

Mieux Donner est une association régie par la loi du 1er juillet 1901 qui en 2025 repose sur une équipe resserrée et engagée.

Deux personnes sont employées à temps plein :

- **Romain**, *cofondateur*, en charge de la direction générale, des relations avec les personnes qui donnent, des finances, des opérations et du suivi de l'impact ;
- **Omblin**, *directrice de la communication*, responsable de la stratégie éditoriale, de la production de contenus, de la visibilité et de la diffusion de la mission de Mieux Donner.

**Jennifer**, *cofondatrice*, est également impliquée à titre bénévole sur des sujets structurants, ainsi que sur le soutien à la collecte et aux partenariats.

Cette organisation permet de combiner :

- une capacité de décision rapide,
- une vision stratégique claire,
- et une forte implication opérationnelle au quotidien.



*Jennifer, Omblin et Romain*

## Un cadre clair et responsable

Mieux Donner s'appuie sur une gouvernance formelle, avec un conseil d'administration chargé de veiller au respect du cadre légal, à la bonne gestion des ressources et à la cohérence de la mission.

L'organisation bénéficie également de l'appui d'un réseau d'experts, de conseillers et de soutiens, mobilisés pour enrichir les décisions stratégiques, apporter des regards extérieurs et renforcer la qualité du pilotage.

## Comment nous travaillons

Mieux Donner fonctionne comme une structure agile, responsabilisante et orientée vers l'action.

Les décisions sont prises selon une logique pragmatique :

- 1 la majorité des décisions sont prises rapidement,
- 2 les décisions les plus structurantes font l'objet d'un échange approfondi et, lorsque nécessaire, d'une recherche de consensus.

Le travail est organisé autour :

- d'objectifs mensuels et hebdomadaires,
- d'outils de suivi partagés,
- et de points réguliers pour coordonner les priorités et les avancées.

Cette organisation permet de maintenir un haut niveau de réactivité tout en conservant une vision d'ensemble sur les projets en cours.

## Éthique et culture interne

Mieux Donner est une organisation engagée et exigeante, profondément tournée vers l'impact. L'équipe fonctionne comme une équipe sportive de haut niveau : chaque individu est soutenu, formé et encouragé, avec un haut niveau d'exigence pour servir au mieux la mission.

Les rôles ne sont pas conçus comme figés : ils existent tant que l'adéquation entre la personne, l'équipe et la mission est excellente. Cette approche vise à préserver à la fois la qualité du travail et la santé de l'organisation dans la durée.

Le feedback fait partie intégrante du fonctionnement quotidien :

- il est encouragé en continu,
- particulièrement pour les rôles à responsabilité,
- et considéré comme un acte de loyauté envers la mission.

Cette culture vise à permettre des ajustements rapides, une amélioration continue et un haut niveau de confiance au sein de l'équipe.

## Un environnement de travail attentif

Mieux Donner reconnaît que travailler dans une organisation à fort impact peut être à la fois stimulant et exigeant.

L'équipe accorde une attention particulière :

- au rythme de travail,
- à la prévention de l'épuisement,
- et à la qualité des relations professionnelles.



Un cadre de dialogue ouvert permet d'aborder rapidement les difficultés, les déséquilibres ou les besoins individuels, afin de préserver une dynamique de travail saine et durable.

# DE LA GÉNÉROSITÉ À L'IMPACT : NOTRE MODÈLE

---



Le modèle de Mieux Donner répond à une question exigeante :

**comment faire en sorte que la générosité produise réellement le plus de bien possible ?**

Le rôle de Mieux Donner n'est pas seulement de recommander des organisations. Il est de construire un cadre qui relie la connaissance, l'impact et la décision, afin que chaque geste de générosité devienne plus conscient, plus éclairé et plus utile.

## Avant



- Intention
- Peu de repères
- Impact incertain

## Avec Mieux Donner



- Données fiables
- Comparaisons
- Choix éclairés

## Après



- Dons mieux orientés
- Ressources concentrées
- Impact réel amplifié

## Quand la connaissance guide les choix

La première étape de notre action consiste à partir des connaissances disponibles. Mieux Donner s'appuie sur les travaux de recherche scientifique, sur les évaluations d'impact existantes et sur les analyses d'organismes indépendants reconnus à l'international. Ces travaux montrent un fait frappant : **selon les interventions et les organisations, un même euro peut produire cent fois plus d'effet.**

C'est cette réalité qui fonde notre démarche. À partir de ces connaissances, nous identifions les organisations capables de démontrer, de manière crédible, qu'elles produisent un impact positif important.

Ces analyses sont ensuite traduites en outils accessibles : recommandations, guides, ressources pédagogiques. L'objectif est simple : permettre aux personnes qui donnent de s'orienter sans avoir à devenir expertes en évaluation d'impact.

Mieux Donner joue ainsi un rôle de passerelle entre la recherche et l'action.

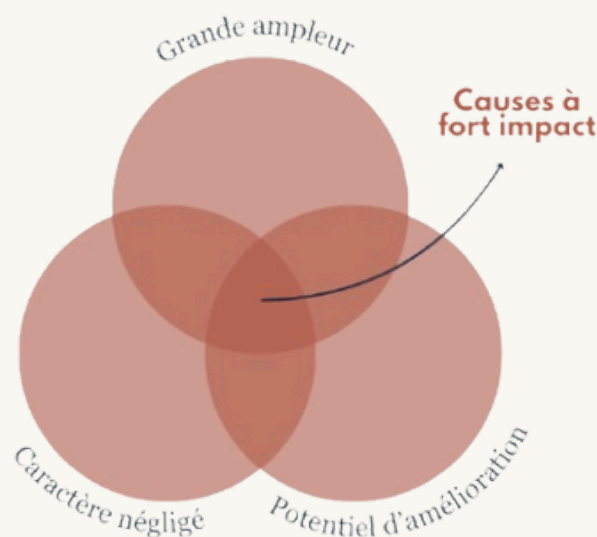
## Choisir là où l'impact est le plus fort

La sélection des organisations mises en avant par Mieux Donner repose sur une démarche structurée, fondée sur des données scientifiques et sur des méthodologies reconnues.

Pour ce faire, Mieux Donner s'appuie sur les travaux d'évaluateurs indépendants spécialisés dans l'analyse comparative des approches et des organisations. Ces évaluateurs suivent un processus en plusieurs étapes pour prioriser les problèmes à résoudre, les interventions possibles, puis les associations qui mettent en œuvre ces interventions de manière efficace.

Plusieurs critères sont pris en compte lors de ce processus de sélection, notamment :

- Les résultats concrets pour les personnes aidées. Il s'agit de regarder ce qui change effectivement dans la vie des personnes : santé améliorée, maladies évitées, vies sauvées, souffrance réduite, conditions de vie transformées, plutôt que le nombre de projets, de bénéficiaires déclarés ou de campagnes menées ;
- La solidité des preuves disponibles. Les organisations sont évaluées à partir d'études, de données et d'analyses indépendantes qui cherchent à estimer l'effet réel de leurs interventions, et pas seulement leurs intentions ou leurs efforts.
- La pertinence de l'intervention face au problème. L'analyse prend en compte l'ampleur du problème traité, le fait qu'il soit encore peu couvert, et la marge de progression possible si davantage de ressources y sont consacrées.



- La transparence et la qualité de la gouvernance. Les organisations sélectionnées doivent être capables de rendre compte de ce qu'elles font, de leurs résultats, de leurs limites et de l'utilisation des fonds reçus.

Ce processus méthodique permet de dépasser des critères intuitifs ou subjectifs pour se concentrer sur l'efficacité réelle des actions menées. Il garantit aussi une transparence sur les limites des connaissances existantes et les marges d'incertitude inhérentes à toute évaluation d'impact, car l'état des preuves évolue au fil du temps.

## Une gouvernance au service de la mission

La crédibilité de Mieux Donner repose sur une séparation claire entre les flux de générosité et le fonctionnement de l'association.

Les personnes qui donnent effectuent leurs dons via une plateforme de paiement sécurisée. Ces fonds transitent par le fonds dédié de Mieux Donner, avant d'être reversés directement aux organisations choisies.

Mieux Donner n'intervient pas dans l'allocation de ces montants : les choix de soutien sont faits par les personnes qui donnent, et 100 % des sommes versées sont transférées aux organisations sélectionnées, sans aucune commission ni prélèvement.

Parallèlement, le fonctionnement de l'association est financé séparément, par des contributions volontaires spécifiques et par des soutiens dédiés au développement de Mieux Donner. Ces ressources servent exclusivement à couvrir les dépenses de l'association (salaires, outils, communication, frais de fonctionnement), sans jamais être mélangées aux fonds destinés aux organisations soutenues.

Cette architecture garantit :

- la transparence des flux financiers ;
- l'indépendance des recommandations ;
- et la confiance de l'ensemble des parties prenantes.

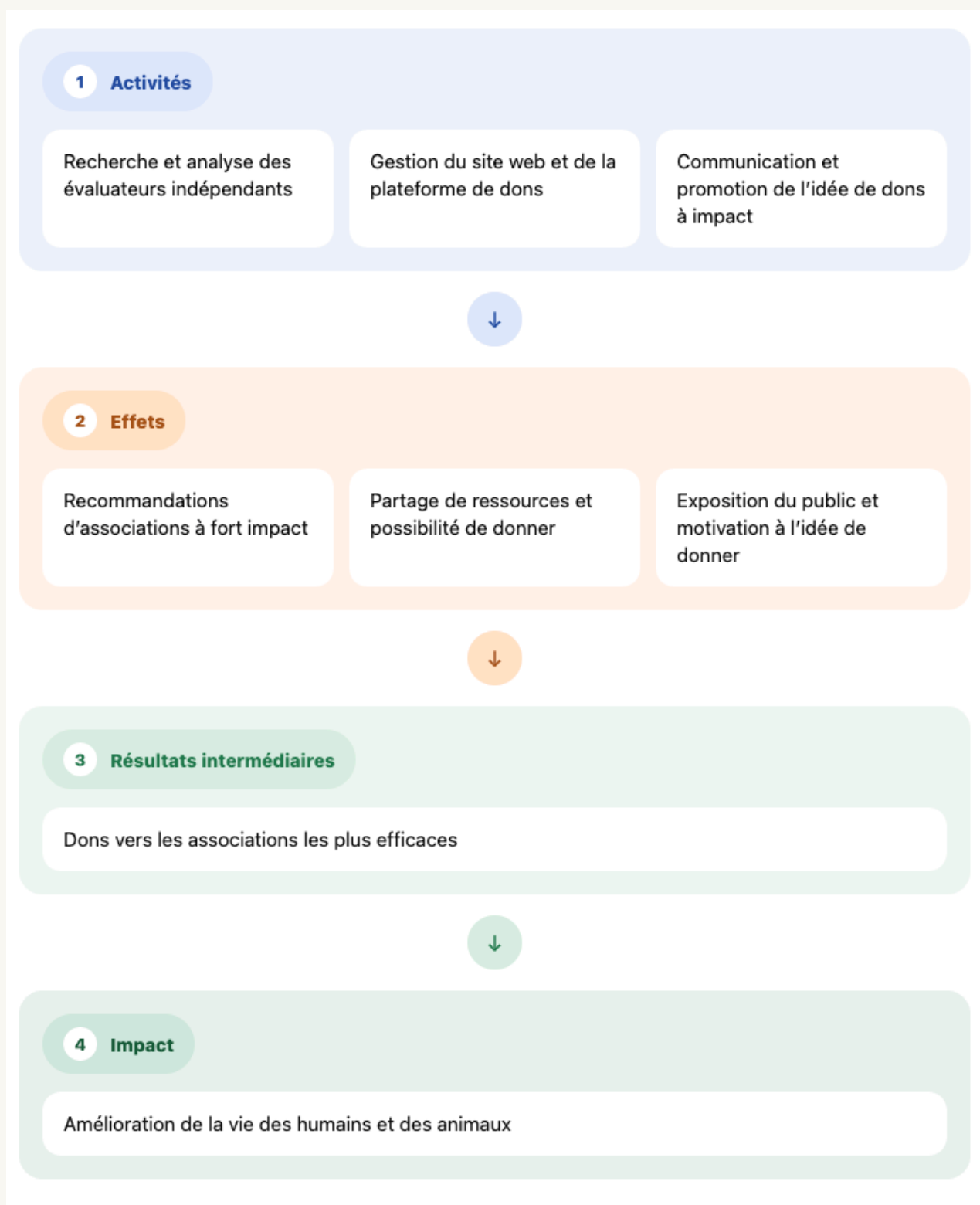
Elle permet d'assurer que chaque euro donné est intégralement orienté vers les personnes aidées, tout en maintenant un cadre de fonctionnement clair et responsable pour Mieux Donner.

