

Les nouveaux outils de la générosité en temps de crise

Economie sociale

Face au ralentissement prévisible des dons en 2013, le salut des associations caritatives passera par la quête de nouveaux donateurs et les nouvelles formes de don



Face à la stagnation attendue des dons cette année, les associations et fondations, contraintes par la crise, cherchent à rebondir et rivalisent d'inventivité pour faire vibrer la fibre philanthropique des Français. Mais les donateurs habituels deviennent plus circonspects, et la baisse des financements publics amène de plus en plus de structures à solliciter leur générosité. Un relais de croissance de la solidarité pourrait cependant bien se trouver dans la quête de donateurs plus jeunes qui, s'ils sont plus volages, sont aussi adeptes du micro-don multiple, du don en ligne autres applis solidaires sur smartphones.

Dans quelle mesure la crise affecte-t-elle les associations et fondations qui vivent grâce à la générosité de leurs donateurs ? Quelques chiffres incitent au pessimisme : ainsi, l'Observatoire France générosités d'octobre 2012, réalisé en partenariat avec Mediasprism, montrait que 53 % des donateurs prévoient de diminuer le montant de leur don ou de ne plus en faire lors de l'année à venir. Pourtant, les Français restent généreux. Les chiffres montrent qu'en moyenne, 43 % des Français ont donné de l'argent au cours de l'année 2012. Mais ces données reflètent des profils très différents.

Donateurs : une population contrastée mais à renouveler

France générosités, syndicat professionnel promouvant la philanthropie, distingue ainsi les "engagés" – essentiellement des hommes, de 35 ans ou plus, qui disposent

d'une bonne situation financière et s'engagent généralement dans la lutte contre la pauvreté, l'aide aux handicapés ou aux malades –, des "décroissants" ou "abandonnistes", qui sont plutôt des femmes avec des revenus intermédiaires ou faibles, et soutiennent plus volontiers la recherche médicale. Alors que les premiers pourraient augmenter leur soutien, les seconds sont plus sensibles à la conjoncture économique et pourraient donc réduire leurs dons de façon drastique.

Les associations et fondations n'ont donc pas le choix : pour continuer à assurer leurs missions de solidarité, il faudra aller chercher du côté des potentiels donateurs, ces personnes au profil similaire à celui des "engagés", mais qui n'ont pas encore franchi le pas. Une autre étude, publiée par France générosités et le Cerphi, montre d'ailleurs que le nombre de nouveaux donateurs augmente très peu : + 0,9 % entre 2007 et 2010. Qui plus est, le montant des dons de ceux qui donnent pour la première fois chute.

Face à ces problématiques, comment s'assurer les faveurs de ce vivier inexploité ? "Il est vrai qu'avec la crise et la baisse des financements publics, il faut contacter de nouvelles populations et renouveler les générations de donateurs. Des secteurs qui vivaient autrefois des subventions, comme le sanitaire et social, sont désormais obligés de diversifier leur financement. Par ailleurs, de plus en plus d'acteurs sollicitent la générosité des Français. Pour toutes ces raisons, il faut trouver de nouveaux moyens de communication", confirme Isabelle Bourgouin, directrice gestion et développement de France générosités.

Le son de cloche n'est néanmoins pas le même partout. Quand France générosités tire la sonnette d'alarme au sujet des dons des particuliers, d'autres acteurs de l'économie sociale parviennent à sauver les meubles. C'est le cas de Caritas France, fondation opérant dans le giron du Secours Catholique. Son atout ? Elle se concentre sur ses activités de fondation, plus haut de gamme donc moins vulnérables aux aléas économiques.

"Nous comptons environ 3 500 donateurs, avec un profil assez particulier : il s'agit plutôt de seniors, retraités, qui possèdent un patrimoine important et s'interrogent sur l'utilité sociale de celui-ci, explique Jean-Marie Destrée, directeur général adjoint de la fondation Caritas France. Le niveau des dons est alors important, puisque le don moyen s'élève à 1 500 euros." Et si chez Caritas également, on recense une baisse des rentrées d'argent, les explications n'ont que peu à voir avec le marasme économique.

