



Imprimer cet article publié le 14-10-2010 sur le site www.la-croix.com

la-Croix.com



Le premier site d'information sur le don créé et discuté

Lancé mercredi 13 octobre par France Générosités, le premier portail d'information sur le don vise, entre autres, à amplifier la collecte de fonds des associations. Sans toujours convaincre

En matière de collecte d'argent, le monde caritatif cherche depuis longtemps la martingale. Autrement dit, comment attirer de nouveaux donateurs ou encourager les plus fidèles à donner davantage. Dernière initiative en date : la création du premier « portail collectif d'information sur le don », lancé mercredi 13 octobre par le syndicat professionnel France Générosités, qui représente les principales associations et fondations en France.

L'enjeu est de taille. Comme le résume son président André Hochberg, « les chiffres du don sont loin d'être satisfaisants, même s'ils augmentent légèrement d'année en année. Avec 1,772 milliard d'euros déclarés en 2008 pour un don moyen de 335 €, nous sommes très loin derrière la Grande-Bretagne ou les États-Unis. »

Un constat d'autant plus préoccupant, selon lui, que « les subventions publiques aux associations sont en forte baisse. Il y a un encore un grand potentiel, il faut se retrousser les manches ! », poursuit le président du syndicat.

Le portail ne recueille pas directement l'argent

Le site créé par France Générosités vise, avant tout, à éviter ce qui s'est passé lors des inondations au Pakistan, en août dernier. « À la suite de cette catastrophe, les dons en France ont été lamentables, déplore André Hochberg. Les médias étaient mal informés, on ne savait pas qui opérait au Pakistan, etc. Notre objectif, c'est d'abord de donner une information complète », explique-t-il.

Le site comporte donc un onglet « Urgences » où chaque donateur, en cliquant sur une carte du monde, peut en savoir plus sur l'intervention humanitaire dans tel ou tel pays. En revanche, le portail ne recueille pas directement l'argent mais renvoie sur la page d'accueil des ONG elles-mêmes, où l'internaute peut alors faire acte de générosité.

Ce dernier trouvera également sur le site des informations détaillées sur les différents moyens d'aider (jusqu'au legs et au contrat d'assurance-vie), les déductions fiscales (1), les événements phares des associations...

Pourtant, l'initiative est loin de faire consensus. Il faut dire que la création d'Infodon a été précipitée par la controverse née lors du séisme en Haïti, en janvier. À l'époque, plusieurs ONG s'étaient insurgées de voir les chaînes de télévision publiques privilégier la Fondation en France.

Les associations et fondations sur un pied d'égalité

L'idée, cette fois, est de mettre les associations et fondations sur un pied d'égalité et de laisser le donateur faire son propre choix. Mais ce n'est pas si simple. À l'ARC (lutte contre le cancer) ou à France Alzheimer, on s'interroge sur la place faite à ceux qui ne travaillent pas dans « l'urgence » ; d'autres associations, qui ne sont pas membres de France Générosités, se demandent, elles, comment être visibles...

Et ce n'est pas tout. Beaucoup, en effet, craignent de perdre des donateurs plutôt que d'en gagner. « Lors d'un drame humanitaire, le don est impulsif et immédiat, décrypte Laurent Terrisse, président de l'agence Limite, spécialisée dans la communication responsable. Les donateurs ponctuels réagissent à l'émotion et veulent pouvoir donner en deux ou trois clics, sinon ils se découragent. Avec Infodon, on n'est pas dans cette logique », poursuit Laurent Terrisse, qui redoute donc une déperdition.

Une réserve : celle du coût de fonctionnement de ce site

C'est aussi la crainte de Francis Charhon, le directeur général de la Fondation de France. « Si le portail reste un site d'information sur le don, c'est une très bonne idée, note-t-il. Si, en revanche, il ambitionne de devenir un outil, même indirect, de collecte, il sera contre-productif. »

La Fondation de France ne souhaite pas y figurer, préférant rester visible en tant que telle au moment où les collectes s'accroissent. Autre réserve : celle du coût de fonctionnement d'un tel site.

« Pour susciter le don, il faut être très bien référencé, dès le matin de la catastrophe, souligne Laurent Terrisse. Or pour cela, il faut soit payer, soit générer du flux, ce qui exige de gros moyens rédactionnels. Je ne suis pas sûr que les associations seront d'accord pour mettre de tels moyens sur la table. »

Marine LAMOUREUX

(1) Du 16 au 18 octobre, France Générosités lance une campagne d'information à la radio pour accroître les dons.