Ce schéma illustre deux parcours distincts : les montants orientés vers les associations et le soutien volontaire au fonctionnement.



# Comment notre action crée de l'impact

La théorie du changement de Mieux Donner explicite comment et pourquoi notre modèle produit un impact réel : elle articule les actions que nous menons aux transformations que nous cherchons à générer pour les individus qui donnent et pour ceux qui sont aidés.



## Contexte

De nombreuses personnes expriment une forte volonté d'agir, de donner ou de soutenir des causes qui comptent pour elles. Pourtant, cette volonté se heurte à plusieurs obstacles :

- manque d'informations fiables sur l'efficacité réelle des organisations et des interventions ;
- complexité des enjeux, avec des approches et des résultats très variés selon les contextes ;
- incertitude sur l'impact concret d'un don, en termes de vies améliorées ou de souffrance réduite.

Dans ce contexte, une générosité non informée peut produire des effets très différents selon les causes soutenues et les organisations choisies, parfois avec une efficacité considérablement moindre qu'on ne l'imagine.

## Objectif

Mieux Donner agit pour que chaque décision de générosité repose sur des connaissances fiables, comparées et contextualisées, afin que les dons puissent produire le plus grand impact possible pour les personnes et les causes aidées.

Cette ambition se décline en deux transformations principales :

1. Pour les personnes et structures qui donnent → Passer d'une générosité guidée par l'intention à une générosité éclairée et structurée, en connaissance de ce que les données et les évaluations disent de l'impact réel.
2. Pour les causes soutenues → Concentrer un volume croissant de ressources vers des organisations qui démontrent une capacité crédible à produire des effets significatifs.

## Comment ce changement se produit

Notre modèle repose sur une chaîne d'effets logique articulée en trois grandes étapes :

### **1. Analyse rigoureuse des connaissances disponibles**

Nous rassemblons et analysons les travaux de recherche scientifique, les évaluations d'organismes indépendants reconnus et les données d'impact comparatif. Cette étape permet de repérer des interventions et des organisations présentant une efficacité documentée, étayée par des preuves solides. Ce travail permet de dépasser les critères de notoriété ou de visibilité, pour se concentrer sur l'efficacité réelle des actions menées.

## **2. Production de ressources accessibles**

Les connaissances ainsi identifiées sont transformées en contenus utilisables par tous :

- recommandations spécifiques,
- guides et comparateurs,
- ressources pédagogiques,
- contenus explicatifs clairs.

Ces ressources sont conçues pour être comprises sans expertise technique préalable, afin de rendre accessible l'analyse d'impact à un large public.

## **3. Accompagnement des décisions de générosité**

Au-delà des ressources publiques, Mieux Donner met à disposition une infrastructure concrète qui permet de transformer l'information en action.

Cela passe notamment par :

- une plateforme de don qui intègre directement les recommandations et les comparaisons d'impact,
- la possibilité de répartir un don entre plusieurs organisations,
- des parcours pensés pour les dons ponctuels, récurrents ou les engagements dans la durée,
- des outils de suivi permettant de visualiser ses choix et leur évolution dans le temps.

L'objectif n'est pas seulement d'informer, mais de rendre les décisions de générosité simples, traçables et alignées avec ce que montrent les données sur l'impact réel.

## **Résultats véritables attendus**

Ce processus vise à produire plusieurs transformations interconnectées :

- des personnes plus informées, capables de prendre des décisions de générosité réfléchies ;
- des dons mieux orientés, vers des organisations dont l'impact est documenté ;
- des effets réels produits pour les individus et les causes aidées.

## Effet cumulatif

À mesure que davantage de personnes adoptent une générosité structurée et orientent leurs dons vers des actions à fort impact, l'effet se renforce : les choix individuels gagnent en utilité, et les normes de générosité évoluent vers une approche centrée sur l'impact réel.

## En résumé

La théorie du changement de Mieux Donner repose sur une hypothèse : si les personnes qui donnent sont mieux informées, et si leurs dons sont orientés vers des organisations dont l'impact est démontré, alors la générosité produira davantage de bien réel pour les individus aidés.

## Des modalités d'accompagnement concrètes

Mieux Donner propose un accompagnement personnalisé.

Il peut s'agir :

- de clarifier ce qui compte vraiment, en aidant à identifier les causes, les enjeux et les priorités qui donnent du sens à une démarche de générosité ;
- d'inscrire la générosité dans le temps, en réfléchissant à la manière de donner de façon régulière et cohérente plutôt que ponctuelle ;
- de mettre en regard différentes manières d'agir, afin de comprendre ce que produisent concrètement des approches différentes face à un même problème ;
- de mieux comprendre les effets réels des choix effectués, en reliant chaque décision aux impacts possibles pour les personnes aidées.

Cet accompagnement permet de transformer une intention généreuse en une action plus cohérente, plus lisible et réellement utile pour les personnes aidées.

## Illustrations du modèle en action

Par exemple, une personne qui souhaite soutenir une cause découvre, grâce aux contenus proposés, que des approches très différentes existent pour répondre à un même enjeu, et que leur efficacité peut varier de manière considérable. Les comparaisons présentées permettent de comprendre les ordres de grandeur d'impact et d'orienter son geste vers des actions dont les effets sont documentés.

De la même manière, les recommandations disponibles sur le site ne se limitent pas à une liste d'organisations : elles explicitent les méthodes mises en œuvre, les résultats attendus et les incertitudes, ce qui permet d'engager une générosité plus réfléchie.

Enfin, les ressources pédagogiques accompagnent cette démarche en aidant à formuler des choix cohérents, à hiérarchiser les priorités et à inscrire le don dans une perspective de long terme.

Ces éléments illustrent la vocation de Mieux Donner : **transformer une intention généreuse en une action consciente et structurée, réellement utile pour les personnes aidées.**

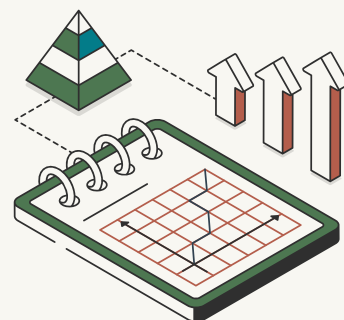


# 2025 : NOS CHOIX, NOS PRIORITÉS, NOTRE TRAJECTOIRE

---

Au-delà des volumes de dons orientés, l'année 2025 a surtout été marquée par une attention constante portée aux leviers qui permettent réellement d'amplifier l'impact de la générosité.

Tout au long de l'année, l'équipe s'est régulièrement posée la question de ce qu'il fallait privilégier, ajuster ou parfois renoncer pour rester alignée avec ce qui produit le plus d'effet réel.



## Ce qui a guidé nos décisions en 2025

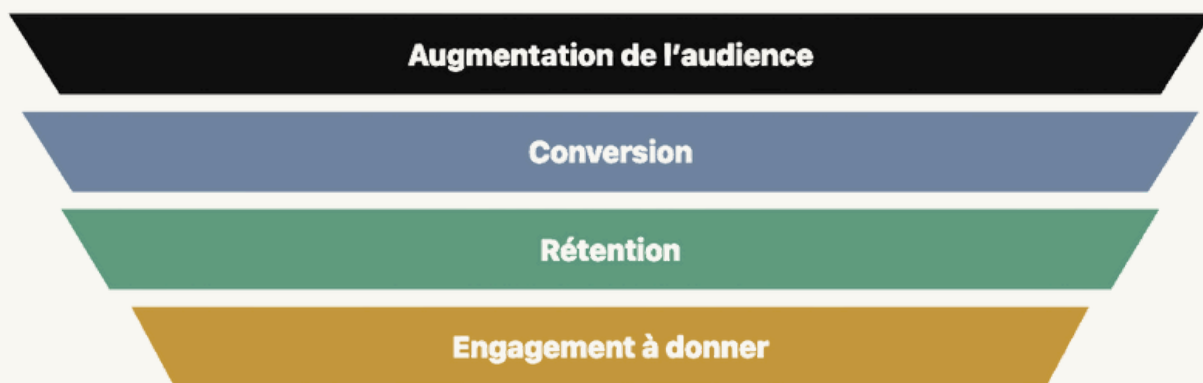
En 2025, nous avons cherché à faire grandir l'impact de la générosité tout en restant fidèles à ce qui fait la singularité de Mieux Donner.

Nos décisions ont été guidées par quelques principes simples :

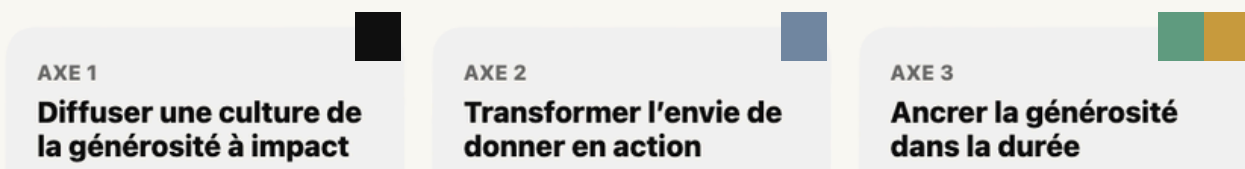
- Agir sans dispersion : concentrer nos efforts sur des leviers identifiés comme réellement utiles, plutôt que multiplier les initiatives au risque de diluer l'impact.
- Construire en avançant : développer nos outils et nos méthodes tout en restant pleinement dans l'action, en acceptant l'itération, l'expérimentation et l'ajustement progressif.
- Apprendre en continu : tester de nouvelles approches, observer leurs effets et améliorer nos pratiques à partir de ce que l'expérience nous apprend.
- Maintenir l'exigence sur l'impact réel : privilégier la qualité des informations, des analyses et des recommandations, même lorsque cela implique de renoncer à des raccourcis.

Ces principes ont structuré l'ensemble de nos choix et des arbitrages opérés tout au long de l'année.

# Les leviers que nous avons activés en 2025



Notre action s'est organisée autour de trois axes stratégiques complémentaires, qui ont guidé l'ensemble de nos décisions opérationnelles, organisationnelles et éditoriales.



## Axe 1 : Faire connaître une générosité à impact

Ce premier axe stratégique de 2025 a porté sur la diffusion d'une culture de la générosité efficace.

Dès le début de l'année, nous avons identifié l'élargissement de notre audience comme une priorité majeure. Cette orientation a guidé une part importante de notre action en 2025, la croissance de l'audience constituant l'un des principaux leviers travaillés pour amplifier l'impact de la générosité.

Cet axe s'est traduit par un ensemble d'actions complémentaires :

- une production régulière de contenus (articles, analyses, ressources pédagogiques), avec un travail spécifique sur le référencement et la visibilité ;
- des contributions éditoriales et des prises de parole publiques, notamment à travers des tribunes et des articles publiés dans des médias nationaux ;
- la participation à des événements et à des temps collectifs (conférences, sommets), visant à inscrire les questions d'impact et d'efficacité de la générosité dans le débat public ;
- l'organisation et l'accompagnement de projets éditoriaux et culturels permettant de toucher de nouveaux publics et de nourrir une réflexion plus large sur la responsabilité liée au don.

Cet axe a parfois impliqué des investissements importants en temps et en énergie, avec des effets attendus sur le moyen et le long terme. Certaines actions ont été menées dans une logique d'impact systémique, même lorsque les retombées directes en termes de dons n'étaient pas immédiates.