“En 2012, les dons ont baissé de 20 %, mais c’était probablement davantage lié à la reconfiguration de la fiscalité et au retour de l’impôt sur l’ISF qu’à la crise, même si des donateurs peuvent être sollicités pour aider un membre de leur famille en difficulté, et donc diminuer le montant des dons. Nos donateurs sont davantage soucieux des changements fréquents de fiscalité. Nous attendons donc avec une certaine appréhension le résultat pour l’année 2013”, poursuit-il.

Causes : l’effet proximité

Si toutes les associations ne sont pas touchées de la même manière par l’incertitude financière, l’on observe également une réorientation des dons vers certains types de causes. Les associations internationales de type ONG n’ont plus les faveurs absolues du public. “Les causes privilégiées restent la protection de l’enfance, la solidarité de proximité et la recherche médicale, même si cette dernière peut pâtir des circonstances. Les donateurs se tournent davantage vers les causes nationales. Il y a peut-être un effet de prise d’assurance face à son propre avenir : on donne en se demandant si un jour ou l’autre on aura à se tourner vers ce type d’associations”, avance Isabelle Bourgouin.

Jean-Marie Destrée, de Caritas France, confirme : “Il y a davantage de sensibilité pour les causes nationales liées à la crise ressentie en proximité. Les projets concernant l’exclusion, l’emploi et le logement connaissent un regain d’intérêt. Nous avons donc une fonction de pédagogie à remplir : il faut expliquer que la solidarité internationale reste importante et qu’il ne faut pas abandonner les aides en cours.”

Les fondations se lancent souvent dans des projets coûteux et longs, qui réclament bien souvent une collaboration étroite avec leurs homologues, qui restent des concurrentes dans la course au don. Ainsi, Caritas travaille en lien étroit avec le Centre français des fondations, et développe un partenariat avec la Fondation Abbé Pierre sur la question du logement. Elle soutient également à hauteur de 20 000 euros “Carton Plein 75” un projet initié par une personne sans-abri qui consiste à récupérer les cartons inutiles et à les revaloriser : une idée “écologique, qui donne de l’emploi et des revenus, et que nous allons aider avec des infrastructures et un véhicule”, explique Jean-Marie Destrée.

La solidarité de proximité en vogue ? Ce n’est pas qu’une observation nationale : une étude de l’European Fundraising Association, parue en mars 2013 et se fondant sur des observations réalisées dans 17 pays, conclut que la lutte contre la pauvreté, la re-

cherche médicale et les soins restent de loin les causes les plus prisées des Européens.

Outils : le grand espoir du numérique

On y apprend également que 88 % des personnes interrogées pensent que la collecte de fonds des associations a été améliorée par un plus grand professionnalisme (qualifications, formation etc.). Mais elles sont également un peu plus de la moitié (53 %) à avancer le développement technologique comme un facteur positif. De fait, Internet et les téléphones portables se sont taillé une place de choix dans le milieu associatif. D'ailleurs, près des deux tiers des personnes interrogées soutiennent que les organisations et fondations font un bon usage du Web et des médias sociaux.

Le don en ligne ou par smartphone interposé est devenu un incontournable, et un vrai outil de stratégie. Jean-Marie Destrée est plutôt enthousiaste face à la montée de ces nouvelles formes de solidarité : "Je suis personnellement très favorable à l'idée de démultiplier les possibilités et les canaux de dons. Le don sur salaire mériterait ainsi d'être développé, on a besoin de toutes les contributions. Il y a également un effet de transmission et d'éducation. Un jeune qui donne, même une petite somme, pourra devenir un donateur régulier plus tard."

Les petits ruisseaux qui font les grandes rivières, c'est en tout cas le pari de ZeGive, qui se décrit comme "un nouvel outil, simple et universel, pour agir spontanément et économiquement en faveur de la cause de son choix". En pratique, il s'agit de mettre à disposition sur divers sites Internet un bouton (sur le même principe que le "Like" de Facebook) qui redirige l'internaute vers un espace personnel associé au don pour une organisation ou une fondation. Allier le clic tout puissant, la gratuité d'Internet et la montée de la solidarité virtuelle : l'idée est bien dans l'air du temps.

