



3 APPLICATIONS QUI FONT LA DIFFÉRENCE

MOBILE FOR GOOD

Cette plateforme de dons pour les associations est disponible pour iPhone, iPod et smartphones Android. Elle liste les organismes près de chez vous et permet de faire des dons directement depuis son téléphone. L'intégralité du don est reversée à l'association.



ONE TODAY

Pour l'instant disponible uniquement aux États-Unis, One Today est la nouvelle application caritative de Google. Tous les jours, elle présente une nouvelle cause à laquelle il est proposé de donner un dollar. Les algorithmes de Google détectent les associations préférées des utilisateurs pour affiner ses suggestions.



ASSOCIATION GRÉGORY LEMARCHAL

Cette application est un modèle du genre. Disponible sur iPhone et Android, elle propose une rubrique d'actualité, une rubrique pour commander sa carte de donneur d'organe ainsi qu'un espace pour réaliser ses dons.



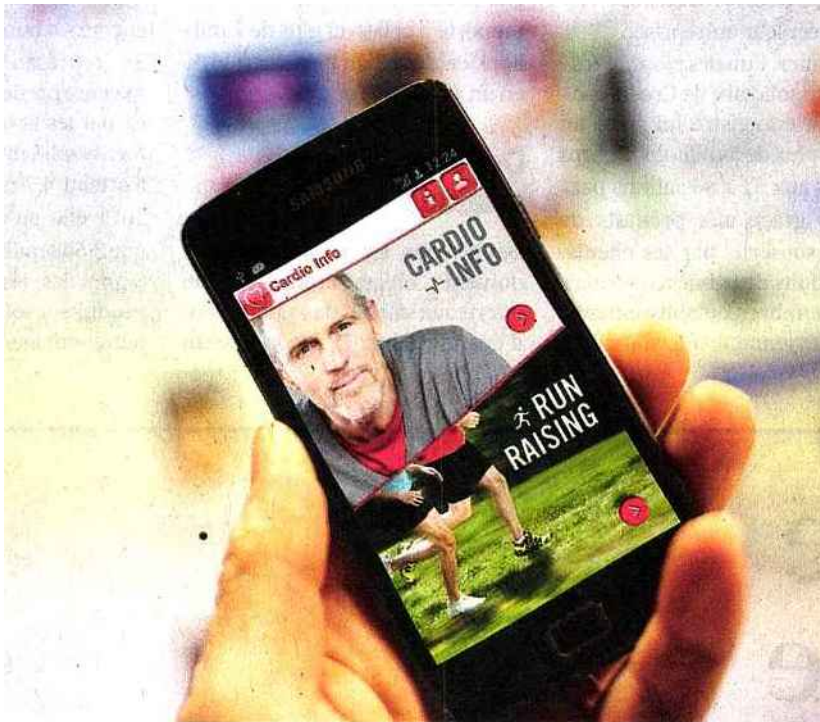
Le smartphone, nouvel allié des associations

DONS Des applications originales pour smartphone permettent de donner à des associations caritatives en un temps record. À découvrir.

Les associations caritatives n'échappent pas à la mode du smartphone. Après avoir investi le Web, elles se mettent à créer des applications pour téléphones portables, afin de tenir les Français informés de leurs actions et de les appeler aux dons.

Pour les associations, le smartphone a tout d'un allié idéal. Il n'est jamais très loin de notre poche, on le consulte des dizaines de fois par jour et on a déjà

l'habitude d'entrer ses coordonnées bancaires pour payer des logiciels, de la musique ou des livres. En développant des applications, les associations peuvent aussi espérer toucher un public plus jeune pour le don par courrier, par téléphone ou par Internet. Parmi les Français qui donnent de l'argent en ligne, 25 % des moins de 35 ans sont passés par un smartphone, selon le troisième baromètre e-donateurs réalisé par l'Ifop. Ils



F. BOUCHON/LE FIGARO

La Fédération française de cardiologie a lancé une application destinée aux sportifs : à chaque kilomètre parcouru, son équivalent en euro est reversé à une association.

originale. Sa nouvelle version de l'application, lancée il y a quelques semaines, est destinée aux sportifs. Elle calcule la distance qu'ils parcourent grâce à la puce GPS du téléphone et convertit chaque kilomètre en euros. Le total est reversé à une association.

Aux États-Unis, les applications innovantes de ce type sont légion. Parmi les idées originales, on trouve l'application Check-in for Good, qui permet à des enseignes de s'engager à donner un dollar à chaque fois que des clients viennent se localiser chez eux avec leur smartphone. Ou Donate A Photo de Johnson & Johnson, qui reverse également un dollar à des associations lors du partage d'une photo sur un réseau social. Autre trouvaille, l'application de réveil-matin Snooze, qui donne automatiquement 25 cents à l'association de son choix à chaque décalage de l'heure de son réveil. Courant avril, le géant Google a lancé l'application One Today, un calendrier qui chaque jour fait découvrir une association et invite à lui donner un dollar. Les projets sont aussi divers que l'éducation d'enfants dans les pays asiatiques, la préservation des guépards ou l'implantation de potagers en Équateur. L'application, en phase de test, est pour l'instant réservée aux utilisateurs américains d'Android, le système d'exploitation mobile de Google.