Ce que cela a permis en 2025 :

- Renforcement de la visibilité et de la portée de Mieux Donner.
- Publications et prises de parole contribuant au débat public.
- Toucher de nouveaux cercles par des projets éditoriaux et événementiels.

## **Axe 2 : Transformer l'envie de donner en action**

Le deuxième axe stratégique de 2025 a porté sur l'orientation concrète de la générosité et sur la réduction des freins pratiques à l'acte de donner.

Tout au long de l'année, le développement d'une infrastructure de don fiable a constitué une priorité centrale. Dès le début de l'année, nous avons identifié la nécessité de faire évoluer nos outils afin de proposer des parcours plus clairs, plus flexibles et mieux adaptés à la diversité des situations.

Parallèlement à ce travail produit, nous avons continué à orienter la générosité à travers nos recommandations et nos contenus, en reliant les choix proposés aux données disponibles sur l'impact des interventions.

Cet axe a constitué le socle opérationnel de notre action en 2025. Il a mobilisé une part importante de notre énergie, car il conditionne directement notre capacité à orienter des volumes croissants de générosité tout en maintenant un haut niveau de fiabilité et de transparence.

Ce que cela a permis en 2025 :

- Déploiement d'une plateforme de don personnalisée.
- Amélioration des parcours de don et des options proposées.

## **Axe 3 : Ancrer la générosité dans la durée**

L'engagement à donner est un dispositif proposé pour encourager une générosité inscrite dans le temps. Il permet aux personnes qui le souhaitent de formaliser un engagement volontaire, notamment sous la forme d'un engagement à donner 10 % de leurs revenus, ou d'un engagement progressif. En 2025, nous avons poursuivi le développement de ce dernier comme un levier structurant de notre action.

Cet axe repose sur une conviction qui traverse l'ensemble de nos travaux : les effets les plus durables pour les personnes aidées sont rendus possibles lorsque la générosité s'inscrit dans le temps, avec des repères clairs et un engagement suivi.

Tout au long de l'année, nous avons suivi et animé une base de personnes engagées dans cet engagement, en distinguant différentes formes (engagement à 10 % et engagement test). Une attention particulière a été portée à la compréhension des modalités d'engagement, de leur inscription dans la durée et de leur mise en œuvre concrète.

Concrètement, cela s'est traduit par :

- le suivi explicite du nombre de personnes engagées et de l'évolution de leur engagement dans le temps ;
- l'organisation de temps dédiés de rencontre et d'échange (notamment des formats informels de type rencontres ou cafés), visant à maintenir le lien et à nourrir la réflexion collective et permettre à des personnes engagées de partager leurs motivations et de faire circuler la démarche autour d'elles.

Cet axe a été travaillé avec constance, dans une proportion cohérente avec les ressources disponibles. En 2025, l'engagement à donner n'a pas concentré l'essentiel de l'effort opérationnel, mais il a continué à jouer un rôle structurant dans la cohérence de notre modèle et dans la relation que nous entretenons avec les personnes qui donnent.

Ce que cela a permis en 2025 :

- Suivi régulier des engagements avec différents niveaux d'implication.
- Progression continue du nombre de personnes engagées.
- Organisation de temps d'échange dédiés pour maintenir le lien et nourrir la réflexion collective.

**L'engagement  
des 10 %**

# Ce que nous avons concrètement fait en 2025

## Étude de cas 1 : Déployer une nouvelle plateforme de don

**Objectif 2025 :** Améliorer l'expérience de don afin de la rendre plus fluide, plus lisible et plus fiable, tout en posant une infrastructure capable de soutenir une montée en charge future.

### Actions menées

- Conception d'une plateforme de don personnalisée, intégrant la possibilité de répartir un don entre plusieurs organisations.
- Intégration d'options permettant de soutenir volontairement le fonctionnement de Mieux Donner.
- Mise en place d'automatisations post-don (confirmation, suivi, informations d'impact).
- Réalisation d'audits externes de sécurité avant le déploiement.
- Lancement progressif, suivi d'ajustements opérationnels à partir des premiers usages.

### Résultats observés

- Des parcours de don plus clairs et plus sécurisés.
- Une meilleure lisibilité des choix proposés et des flux financiers.
- Une base technique solide pour accompagner l'augmentation des volumes orientés.

### Enseignements

Investir dans des fondations robustes implique des délais et des itérations, mais constitue un prérequis indispensable pour une croissance soutenable.

The screenshot shows a donation interface titled "Soutenez les associations à fort impact". At the top, a progress bar indicates five steps: 1. Association/fonds, 2. Montant du don, 3. Détails de paiement, 4. Détails personnels, and 5. Confirmer le don. Step 1 is currently active. Below the progress bar, the main heading is "Sélectionnez les associations à soutenir". There is a section for "Réduction fiscale" with a toggle switch turned on and the text "Je souhaite bénéficier de la réduction fiscale française et partager mes informations avec l'association". Below this, there is a checkbox for "Fonds pour toutes les associations" which is checked. A list of associations follows, each with a checkbox and a plus sign: "Against Malaria Foundation", "Centre pour la Sécurité de l'IA", "Good Food Institute", and "Helen Keller Europe". A "Suivant" button is located at the bottom right of the form.

## Étude de cas 2 : Franchir le cap du million d'euros orientés

**Objectif 2025 :** Augmenter les montants orientés par Mieux Donner, tout en restant attentifs à la manière dont ces dons sont réalisés.

### Actions menées

- Suivi régulier des montants orientés tout au long de l'année.
- Attention portée à la part des dons récurrents et à la structure des contributions.
- Analyse continue de la nature des flux, au-delà du montant global.

### Résultats observés

- Franchissement progressif de plusieurs seuils symboliques.
- Dépassement du cap du million d'euros cumulés orientés.
- Une montée en puissance portée à la fois par des dons réguliers et des contributions ponctuelles significatives.

### Enseignements

Le cap du million d'euros orientés en 2025 est une étape importante pour Mieux Donner. Il montre que de plus en plus de personnes choisissent d'orienter leur générosité vers des organisations dont l'impact est reconnu. Ce qui compte, ce n'est pas seulement le chiffre, mais ce qu'il représente : des ressources qui vont là où elles peuvent réellement améliorer des vies. En suivant les montants dans le temps et la manière dont ils sont constitués (dons réguliers, engagements dans la durée, contributions ponctuelles), nous pouvons mieux comprendre comment la générosité se construit et comment elle peut continuer à grandir de façon saine et utile.



**1030455 €**  
Argent collecté

au 29 janvier 2026

NOTRE IMPACT

**250233**  
Personnes aidées

**1019358**  
Animaux aidés

**97860**  
Tonnes de CO2 évitées

## Étude de cas 3 : Contribuer au débat public sur l'aide internationale

**Objectif 2025 :** Apporter une contribution argumentée et accessible aux débats publics sur l'efficacité et l'allocation de l'aide internationale.

### Actions menées

- En 2025, Mieux Donner ne s'est pas limité à publier des analyses : l'équipe a cherché à faire entrer ces questions là où elles peuvent avoir un effet concret.
- Cela s'est traduit notamment par :
- une collaboration avec différentes équipes au sein du ministère de l'Europe et des Affaires étrangères autour des enjeux d'impact de l'aide publique au développement ;
- la participation à des échanges et rédaction d'un rapport visant à mettre en perspective les choix budgétaires et leurs conséquences humaines ;
- une invitation à l'Assemblée nationale ;
- la production d'analyses et de notes permettant d'alimenter ces discussions avec des données et des comparaisons issues de la recherche.

### Résultats observés

- Renforcer la visibilité et la crédibilité de Mieux Donner comme interlocuteur sérieux sur les questions d'efficacité de l'aide internationale ;
- Inscrire les travaux de l'association dans des espaces de décision et de débat qui dépassent largement le cadre de son activité directe de recommandation de dons.

### Enseignements

Certaines actions relèvent d'un impact systémique : leurs effets sont indirects et différés, mais potentiellement déterminants à long terme.



**Nouvel Obs**

**Tribune**

**Fraternité, sécurité, influence : trois raisons de sauver l'aide publique au développement**

Collectif

Publié le 6 novembre 2025 à 17h30, mis à jour le 25 novembre 2025 à 15h59 | Lecture : 4 min.

L'aide publique au développement est en crise, marquée par une baisse globale des financements. Celle de la France n'est pas épargnée. Des parlementaires appellent, au-delà des clivages, le gouvernement à ne pas sacrifier cet outil de solidarité.

## Étude de cas 4 : Toucher de nouveaux cercles par des projets éditoriaux et événementiels

Objectif 2025 : Élargir les cercles exposés aux enjeux de la générosité et de l'impact réel.

### Actions menées

- Conception et accompagnement de projets éditoriaux.
- Organisation et participation à des événements favorisant la rencontre entre différents écosystèmes.
- Création d'espaces de discussion autour de la responsabilité liée au don.

### Résultats observés

- Élargissement des publics touchés par les travaux de Mieux Donner.
- Renforcement de la crédibilité et de la capacité de dialogue avec des acteurs variés.

### Enseignements

Les projets à forte intensité relationnelle et éditoriale demandent des arbitrages clairs, mais jouent un rôle clé dans la diffusion des idées.



# MESURER CE QUI COMPTE



L'impact de Mieux Donner en 2025 se mesure à la fois dans les sommes orientées, l'engagement des personnes, l'influence culturelle et l'écosystème de la générosité. Cette section présente les résultats observables, en combinant plusieurs dimensions complémentaires.

## La communauté Mieux Donner

En 2025, Mieux Donner a accompagné 398 personnes et structures qui donnent, dont 269 ont contribué à hauteur d'au moins 100 €. Cette communauté se caractérise par une grande diversité de parcours, de situations et de manières de s'engager dans la générosité.

### Une générosité qui s'inscrit dans le temps

Un premier groupe est composé de personnes qui ont fait le choix de s'engager dans la durée aux côtés de Mieux Donner.

#### Parmi les personnes ayant donné en 2024

**58 %**

68 personnes donnent toujours  
(sur 117 donateurs actifs en 2024)

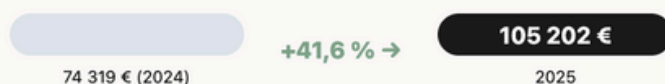


**71 %**

53 personnes donnent toujours 100 € ou plus  
(sur 75 donateurs à 100 €+ en 2024)



Leur contribution est en hausse



## Une générosité qui s'élargit

2025 a été marquée par une forte ouverture à de nouveaux cercles.

- 330 nouvelles personnes ont donné pour la première fois via Mieux Donner,
- dont 209 à hauteur d'au moins 100 €.

Ces nouvelles personnes sont arrivées par des canaux variés : recherche en ligne, médias, réseaux sociaux, recommandations, ou cercles déjà sensibilisés à l'impact. Elles représentent à la fois un élargissement de la communauté et une part importante de la dynamique de croissance de l'année.

■ Nouvelles personnes ■ Dons ≥ 100 € ■ Dons < 100 €

Nouvelles personnes

330

Dons ≥ 100 €

209

Dons < 100 €

121

## Des parcours de générosité tous différents

La générosité orientée par Mieux Donner ne repose pas sur un seul type de profil de dons ni sur un petit nombre de grandes contributions. Elle est le résultat d'une combinaison de milliers de décisions individuelles, de dons réguliers, et de quelques engagements très significatifs, qui, ensemble, créent un effet de levier important.



39,5 %

dons supérieurs à 100 000 €

28,4 %

dons entre 10 000 € et 100 000 €

24,4 %

dons entre 1 000 € et 10 000 €

7,7 %

dons inférieurs à 1 000 €

Autrement dit, plus de 60 % des montants proviennent de dons individuels importants. Mais près d'un tiers des fonds vient aussi d'une centaine de dons intermédiaires, et une part non négligeable repose sur de petites contributions, souvent récurrentes.

## Des profils de générosité très différents

### Profil 1 : Une personne qui travaille dans le domaine de la santé et qui souhaite structurer sa générosité



Elle est médecin et gère son propre centre médical. Après avoir découvert les principes de l'altruisme efficace, elle souhaite utiliser une part significative de ses revenus pour aider le plus possible à découvrir de données, à chercher à comprendre où son argent pouvait aider le plus et soutenir des organisations sélectionnées pour leur impact.