Une quarantaine de sites importants, comme PrimeMinister, ont déjà commencé à installer le bouton ZeGive, et donc à générer une collecte. Antoine Vaccaro, cofondateur de ZeGive, explique : "Nous étions convaincus que la relation entre le grand public, les associations et les fondations pouvait fonctionner sur un mode immatériel. À l'heure où l'on peut tout acheter en ligne, il n'y a pas de raison que le don ne suive pas ! Internet permettra de susciter des dons de très petit montant, et donc ramener des relais de croissance pour la solidarité à l'heure où l'on observe une stagnation. Il y a par exemple l'idée que toute transaction sur Internet pourra être arrondie à l'euro près, et la différence ira à une association".

Pour l'instant, l'enjeu de ce type d'initiatives relève à la fois de l'optimisation de la

visibilité, et de la question des commissions. Lorsque ces dernières seront minimisées, les sommes récoltées seront plus conséquentes, et le cercle encore plus vertueux. Mais dans quelle mesure le micro-don (qui peut également prendre la forme d'un prélèvement sur salaire, principe démocratisé en France par microDON) entre-t-il en concurrence avec les formes traditionnelles de générosité ? Là n'est pas la question, selon Antoine Vaccaro : "Il est évident que pour l'instant, le micro-don est une forme complémentaire du don classique.

Nous sommes loin d'entrer dans un système de ciseau où les dons en ligne entreraient en collision avec les dons traditionnels. Le micro-don se situe encore dans une forme d'éducation à la générosité embarquée". Isabelle Bourgoïn, de France générosités, nuance : "Il faudra être vigilant. Certes, le micro-don permet de toucher de nouvelles populations, mais il pourra fragiliser les formes traditionnelles du chèque et du virement bancaire."

Avenir : une cible jeune et infidèle

Renouvellement générationnel des donateurs oblige, ce sont souvent les jeunes qui s'emparent de ces questions. ButterflyEffect s'est lancée dans le pari des applications mobiles solidaires. Souvent, le don est indirect : "Nous avons développé avec la Fédération française de cardiologie, une application qui entraînait un don, de la part d'un donateur, d'un euro par kilomètre couru par l'utilisateur", raconte Bastien Siebman, associé-fondateur. Alors que les résistances au micro-don en ligne sont bien présentes (barrière psychologique, commissions, don par SMS quasi interdit), la partie communication est favorisée par rapport à l'aspect collecte.

Pour l'instant... Car l'objectif, c'est bien de cibler une population jeune, généreuse, mais infidèle. "Les jeunes ne sont pas attachés à une association en particulier. Ils vont davantage donner cent fois un euro, plutôt que cent euros en une seule fois. Nous visons un public qui n'est pas habitué à donner, il faut trouver une manière détournée de l'y amener", souligne Bastien Siebman.

Internet permet également aux utilisateurs de se renseigner sur l'usage de leurs solidarités. Si les associations bénéficient plutôt de la confiance de la population, c'est également car elles ont consenti à de nombreux efforts de transparence. La montée du crowdfunding, qui consiste à financer un projet par des dons partagés, illustre bien cette montée d'une solidarité plus fragmentée, et plus médiatique. "Contrairement aux idées reçues, les dons sur Internet (100 euros) sont en moyenne plus élevés

que les dons par chèque (50-60 euros)”, souligne Isabelle Bourgouin.

Si l’effet crise est bien là, les associatifs deviennent une valeur refuge, et pourraient bien initier des modèles innovants qui essaieront ensuite dans toute l’économie. Car les ressources sont encore importantes, comme le souligne Jean-Marie Destrée, de Caritas : “En France, nous sommes bien loin d’un pays comme les États-Unis, où les personnes aisées donnent dans des proportions bien plus importantes. Même si, évidemment, l’impôt est la première des solidarités”. Si le don manuel génère trois milliards d’euros par an, il est à mettre en perspective avec le milliard lié aux legs et aux deux milliards induits par le mécénat. Indolore ou ostentatoire, le don reste finalement multiple, dans ses motivations, comme dans ses finalités.

Par Anne-Laurence Gollion