BENJAMIN FERRAN

sont au contraire moins de 1 % à donner depuis leur smartphone chez les plus de 65 ans, un public qui s'est pourtant converti au don par Internet.

En France, quelques associations françaises défrichent ce nouveau terrain. Parmi les plus connues figurent le Téléthon, l'association d'aide aux personnes handicapées mentales, Perce Neige, créée par Lino Ventura, Vaincre la mucoviscidose et l'association Grégory Lemarchal, elle aussi consacrée à la recherche contre la mucoviscidose.

Toutes ces applications adoptent un fonctionnement proche. Elles proposent une rubrique d'actualité, quelques services et une zone de dons, qui ren-

voie vers son site Internet. Pour les plus petites structures, qui n'ont pas forcément les moyens de faire développer leurs propres logiciels, il existe des plateformes centralisant des centaines d'associations, comme Mobile For Good en France ou Unis Dons en Suisse.

Google s'intéresse aux associations

Les capacités techniques des smartphones permettent d'aller plus loin et d'imaginer de nouveaux débouchés pour les associations, au-delà des applications vitrines. La Fédération française de cardiologie a eu par exemple une idée

Miser sur l'avenir grâce aux réseaux sociaux

L'Unicef a réussi son coup. Il y a quelques jours, l'ONG a mis en ligne une vidéo poignante dans laquelle un enfant de 10 ans, Rahim, raconte sa vie douloureuse avec son petit frère. « *Mais tout va bien* », rassure le jeune garçon, car « *à ce jour, 177 000 personnes ont aimé la page de l'Unicef en Suède* ». Le message de l'ONG, visionné plus de 200 000 fois sur YouTube, est clair. Aimer la page d'une association, même si cela part souvent d'une bonne intention, ne suffit pas à sauver des vies, ni même forcément à l'aider.

Les organisations caritatives entretiennent une relation ambiguë avec les réseaux sociaux. Qu'il s'agisse de l'Unicef, du Telethon, de la Fédération française de cardiologie ou du Secours catholique, la plupart disposent de leur page Facebook ou d'un compte sur Twitter.

Ces pages leur permettent de propager des messages à moindres frais. Version contemporaine du bouche-à-oreille, les interventions des associations sur les réseaux sociaux se partagent d'un clic dans les réseaux d'amis. Et les internautes répondent

« La Croix-Rouge française s'est distinguée en détournant la chorégraphie du « Harlem Shake » »

largement présents. En moyenne, un millier de personnes « aiment » chaque message rédigé par les Restos du cœur sur Facebook. Lorsque l'association s'engage avec Danone pour offrir des repas, chaque fois que son nom est mentionné sur les réseaux sociaux, comme ce fut le cas en 2012, les compteurs s'affolent.

Toute la difficulté est ensuite de faire contribuer ces « fans » aux causes de l'association, en les orientant vers les

formulaire de don. Pour cela, les associations multiplient les messages d'appel à la générosité des internautes. Les plus aboutis détournent les codes des réseaux sociaux, pour toucher un large public. Récemment, la Croix-Rouge française s'est distinguée en détournant la chorégraphie du « Harlem Shake », une danse qui fait fureur sur Internet, afin de sensibiliser aux maladies mortelles liées à l'eau contaminée. « *Ça mérite aussi de faire le buzz* », déclarait l'association, invitant à se « *bouger pour donner un accès à l'eau et à des sanitaires* ». L'opération a été un succès : la vidéo a été consultée près de 400 000 fois.

750 000 dollars collectés

Pour sensibiliser les Américains à cette même cause, l'Unicef est allée encore plus loin. L'association, qui œuvre pour la protection des enfants dans le monde, a développé un jeu dans Facebook qui transforme le plus important réseau social au monde en réseau de distribution d'eau. Concrètement, chaque membre est invité à donner 5 dollars pour ouvrir une vanne, qui fera grandir le réseau symbolique que construisent les membres. En deux mois, 750 000 dollars (582 000 euros) ont ainsi été collectés par l'association, qui dispose d'un budget de 80 000 dollars (62 000 euros) pour l'ensemble de l'opération.

Toutes les structures n'ont cependant pas les ressources pour mener à bien de tels projets. Mais elles ne sont pas exclues pour autant. En fin d'année dernière, Facebook a ouvert une nouvelle section pour envoyer des dons à des associations sans aucun intermédiaire, directement depuis les pages du réseau social. Le service, réservé pour l'instant aux États-Unis, devrait être étendu à plusieurs pays européens, dont la France.

B. F.