### Profil 2 : Une personne qui reçoit un héritage ou une avance sur héritage et veut en faire quelque chose d'utile



D'autres personnes reçoivent un héritage ou un avantage patrimonial. Plutôt que de l'utiliser uniquement pour elles-mêmes, elles choisissent d'en consacrer une part importante à des causes capables de produire un impact réel, parfois à une échelle qu'elles n'auraient jamais pu atteindre autrement.

### Profil 3 : Une personne qui donne des parts ou des actions



Certaines personnes reçoivent des parts d'entreprise ou des actions dans le cadre de leur travail. Lorsque ces titres prennent de la valeur et sont liquidés, elles choisissent parfois de donner une partie ou la totalité de cette somme, considérant que cet argent peut produire bien plus d'effet s'il est orienté vers des organisations très efficaces que s'il est conservé à titre personnel.

### Profil 4 : L'entreprise sérieusement engagée.



L'entreprise, à travers ses propres produits, cherche déjà à contribuer positivement au monde de la santé. Elle a choisi d'aller plus loin en consacrant une partie de ses revenus à des organisations dont l'efficacité est démontrée, afin d'inscrire sa générosité dans une démarche cohérente, durable et réellement utile pour les personnes aidées.

### Profil 5 : La personne issue des milieux scientifiques ou universitaires



Formée ou sensible à l'analyse et à l'évaluation, cette personne est déjà convaincue que tous les dons ne se valent pas. Elle utilise Mieux Donner pour orienter ses contributions vers les organisations dont l'efficacité est étayée par la recherche, et pour suivre ses dons dans le temps.

### Profil 6 : L'ingénieure à hauts revenus



Cette personne occupe un poste très qualifié dans un secteur technique ou scientifique, avec des revenus élevés et une capacité d'épargne importante. Elle souhaite mettre une partie de ses ressources au service de causes qui ont un impact réel. Mieux Donner lui apporte des repères, des comparaisons et un cadre pour transformer une capacité financière importante en une générosité cohérente et utile.

# Des ressources orientées vers là où elles comptent le plus

## Montants orientés

En 2025, Mieux Donner a permis de collecter 944 753€ nous permettant d'orienter depuis sa création 1 019 112 € vers des organisations sélectionnées pour leur capacité démontrée à produire un impact réel et mesurable.

Ces fonds ont été intégralement reversés aux organisations soutenues, sans aucune commission ni prélèvement, conformément au modèle de séparation stricte entre les flux de dons et le fonctionnement de l'association.

Les montants orientés incluent à la fois les dons effectués directement via notre plateforme de paiement et ceux que Mieux Donner a contribué à orienter, même lorsqu'ils n'ont pas transité par notre compte bancaire.

Cela concerne notamment :

- des dons effectués par virement, chèque ou autres modalités hors plateforme ;
- des dons réalisés depuis l'étranger, lorsque le dispositif fiscal français n'était pas applicable ;
- des situations où des personnes ont rencontré des difficultés avec le formulaire de don ;
- des contributions effectuées via des structures propres aux personnes qui donnent (fonds de dotation, fondations abritées, etc.).

Cette approche permet de refléter plus fidèlement l'impact réel de Mieux Donner : non seulement l'argent qui transite par nos outils, mais surtout l'argent dont la trajectoire a été influencée par nos analyses, nos recommandations et notre accompagnement.



Chez Mieux Donner, notre objectif n'est pas de collecter le plus d'argent possible, mais de produire le plus grand impact possible. Notre approche s'appuie sur des données scientifiques, mais elle n'est ni froide, ni abstraite : elle est avant tout guidée par une intention simple et profondément humaine, celle d'aider le plus possible, là où chaque euro peut réellement faire la différence. Se concentrer sur les associations au plus fort potentiel d'impact, ce n'est pas réduire la générosité à des chiffres, c'est au contraire chercher à transformer chaque don en effets concrets pour les personnes, les animaux et les causes qui en ont le plus besoin.

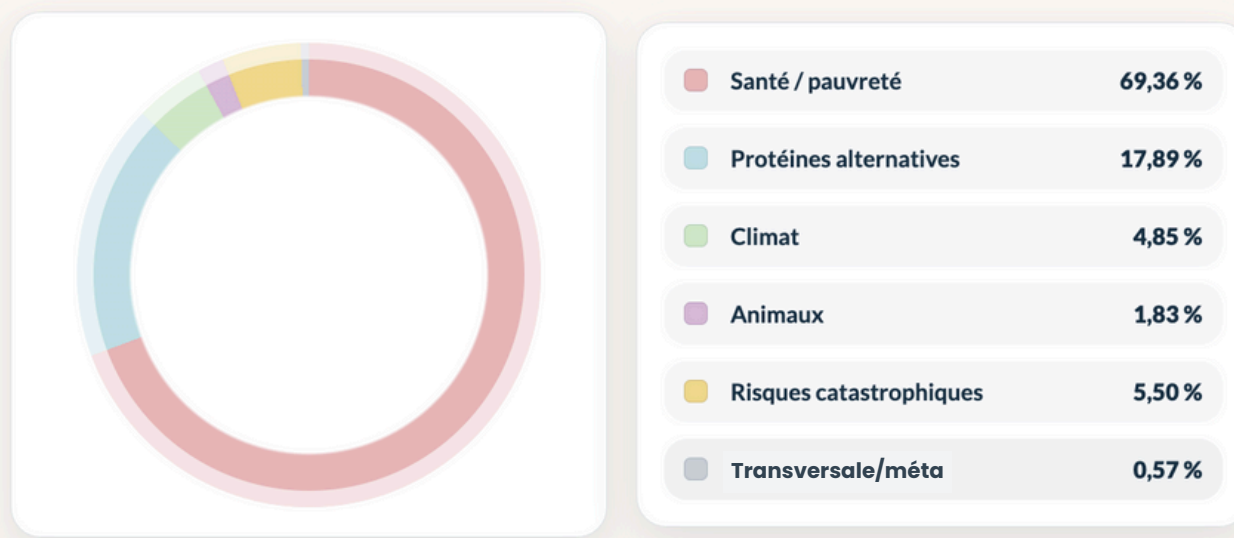
Romain Barbe - Fondateur de Mieux Donner

## Répartition des montants orientés par organisation

Organisation	Part	Total orienté
<b>Against Malaria Foundation France</b>	24,78 %	252 543,57 €
<b>Helen Keller International</b>	35,07 %	357 429,63 €
<b>Good Food Institute</b>	17,89 %	182 280,70 €
<b>Centre pour la Sécurité de l'IA</b>	4,49 %	45 799,69 €
<b>Clean Air Task Force</b>	2,42 %	24 655,35 €
<b>New Incentives</b>	1,42 %	14 462,47 €
<b>The Humane League</b>	1,02 %	10 437,24 €
<b>Fonds pour la Préservation de l'Avenir</b>	1,01 %	10 283,35 €
<b>Autres organisations</b>	11,32 %	115 392,39 €
<b>Total</b>	<b>100 %</b>	<b>1 019 111,56 €</b>

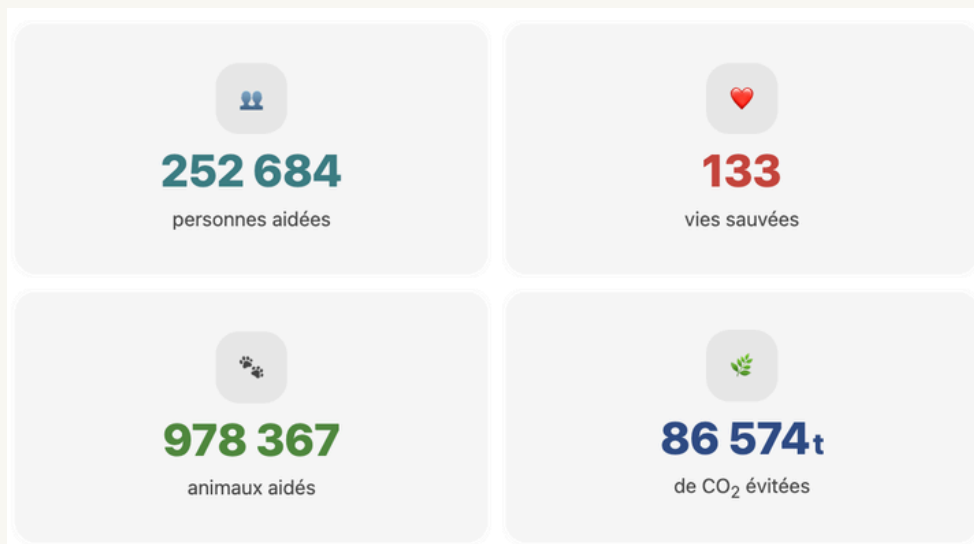
## Répartition des montants par grandes causes

Mieux Donner concentre volontairement son action sur un nombre restreint de causes pour lesquelles nous avons des raisons solides de penser que l'impact positif par euro donné est le plus élevé. Cette priorisation repose sur les mêmes critères que ceux utilisés pour la sélection des associations recommandées.



## Ce que ces fonds ont permis en pratique

À partir des données des évaluateurs internationaux partenaires et des méthodes d'estimation d'impact utilisées, les fonds orientés permettent d'estimer les effets suivants :



Ces chiffres donnent un ordre de grandeur des effets produits par la générosité orientée via Mieux Donner. Ils permettent de dépasser une vision purement financière du don pour se concentrer sur ce qui compte réellement : les conséquences concrètes pour les personnes, les animaux et les écosystèmes.

Ces chiffres sont issus d'analyses cout efficacité les plus rigoureuses possibles et en voulant prudemment représenté l'impact réel, Les estimations sont disponibles sur les pages des associations.

## Diffusion des idées et visibilité publique

L'impact de Mieux Donner ne se limite pas aux dons. Il inclut aussi la diffusion d'idées, la mobilisation d'un débat structuré sur la générosité efficace et l'influence sur les discours autour de la générosité.

### Visibilité dans la presse

En 2025, Mieux Donner a bénéficié d'une présence régulière dans la presse nationale et spécialisée, contribuant à faire émerger dans le débat public une approche plus exigeante et plus informée de la générosité.

Ces prises de parole ont permis de porter des messages clés sur l'efficacité du don, le rôle de la recherche et des données dans les choix de générosité, ainsi que sur les enjeux géopolitiques, humanitaires et environnementaux liés à l'allocation des ressources.

Elles ont également renforcé la crédibilité de Mieux Donner en tant qu'acteur de référence sur les questions de générosité efficace et d'impact.

Les médias qui ont relayé ces travaux incluent notamment La Tribune, Le Nouvel Obs, Maddyness, Le Nouvel Économiste et L'Express, touchant des publics variés : décideurs économiques, monde académique, entrepreneurs, responsables publics et citoyens engagés.

### **Principales publications en 2025 :**



« Nous pouvons sauver 100 fois plus de vies sans donner un euro de plus »

*La Tribune*, 17 décembre 2025

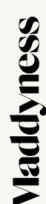
Tribune appelant à repenser la manière dont les ressources de la générosité sont orientées à l'aune de leur impact réel.



« Fraternité, sécurité, influence : trois raisons de sauver l'aide publique au développement »

*Le Nouvel Obs*, 6 novembre 2025

Analyse des enjeux stratégiques, humanitaires et géopolitiques liés à l'aide internationale.



« Néobanques vertes : entre greenwashing et levier d'impact, comment faire les bons choix pour l'environnement ? »

*Maddyness*, 30 juillet 2025

Décryptage des offres financières "vertes" et de leur potentiel réel pour la transition écologique.



« Pour une réforme de l'aide internationale de la France »

*Le Nouvel Économiste*, 13 mai 2025

Tribune plaidant pour une refonte des politiques d'aide fondée sur l'efficacité et l'impact.



« Altruisme efficace : quand la générosité rencontre la rationalité »

*La Jaune & La Rouge*, février 2025

Article présentant les principes de l'altruisme efficace et leur application à la générosité.



« Retrait des États-Unis de l'OMS : 12 000 vies en jeu dès 2026 ? »

*Le Nouvel Économiste*, 24 janvier 2025

Analyse des conséquences humaines et sanitaires de décisions politiques internationales.



Comment savoir à qui donner ? Nos conseils pour être généreux et efficace, par Franck Ramus

*L'Express*, article mis à jour décembre 2025

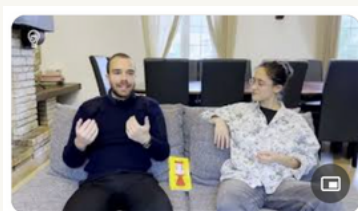
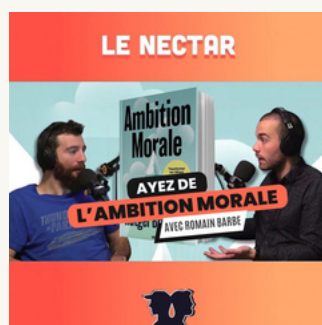
## Podcasts

En 2025, Mieux Donner a été invité et mis en avant dans plusieurs formats audiovisuels diffusés sur des plateformes grand public, contribuant à élargir la diffusion de ses idées et à rendre accessibles les enjeux de la générosité éclairée.

Ces interventions publiées sur YouTube et Spotify ont permis de présenter la démarche de Mieux Donner, ses principes et ses méthodes dans des formats longs et conversationnels, propices à l'approfondissement et au partage.

Ces formats abordent les questions de générosité, d'impact des dons et de prise de décision, et permettent de développer la vision portée par Mieux Donner sur l'importance de s'appuyer sur des données, des comparaisons et une réflexion éthique pour orienter ses choix.

Ils constituent un levier important de visibilité et de pédagogie, en complétant les contenus écrits et les prises de parole dans la presse, et en contribuant à faire circuler une approche plus réfléchie et plus exigeante de la générosité auprès de publics variés.



## Événements & Interventions

En 2025, Mieux Donner a aussi investi le terrain des événements, prises de parole et formats publics pour faire connaître la générosité efficace et rendre ses idées accessibles à de nouveaux publics.

### Promotion du livre *Moral Ambition* de Rutger Bregman

L'un des temps forts de l'année a été l'accompagnement du lancement français du livre « *Ambition Morale* » de Rutger Bregman en septembre.

En seulement dix jours, l'équipe a organisé un événement de lancement sur une péniche à Paris, avec :

- l'envoi d'environ 120 invitations et livres à des journalistes, créateurs de contenus et personnalités,
- 25 demandes de livres presse,
- 30 personnes présentes à l'événement, principalement des profils entrepreneurs et acteurs du secteur associatif.

Même si cet événement n'avait pas pour objectif de générer des dons, il a joué un rôle structurant pour Mieux Donner : il a permis de faire connaître l'ambition morale et les principes de la générosité efficace auprès d'un public plus large et plus diversifié. Il a constitué un temps fort pour diffuser ces idées auprès des médias, de personnes prescriptrices et du secteur associatif, et pour inscrire Mieux Donner dans un écosystème de réflexion et d'action autour de l'impact réel.

L'événement a aussi donné lieu à plusieurs publications éditoriales (résumé du livre, citations, compte rendu de l'événement) sur le site de Mieux Donner, renforçant son rôle de référence francophone sur ces sujets.



## Sommet de l'altruisme efficace

L'altruisme efficace est un mouvement qui cherche à combiner compassion, raison et données scientifiques pour déterminer les moyens les plus efficaces d'aider les autres avec les ressources disponibles.

Il s'attache à poser des questions concrètes sur l'impact réel des interventions, en se fondant sur des preuves et non uniquement sur l'intention ou la notoriété ; il vise à orienter les ressources vers les actions qui produisent le plus de bien possible, toutes causes confondues.

Dans ce contexte, Mieux Donner a participé en 2025 au Sommet de l'Altruisme efficace, un événement rassemblant des personnes et des groupes intéressés par ces approches.

Cette présence a permis à Mieux Donner de :

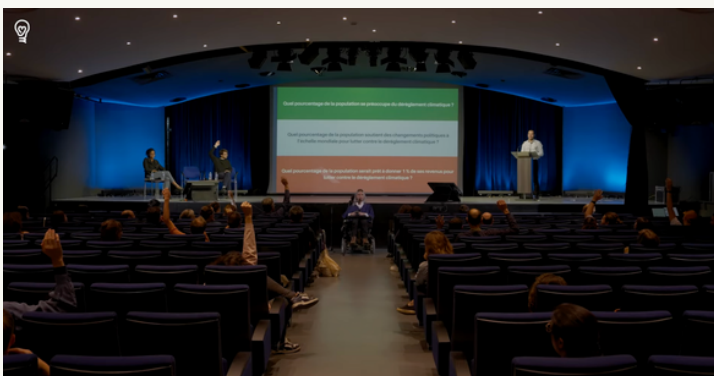
- renforcer sa visibilité comme acteur engagé dans la réflexion sur l'impact des dons ;
- inscrire l'association dans les échanges et les dynamiques d'un écosystème francophone structuré autour de ces enjeux ;
- contribuer à faire connaître davantage l'approche fondée sur les preuves auprès d'un public déjà sensibilisé ou en voie de l'être, en complément des ressources, des contenus et des outils déjà disponibles.

Ce type de participation ne se limite pas à une représentation symbolique : il permet de diffuser des idées, d'alimenter des discussions et d'élargir les réseaux de collaboration autour de la générosité et de l'impact réel.



De gauche à droite :

- *Ombline Planes, Directrice de la Communication Mieux Donner*
- *Loïc Watine, chez IPA (Innovations for Poverty Action), veille à ce que les politiques de lutte contre la pauvreté s'appuient sur ce qui marche vraiment.*
- *Samuel Dupret, au Happier Lives Institute, évalue l'efficacité des interventions et associations sur le bien-être.*
- *Juliette Finetti, chez LEEP, oriente des actions concrètes pour éliminer l'exposition au plomb dans les pays à revenu faible et intermédiaire.*



Écologie efficace - Table Ronde avec Romain Barbe



Les dons, moteur caché de l'impact par Romain Barbe



Pauvreté, santé et bien-être : agir efficacement - Table ronde avec Romain Barbe

## **Webinaires et formats pédagogiques**

Plusieurs webinaires ont été organisés au cours de l'année, notamment :

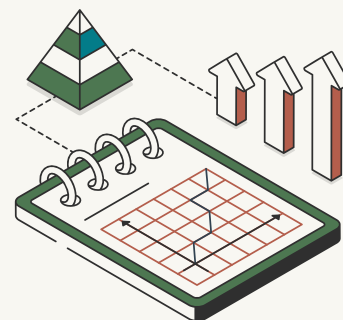
- un webinaire sur la réduction d'impôt et parler de générosité,
- des webinaires autour du don efficace et de l'engagement à donner.

Ces formats ont été utilisés comme outils de pédagogie, de conversion et de fidélisation, notamment auprès de signataires d'un engagement à donner et des personnes déjà intéressées par l'impact.

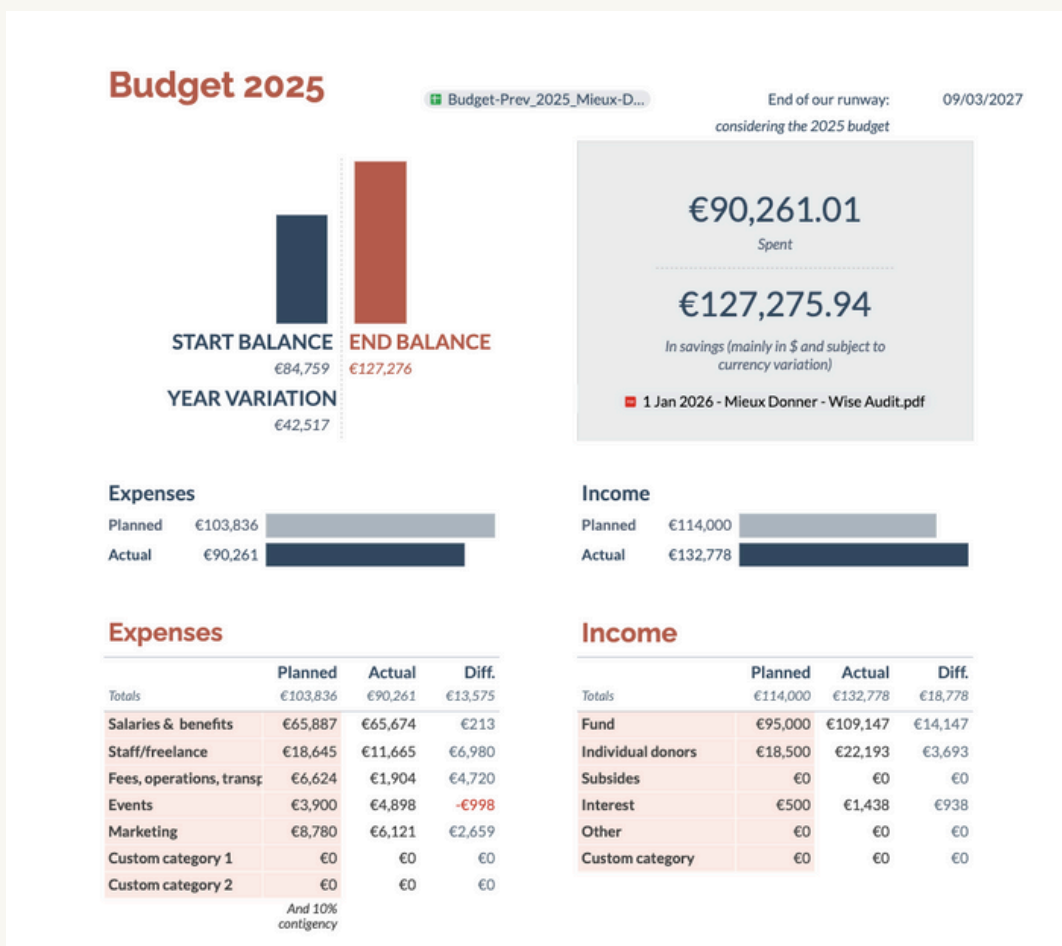
# RESSOURCES FINANCIÈRES ET LEVIER D'IMPACT

L'année 2025 marque une étape importante dans la consolidation financière de Mieux Donner.

L'association a réussi à combiner un soutien institutionnel structurant avec une progression des contributions individuelles, tout en maintenant une gestion rigoureuse et prudente de ses ressources.



Au 1er janvier 2025, Mieux Donner disposait de 84 759 € de trésorerie. Au 31 décembre 2025, cette trésorerie s'élève à 127 276 €, soit une augmentation nette de 42 517 € sur l'exercice permettant de préparer le croissance de l'équipe. Cette évolution positive traduit à la fois la confiance des financeurs, la discipline budgétaire de l'équipe et la solidité du modèle économique.



## Origine des ressources

En 2025, Mieux Donner a mobilisé 132 778 € de ressources, un niveau supérieur aux prévisions initiales.

Origine des ressources	Montant
Fondations et fonds	109 147€
Contributions individuelles	22 193€
Produits financiers (intérêts)	1 438€
Total	132 778€

Les fondations et fonds philanthropiques constituent le socle principal de financement de Mieux Donner. Ils assurent la capacité de l'association à investir dans ses outils, sa recherche et son équipe, tout en préservant son indépendance vis-à-vis des organisations soutenues. Les deux plus gros financeurs sont des soutiens autour de l'incubateur Ambitious Impact avec leur Seed grant qui nous a permis de nous lancer, ainsi que Coefficient Giving.

Les contributions individuelles représentent une part croissante des ressources. Bien qu'elles demeurent minoritaires en volume, elles jouent un rôle stratégique : elles traduisent l'adhésion des personnes accompagnées à la mission de Mieux Donner et renforcent la légitimité du modèle.

Les produits financiers, issus de la gestion de la trésorerie, complètent ces ressources et contribuent à la stabilité de l'association.

## Emploi des ressources

Les emplois de ressources en 2025 se sont élevés à 90 261 €, soit un niveau inférieur au budget initial, pouvant s'expliquer car ce budget une marge de 10 %. Cette maîtrise des dépenses et les soutiens reçus ont permis de dégager de renforcer la trésorerie.

Emploi des ressources	Montant
Salaires et charges sociales	65 674€
Prestataires et freelances	11 665€
Outils, marketing et communication	6 121€
Événements et déplacements	4 898€
Frais opérationnels	1 904€
<b>Total</b>	<b>90 261€</b>

L'essentiel des ressources est consacré aux ressources humaines. Ce choix reflète la nature du modèle de Mieux Donner : une organisation fondée sur l'analyse, la production de connaissances, l'accompagnement et la diffusion d'idées, qui repose avant tout sur l'expertise de son équipe.

Les dépenses liées aux prestataires et aux outils numériques permettent de soutenir la plateforme de don, la sécurité des paiements, les outils de suivi et la production de contenus.

Les événements et déplacements contribuent quant à eux à la dynamique de communauté, aux échanges stratégiques et à la visibilité de Mieux Donner.

La différence entre les ressources et les emplois fait apparaître un excédent de 42 517 €, qui a permis de renforcer la trésorerie et d'améliorer la visibilité financière de l'association pour l'année à venir.

*Mieux Donner ne prévoit pas d'accumuler des fonds inutilement dans sa trésorerie, surtout en prenant en compte que certaines associations en ont besoin dès maintenant pour faire une grande différence. Nous visons à avoir suffisamment de fonds pour les 6 à 18 prochains mois. Les dépenses de 2026 vont être plus élevées que celles de 2025 et la trésorerie nous prépare à l'année à venir, avec notamment des potentiels recrutements.*

# Le Giving Multiplier de Mieux Donner

Le Giving Multiplier est une manière de regarder l'impact qu'a une organisation comme Mieux Donner. Les différentes organisations de promotion des dons efficaces l'utilisent. Le rapport de Founders Pledge a défini les principales méthodes de mesures et Giving What We Can propose des outils sur le sujet que nous utilisons.

Mieux Donner est une association indépendante dont la mission est d'orienter la générosité afin que les ressources disponibles soient dirigées vers les organisations capables de produire le plus d'impact réel possible.

Dans ce cadre, le budget de fonctionnement de l'association ne constitue pas, à lui seul, un indicateur pertinent de son impact. L'enjeu central est plutôt de mesurer dans quelle mesure l'existence et l'action de Mieux Donner permettent de déplacer des flux financiers vers des organisations hautement efficaces, comparativement à ce qui se serait produit en son absence.

C'est précisément ce que vise à mesurer le giving multiplier : ***combien d'euros sont orientés vers des causes à fort impact, de manière réellement attribuable à Mieux Donner, pour chaque euro investi dans son fonctionnement ?***

Cette évaluation couvre l'année civile 2025 et a pour objectif :

- de fournir une information transparente sur l'efficacité de Mieux Donner ;
- de documenter les hypothèses utilisées ;
- de permettre une lecture critique et responsable de cet indicateur.

## Pourquoi mesurer un giving multiplier

Le giving multiplier est un indicateur de levier de générosité. Il permet d'évaluer la capacité d'une organisation à générer un flux financier bien plus important vers des organisations à fort impact.

Contrairement à des indicateurs purement financiers ou comptables, le giving multiplier :

- prend en compte la notion de contrefactuel (1) ;
- considère l'efficacité des associations vers lesquelles les dons ont été orientés.

Il ne s'agit donc pas de mesurer « tout l'argent qui passe », mais l'argent dont la trajectoire a été modifiée par l'existence de Mieux Donner.

*(1) Un don n'a de valeur stratégique que s'il est contrefactuel : c'est-à-dire s'il n'aurait pas eu lieu, ou pas de cette manière, sans Mieux Donner.*

*Cela inclut notamment :*

- des dons déclenchés par les recommandations,
- des dons redirigés vers des organisations plus efficaces,
- des engagements structurés.

## Résultats clés

**En 2025, le montant de dons orientés vers des organisations à très fort impact pour chaque euro investi dans le fonctionnement de Mieux Donner est de 10,5.**

**Notre giving multiplier contrefactuel le plus probable est estimé entre 5,3 et 6,2, selon la méthode de calcul retenue.**

La première estimation (5,3) prend en compte l'ensemble des dons orientés par l'association sur la période évaluée, ajustés de leur impact, sans distinguer les dons issus d'engagements à long terme des autres dons. Elle ne tient pas compte de la valeur future des engagements acquis durant l'année, ceux-ci étant intégrés dans les évaluations d'impact des années suivantes.

La seconde estimation (6,2) intègre explicitement les engagements à donner dans la théorie de l'impact de Mieux Donner. Elle combine les dons effectivement réalisés hors engagements et la valeur estimée sur le long terme des engagements acquis durant la période. Cette méthode cherche notamment à exclure les dons qui auraient été comptabilisés deux fois en séparant les dons des personnes déjà engagées et ceux réellement générés par l'action de l'association.

**En 2025, chaque euro investi dans Mieux Donner a permis de générer entre 5,3 € et 6,2 € de dons supplémentaires vers des organisations à fort impact qui n'auraient pas existé sans son action.**

## Ajustement du contrefactuel

Une part des dons orientés aurait pu avoir lieu même en l'absence de Mieux Donner. L'objectif de l'évaluation est donc d'estimer quelle proportion des montants orientés n'aurait pas existé, ou n'aurait pas été orientée vers ces organisations, sans son intervention.

Cet ajustement vise à mesurer la part des fonds réellement transférés qui l'ont été de manière contrefactuelle, c'est-à-dire spécifiquement grâce à l'influence de Mieux Donner.

Concrètement, il s'agit d'estimer la part des dons qui :

- n'auraient probablement pas eu lieu,
- ou n'auraient pas été orientés vers ces mêmes organisations,

en l'absence de Mieux Donner.

Cette proportion est ensuite appliquée au montant total des fonds orientés afin d'estimer le volume de dons réellement attribuable à l'action de l'association.

L'estimation repose notamment sur :

- l'origine déclarée ou observée de la découverte de Mieux Donner (recherche en ligne, événements, médias, GiveWell, etc.) ;
- des échanges structurés avec les individus derrière les principales contributions ;
- un questionnaire adressé aux personnes ayant donné en 2025.



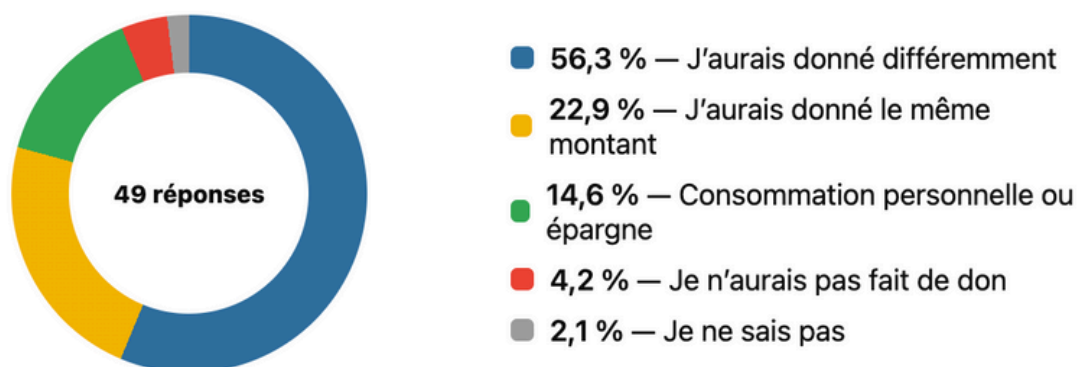
Nous avons envoyé un questionnaire visant à évaluer notre impact à 116 personnes ayant donné en 2025. Ces personnes ont été sélectionnées par tirage au sort avec une probabilité proportionnelle aux montants donnés.

Cet échantillon représente moins de 30 % des individus, mais plus de 98 % des montants orientés sur l'année.

Ce choix méthodologique visait initialement à favoriser l'implication des personnes ayant le plus contribué. Avec le recul, cette approche s'est révélée peu pertinente : une diffusion plus large du questionnaire aurait sans doute été préférable.

Au total, nous avons recueilli 49 réponses, après une relance personnalisée auprès des personnes ayant donné plus de 1 000 €.

Réponses à la question : « Quelle option décrit le mieux ce que vous auriez probablement fait de l'argent que vous nous avez donné si vous n'aviez pas rencontré Mieux Donner ? »



Les réponses au questionnaire, combinées aux entretiens structurés, couvrent près de 80 % des montants orientés. Cet échantillon permet donc d'obtenir une vision significative des comportements de don.

Deux biais principaux peuvent néanmoins être identifiés :

- les dons les plus élevés sont surreprésentés dans l'échantillon ;
- les personnes déjà proches de la communauté de l'altruisme efficace ont davantage répondu.





## Impact de la réduction fiscale

Un tiers des répondants déclare appliquer pleinement l'effet de triplement des dons permis par la réduction fiscale. Un autre tiers indique augmenter ses dons de 50 à 100 %, et le dernier tiers de 10 à 50 %, voire pas du tout.

Selon les réponses déclaratives, la réduction fiscale permettrait d'augmenter les dons d'environ 90 %. Ce chiffre doit toutefois être interprété avec prudence : l'audience ayant répondu au questionnaire est probablement plus rationnelle et plus orientée vers l'efficacité que la population générale.

Cinq personnes ont indiqué qu'elles auraient donné le même montant et de la même manière, tout en reconnaissant avoir été influencées par la réduction fiscale (n = 5). Elles semblaient bien connaître les seules associations auxquelles elles auraient pu donner tout en bénéficiant de cet avantage.

Une partie de l'impact contrefactuel de Mieux Donner est ainsi liée au fait que l'association facilite l'accès à la réduction fiscale pour soutenir des organisations efficaces.

### Influence de la réduction fiscale sur le montant des dons

Réponses à la question : « Dans quelle mesure la réduction d'impôt a-t-elle influencé le montant que vous avez donné ? »



- 31,3 % — L'avantage fiscal m'a conduit à tripler le montant de mon don (tout en conservant le même coût)
- 31,3 % — L'avantage fiscal a fortement augmenté le montant de mon don (50 à 100 % de plus)
- 14,6 % — L'avantage fiscal a eu une influence significative sur le montant de mon don (10 à 50 % de plus)
- 14,6 % — Je n'ai pas bénéficié d'une réduction fiscale
- 8,3 % — L'avantage fiscal n'a eu aucune influence sur le montant de mon don





## Connaissance d'organisations mettant en avant Mieux Donner

GiveWell, Giving What We Can et Altruisme Efficace France mettent en avant Mieux Donner sur leurs sites internet. 80,000 Hours met également en avant GiveWell et Giving What We Can. Ces quatre sources ont été citées comme moyens de découverte de Mieux Donner ; nous avons donc évalué le niveau de familiarité des répondants avec ces organisations.

70 % des personnes interrogées sont capables de décrire au moins l'une de ces organisations, avec environ 20 % déclarent avoir déjà interagi régulièrement avec elles.

Les personnes ont toutefois tendance à surestimer leur niveau de connaissance. Une organisation fictive aurait également suscité des réponses de type « je connais de nom ». Nous considérons donc que les réponses « je ne connais pas » et « je connais de nom » sont relativement proches en termes de niveau réel de familiarité. Par ailleurs, certaines personnes connaissent ou peuvent décrire ces organisations uniquement parce que Mieux Donner les leur a fait découvrir. Cette question ne permettait pas de distinguer clairement ce cas de figure.

Enfin, il est intéressant de noter que parmi les personnes qui connaissaient déjà ou pouvaient décrire ces organisations avant de découvrir Mieux Donner, certaines estiment néanmoins que, sans l'existence de Mieux Donner, elles n'auraient pas donné à des associations hautement efficaces. Cela montre que le fait de connaître GiveWell ou des organisations similaires n'est pas un critère suffisant pour évaluer le caractère contrefactuel d'un don.

### GiveWell, Giving What We Can, Altruisme Efficace France et 80,000 Hours

■ Je ne connais pas   
 ■ Je connais de nom   
 ■ Je peux les décrire   
 ■ J'ai déjà interagi par le passé  
■ J'interagis régulièrement





## Connaissance la plus approfondie parmi GiveWell, GWWC, AEF et 80,000 Hours



- Je peux les décrire – 47,8 %
- Je connais de nom – 19,6 %
- J'interagis régulièrement (newsletter, événements...) – 15,2 %
- J'ai déjà interagi par le passé – 6,5 %
- Je ne connais pas – 10,9 %

### Dons aux associations non recommandées

Une partie des personnes accompagnées par Mieux Donner auraient orienté leurs dons vers des associations efficaces même en l'absence de Mieux Donner. D'autres n'auraient tout simplement pas donné sans son existence. Certaines, au contraire, ont augmenté les montants qu'elles consacraient déjà à des organisations efficaces grâce à l'accompagnement proposé.

Mais une part des réponses indique également avoir donné à Mieux Donner à la place d'autres associations qu'elles envisageaient de soutenir, certaines personnes auraient consacré l'intégralité de ces montants à des organisations non recommandées.

En moyenne, les personnes interrogées estiment que 20 % de leurs dons auraient été redirigés vers des associations non recommandées. Lorsque l'on pondère cette estimation par les montants effectivement donnés, ce chiffre atteint 29 % des fonds collectés par Mieux Donner.

Il convient alors de déduire l'impact qu'auraient eu ces dons alternatifs. Mieux Donner met régulièrement en avant le fait que soutenir les organisations les plus efficaces permet d'obtenir jusqu'à 100 fois plus d'impact. Le Happier Lives Institute, dans son rapport national sur le bonheur, évoque même des écarts pouvant atteindre un facteur 1 000 lorsque l'on compare différentes causes.

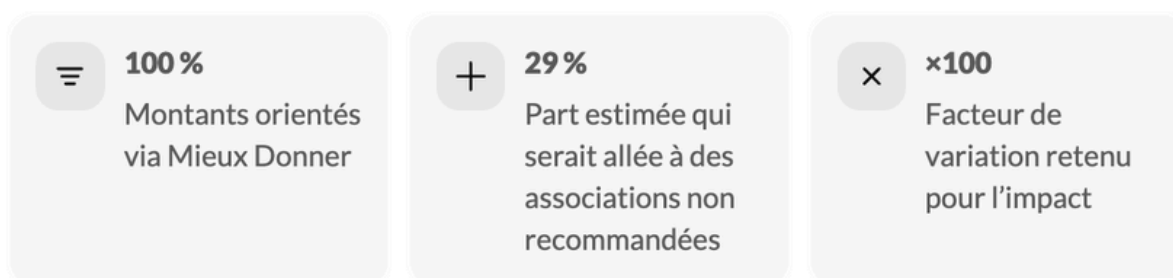




D'après les réponses au sondage sur les alternatives envisagées en l'absence de Mieux Donner, ces dons n'auraient pas été particulièrement orientés vers d'autres organisations de solidarité internationale ou d'aide aux animaux d'élevage, où chaque euro a en moyenne un impact plus élevé. Nous retenons donc un facteur conservateur de variation de 100, ce qui impliquerait un ajustement de 0,29 % du ratio de contrefactualité.

## Dons vers des associations non recommandées

Estimation de l'ajustement théorique lié à la part des dons qui aurait été orientée vers des associations non recommandées.



**0,29 %** Ajustement théorique maximal du ratio de contrefactualité

Cette correction n'est pas intégrée dans le calcul final, conformément aux pratiques de Giving What We Can et Founders Pledge.

## Résultats de contrefactualité du sondage

Le sondage comportait plusieurs questions proches les unes des autres, ce qui permettait d'identifier certaines incohérences dans les réponses.

Par exemple, certaines personnes indiquent qu'elles auraient donné de la même manière à des organisations hautement efficaces en l'absence de Mieux Donner, mais lorsqu'on leur demande vers quelles associations elles se seraient effectivement tournées, elles citent des structures locales ou d'autres organisations explicitement considérées comme n'étant pas les usages les plus efficaces des fonds selon les évaluateurs.

Ces écarts suggèrent que certaines personnes surestiment leur propension réelle à donner à des organisations à fort impact.





Nous avons également observé deux cas dans lesquels des répondants affirment qu'ils auraient donné à des organisations hautement efficaces, tout en étant incapables de décrire aucune des organisations de référence proposées (GiveWell, Giving What We Can, 80 000 Hours ou Altruisme Efficace France). Cela nous conduit à douter de leur capacité à orienter leurs dons de manière réellement efficace s'ils n'avaient pas découvert Mieux Donner.

Enfin, le sondage présente un biais de sélection important, avec une majorité de répondants déjà fortement engagés dans la communauté de l'altruisme efficace. Pour cette raison, nous considérons que les résultats corrigés issus de ce sondage doivent être interprétés comme des estimations prudentes. En pratique, l'impact réel de Mieux Donner est probablement supérieur à ce que reflètent les réponses déclaratives.

À lui seul, le sondage couvre près de 80 % des montants donnés et nous permet d'affirmer avec un niveau de confiance élevé qu'au moins 34 % des dons totaux sont contrefactuels à l'existence de Mieux Donner. Pour les 20 % restants, pour lesquels nous ne disposons pas de réponses directes au sondage, nous nous appuyons sur l'origine déclarée de la découverte de Mieux Donner afin d'appliquer les pourcentages définis ci-dessous.

Origine des dons	Évaluation prudente	Valeur attendue
Personne en lien ou mentionnant l'altruisme efficace ou une des organisations affiliées	40 %	55 %
Contact directement établi par Mieux Donner	100 %	100 %
Podcast, articles de presse, réseaux sociaux et bouche à oreille	50 %	75 %
	<b>Évaluation prudente</b>	<b>Valeur attendue</b>
<b>Part des dons 2025 contrefactuels</b>	<b>55 %</b>	<b>58 %</b>

**Nous estimons que 58 % des dons collectés par Mieux Donner en 2025 n'auraient pas été alloués à des associations hautement efficaces sans les actions de Mieux Donner.**





## Limites de l'estimation



Environ 80 % de l'estimation repose sur des données déclaratives issues du sondage.



Faible écart entre estimation prudente et valeur attendue car les réponses sont intégrées telles quelles.



Des analyses internationales montrent une tendance à surestimer sa capacité à donner efficacement.



Biais de sélection des répondants, impossibles à corriger de manière fiable pour les non-répondants.

*Fin du questionnaire de dons 2025*



## Coût d'opportunité du travail

Dans le calcul du multiplicateur contrefactuel, Mieux Donner intègre un ajustement lié au coût d'opportunité du travail. Celui-ci vise à estimer l'impact alternatif que les membres de l'équipe auraient pu générer s'ils n'avaient pas travaillé pour l'association, il est évalué en considérant une activité plus rémunérée sur le marché du travail et dons. En revanche, le temps de travail bénévole n'est pas pris en compte pour cette année 2025.

Salaires pris en compte

**65 674 €**

Les salaires retenus correspondent aux coûts salariaux employeur (super brut), pour un montant total de 65 674 €.

### Hypothèses retenues

Multiplicateur salarial contrefactuel

**2,0x**

(les personnes auraient pu gagner environ deux fois leur salaire actuel sur le marché)

Proportion du salaire qui aurait été donnée

**50 %**

Hypothèses fondées sur les niveaux de rémunération du marché pour des profils comparables et sur le don potentiel des membres de l'équipe.

Estimation du coût d'opportunité

**65 674 € × 2,0 × 50 % = 65 674 €**

Ces hypothèses conduisent à estimer que l'équipe aurait pu générer, en dehors de Mieux Donner, un volume de dons équivalent à 65 674 €. Ce montant est donc soustrait dans le calcul du multiplicateur contrefactuel, afin d'éviter de surestimer l'impact net réellement attribuable à l'action de Mieux Donner.

## Montant orienté en 2025

Les montants pris en compte incluent :

- les dons réalisés via la plateforme de Mieux Donner ;
- les dons directement influencés par Mieux Donner mais effectués par d'autres canaux.

Ces montants sont considérés comme "dons enregistrés", dès lors que l'influence de Mieux Donner est directe et documentée.

Pour que le giving multiplier soit rigoureux, nous utilisons le montant réellement orienté pendant l'année civile 2025, et non le cumul depuis la création.

Sur la base des flux comptables :

Indicateur	Montant
Cumul fin 2024	74 359 €
Cumul fin 2025	1 019 112 €
Montant orienté en 2025	944 753€

Ce chiffre correspond à la somme effectivement dirigée vers les organisations recommandées entre le 1er janvier et le 31 décembre 2025.

### Ajustement d'efficacité

L'évaluation suppose que les fonds orientés le sont vers des organisations hautement efficaces, sélectionnées sur la base :

- d'évaluations indépendantes ;
- de données empiriques ;
- de comparaisons coût-efficacité.

Les organisations recommandées par Mieux Donner (par exemple dans les domaines de la santé globale, de la réduction de la pauvreté, du climat ou du bien-être animal) sont considérées comme comparables en efficacité car étant les "Top Charities" des évaluateurs.

Aucun ajustement négatif supplémentaire n'est appliqué à ce titre pour 2025.

### Dépenses par Mieux Donner en 2025

Expenses			
Planned	€103,836		
Actual	€90,261		
Expenses			
Totals	Planned	Actual	Diff.
	€103,836	€90,261	€13,575
Salaries & benefits	€65,887	€65,674	€213
Staff/freelance	€18,645	€11,665	€6,980
Fees, operations, transp	€6,624	€1,904	€4,720
Events	€3,900	€4,898	-€998
Marketing	€8,780	€6,121	€2,659
Custom category 1	€0	€0	€0
Custom category 2	€0	€0	€0
	And 10% contingency		

Les dépenses prises en compte correspondent aux coûts réels de fonctionnement de Mieux Donner sur l'exercice 2025, soit 90 261 €.

## Calcul du Giving Multiplier brut 2025

L'effet de levier ou le Giving Multiplier Brut, se calcule ainsi :

$$\text{Giving Multiplier Brut} = \frac{\text{Montant orienté en 2025}}{\text{Dépenses en 2025}}$$

$$\text{Giving Multiplier Brut 2025} = 944753 / 90\ 261 = 10,5$$

Un ratio de levier de 10,5 signifie qu'en 2025 : chaque euro investi dans le fonctionnement de Mieux Donner a orienté plus de dix euros vers des organisations à fort impact.

Ce résultat indique que Mieux Donner agit comme un amplificateur de générosité, en :

- rendant visibles des différences majeures d'efficacité entre interventions ;
- réduisant la dispersion des dons ;
- orientant les ressources vers des actions dont les effets sont documentés.

## Calcul du Giving Multiplier Net 2025

Cette estimation du giving multiplier net repose sur une méthode qui prend en compte la valeur totale des montants orientés par l'association sur la période évaluée, ajustée en fonction de leur impact et leur aspect contrefactuel.

Elle ne distingue pas les dons issus d'engagements à long terme des autres dons : l'ensemble des dons orientés est inclus dans le calcul.

En revanche, cette méthode ne tient pas compte de la valeur future des engagements à donner acquis durant la période. Ces engagements sont généralement intégrés dans les évaluations d'impact des années suivantes, au moment où ils se traduisent effectivement en dons réalisés.

Une part des dons orientés aurait pu avoir lieu même en l'absence de Mieux Donner. L'objectif est donc d'estimer quelle proportion des montants orientés n'aurait pas existé, ou n'aurait pas été orientée vers ces organisations, sans l'intervention de l'association.

Cette proportion contrefactuelle est appliquée au montant total orienté afin d'estimer les dons réellement générés par Mieux Donner sur la période.

Montant orienté x ajustement contrefactuel – coût d'opportunité du temps de travail

Dépenses de Mieux Donner en 2025

Giving Multiplier Net 2025 = (58% de 944753 - 65 674) / 90 261 = 5,3

Autrement dit, chaque euro investi dans le fonctionnement de Mieux Donner a permis de générer en moyenne 5,3 € de dons supplémentaires vers des organisations à fort impact, qui n'auraient pas existé, ou pas sous cette forme, sans son action.

## Calcul du giving multiplier net incluant les engagements à donner 2025

Cette estimation est pertinente uniquement pour les organisations qui intègrent les engagements à donner (pledges) dans leur théorie de l'impact, ce qui est le cas de Mieux Donner. Pour les organisations qui ne prennent pas en compte les engagements, cette valeur est équivalente à celle obtenue par la méthode fondée uniquement sur les dons actuels.

Cette estimation du multiplicateur de dons contrefactuels repose sur une méthode qui prend en compte :

- la valeur des montants orientés hors engagements à donner sur la période évaluée, ajustée en fonction de leur impact ;
- ainsi que la valeur estimée sur le long terme des engagements à donner acquis durant la période.

Le calcul cherche explicitement à exclure les dons déjà comptabilisés auprès de personnes engagées par ailleurs, afin d'éviter toute double comptabilisation entre dons réalisés et engagements futurs.

Cette approche permet d'estimer non seulement l'impact généré à court terme, mais également l'impact durable associé aux trajectoires de dons que Mieux Donner contribue à créer dans le temps.

Cette proportion contrefactuelle est appliquée au montant total orienté afin d'estimer les dons réellement générés par Mieux Donner sur la période. La valeur attendue des engagements à donner, définie par Giving What We Can.

$$\frac{(\text{Montants orientés} - \text{dons liés aux engagements à donner}) \times \text{ajustement contrefactuel} - \text{coût d'opportunité du travail} + \text{engagements à donner}}{\text{Dépenses de fonctionnement de Mieux Donner}}$$

Dépenses de fonctionnement de Mieux Donner

$$\text{Giving Multiplier Net 2025} = (944753 - 1,02\%) \times 58\% - 65674 + 83186 / 90261 = 6,2$$

# Apprentissages

---



L'année 2025 a été une année intense pour Mieux Donner. Une année où nous avons continué à construire, à tester et à faire évoluer notre modèle, tout en observant de plus en plus clairement ce qui fonctionne et ce qui doit être amélioré.

Plutôt que de suivre un plan figé, nous avons avancé en restant attentifs à ce que la réalité nous montrait : comment les personnes utilisent nos outils, comment elles prennent leurs décisions de don, et comment nos choix organisationnels influencent l'impact que nous pouvons générer.

## Ce qui a bien fonctionné

En 2025, une chose est sûre : les personnes sont prêtes à changer leur manière de donner quand on leur donne des informations solides, des comparaisons claires et un cadre de décision simple.

Les recommandations fondées sur l'impact, les contenus pédagogiques et l'accompagnement ont réellement été utilisés.

Des personnes qui donnent ont fait évoluer leurs choix, parfois de manière très significative, en se basant sur ce que Mieux Donner leur a apporté.

Cela confirme un point essentiel : beaucoup de personnes veulent bien faire, mais ont surtout besoin d'aide pour savoir où et comment leur argent est le plus utile.

## La crédibilité de Mieux Donner a fait la différence

Un autre point fort de 2025 est la confiance accordée à Mieux Donner. Les personnes qui s'engagent expliquent qu'elles le font parce qu'elles sentent que le travail est sérieux :

- les sources sont citées,
- les limites sont reconnues,
- les choix sont expliqués.

Ce sérieux est devenu l'un des principaux moteurs de l'engagement : les gens donnent parce qu'ils comprennent pourquoi on leur recommande telle ou telle organisation.

## L'engagement à donner s'est révélé être un vrai point d'appui

L'année 2025 a aussi montré que le Pledge joue un rôle central.

Ce n'est pas seulement un outil pour donner plus, c'est un cadre qui aide les personnes à se poser de vraies questions :

- combien puis-je donner ?
- sur quoi ?
- et dans la durée ?

Le fait de proposer à la fois un engagement à 10 % et une version progressive a permis à des profils très différents de s'y retrouver. Certains ont pu s'engager fortement, d'autres commencer plus doucement, sans se sentir exclus.

Ce système a permis de créer un noyau de personnes qui donnent de manière plus régulière et plus réfléchie.

## Les difficultés rencontrées

### Faire beaucoup de choses avec peu de ressources

2025 a aussi mis en évidence une difficulté simple mais très concrète : Mieux Donner fait beaucoup avec peu.

Il faut en même temps :

- analyser les données,
- produire du contenu,
- maintenir la plateforme,
- animer la communauté,
- assurer la fiabilité des flux financiers.

Cela a obligé l'équipe à faire des choix parfois difficiles, à ralentir certains projets, et à accepter de ne pas aller aussi vite que souhaité.

## Convaincre ne suffit pas toujours à déclencher un don

Un autre apprentissage important : comprendre n'implique pas toujours agir. Beaucoup de personnes sont d'accord avec l'idée de donner de manière plus efficace, mais le passage à l'acte reste un frein : manque de temps, d'énergie, ou simple hésitation.

Cela montre que l'impact ne dépend pas seulement de la qualité des idées, mais aussi de la simplicité des parcours, des rappels et du suivi.

## Rendre la complexité compréhensible est un vrai défi

Enfin, une difficulté constante est apparue : les sujets traités sont complexes (santé mondiale, climat, bien-être animal, etc.), et les comparaisons d'impact demandent de la nuance.

Le défi est de rester honnête et rigoureux tout en parlant de façon claire et accessible. Cet équilibre reste délicat et demande un travail continu.

## Les choix importants faits en 2025

Face à ces constats, Mieux Donner a pris plusieurs décisions structurantes.

### Ne pas sacrifier la qualité pour aller plus vite

En 2025, Mieux Donner a continué à investir dans la qualité de ses contenus et de ses outils pédagogiques. Plutôt que de chercher à produire beaucoup de contenus rapides ou simplifiés à l'extrême, l'équipe a fait le choix de proposer des ressources qui prennent le temps d'expliquer, de comparer et de nuancer.

Articles, analyses ont été travaillés pour aider réellement les personnes à comprendre les enjeux derrière leurs choix de générosité : pourquoi certaines approches sont plus efficaces que d'autres, quels compromis existent, et quelles sont les limites des données disponibles.

Ce travail plus exigeant demande plus de temps et d'effort, mais il permet de construire une relation de confiance durable et de soutenir des décisions de don plus éclairées.

## Faire de l'engagement à donner un pilier, sans le rendre obligatoire

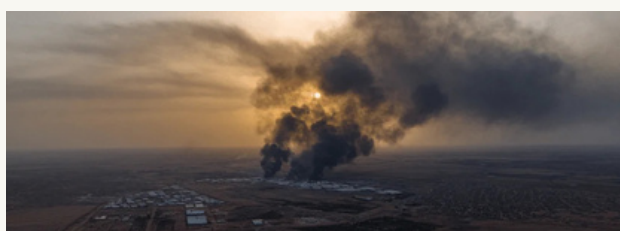
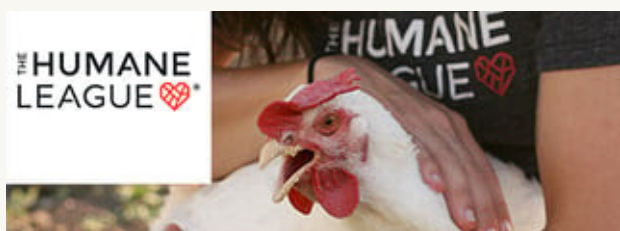
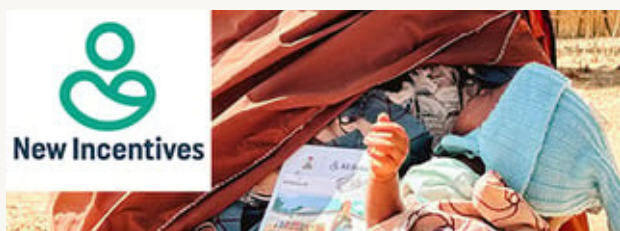
L'engagement à donner a été confirmé comme un élément central, mais sans en faire une règle unique.

L'idée est restée de proposer un cadre fort, tout en laissant de la place à des parcours différents.

## Assumer une manière de travailler basée sur l'essai et l'ajustement

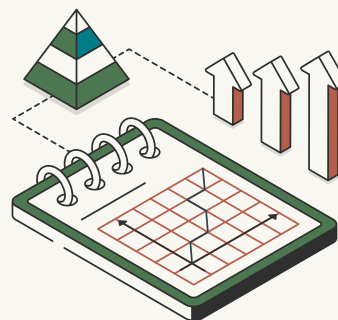
Enfin, 2025 a confirmé une manière de faire : tester, regarder ce qui marche, corriger, puis améliorer.

Plutôt que de figer un modèle trop tôt, Mieux Donner a choisi d'apprendre en avançant, en restant fidèle à sa mission, mais en adaptant ses outils et ses méthodes à la réalité du terrain.



# CAP 2026

---



Après une année 2025 consacrée à la consolidation du modèle et à la montée en puissance de la générosité orientée par Mieux Donner, 2026 s'inscrit dans une trajectoire plus large : celle d'un projet ambitieux qui vise à atteindre 5 millions d'euros orientés en 2027.

Dans cette trajectoire, 2026 est pensée comme une année de structuration et d'accélération.

L'enjeu n'est pas seulement de faire davantage, mais de se donner les moyens de faire beaucoup plus, de manière durable.

Un point clé ressort très clairement de la stratégie : pour pouvoir saisir de nouvelles opportunités et tenir une ambition plus élevée, Mieux Donner ne peut plus dépendre principalement du temps de deux personnes. L'organisation doit se doter d'une équipe capable de fonctionner de manière autonome et de porter la croissance.

## Une ambition financière claire

Pour 2026, Mieux Donner s'est fixé un objectif principal : orienter 2,25 millions d'euros vers des organisations à fort impact.

Ce chiffre s'inscrit dans une approche prudente et structurée, avec trois niveaux de référence :

- 700 000 € correspondent au niveau minimal attendu, compte tenu du fait que les deux plus grands soutiens de 2025 ne sont pas garantis en 2026 ;
- 1,5 million d'euros constitue l'objectif réaliste ;
- 2,25 millions d'euros représente l'objectif ambitieux, aligné avec la trajectoire vers 5 millions d'euros en 2027.

Ces trois repères permettent de piloter l'année sans perdre de vue ni les risques ni le potentiel réel de croissance. Ces repères seront à mettre en perspective en fonction des dépenses en 2026, qui vont dépendre des opportunités de recrutement.

## Objectif 2026

Pour 2026, Mieux Donner s'est fixé un objectif principal : orienter 2,25 millions d'euros vers des organisations à fort impact. Ce chiffre s'inscrit dans une approche prudente et structurée, avec trois niveaux de référence :



## Une équipe capable de soutenir l'ambition

La montée en puissance prévue pour 2026 repose sur un renforcement significatif de l'équipe : disposer d'une équipe forte et autonome, capable de gérer de nouvelles opportunités.

## Un principe d'arbitrage assumé

La stratégie 2026 pose un principe clair : lorsque plusieurs options sont possibles, Mieux Donner choisira celles qui ont le plus fort potentiel à long terme, même si elles sont plus incertaines.

Par exemple, plutôt que de privilégier la publication d'une tribune, il est souvent plus stratégique de convaincre un nouvel ambassadeur capable de toucher son audience à de multiples reprises. Ce principe vise à orienter l'énergie vers les leviers qui peuvent réellement changer l'échelle de l'impact à long terme.

## Notre ambition

L'ambition de moyen terme est résumée par un chiffre : 5 millions d'euros orientés en 2027. Notre ambition à long terme est toujours la même : faire de la générosité efficace une norme.

2026 doit permettre de bâtir l'équipe et les relations nécessaires pour que Mieux Donner puisse devenir un acteur central de la générosité.

# mieux donner.



[www.mieuxdonner.org](http://www.mieuxdonner.org)

Mieux Donner  
Association loi 1901  
8 rue du général Renault  
75011 Paris