

10 avril 2010

PHILANTHROPIE

Les dons en ligne séduisent les jeunes

Duhamel, Alain

Encore marginale, la collecte électronique des dons pourrait devenir un des principaux canal des collectes de fonds dans un proche avenir.

Les dons en ligne au Canada ne représenteraient, selon diverses estimations des professionnels de la philanthropie, que 7 à 15 % des dons, mais ils sont en croissance constante. Ils compteront bientôt pour plus de la moitié des dons. " Je prédis que d'ici cinq ans, nous serons dans un autre monde ", croit **Daniel Asselin, président d'Épisode**, spécialisée dans les collectes de fonds.

En 2009, la campagne électorale de Barack Obama à la présidence des États-Unis avait démontré l'efficacité des médias électroniques pour rejoindre un large public d'électeurs et de souscripteurs. Elle a été prouvée une fois de plus à la suite du tremblement de terre qui a secoué Haïti récemment. Le public a répondu en grand nombre à l'appel.

Donner en un clic

La philanthropie devient mobile. Les donateurs américains ont fait transiter plus de 30 millions de dollars par des messages textes vers les organismes de secours en Haïti selon mGive, un service de collecte numérisée aux États-Unis. La plupart des dons variaient de 5 à 10 \$.

" Le recours aux technologies devient un incontournable quand on veut rejoindre rapidement un grand nombre de donateurs ", note Gil Desautels, vice-président principal chez KCI, un des chefs de file canadiens de la collecte de fonds. Et en particulier, le public des donateurs de moins de 35 ans. " Le papier n'existe pas pour eux, dit **Daniel Asselin**. S'ils sont aujourd'hui de petits donateurs, dans une dizaine d'années, ils deviendront nos grands donateurs. "

" Il y aura certainement un virage, ne serait-ce que parce que les dons en ligne deviennent un instrument efficace qui diminuent les coûts d'une campagne de financement ", dit Christian Bolduc, président et chef de la direction de BNP Stratégies.

Un virage obligé

La philanthropie québécoise devra s'adapter; elle devra investir dans le personnel et le matériel. " Un C.A. qui s'objecterait ou qui hésiterait à s'engager dans la voie électronique manquerait de vision, dit Benoît Tremblay, directeur de la Fondation de l'Hôpital Sacré-Coeur. Il faut que les donateurs puissent faire des dons en ligne en tout temps. "

" Mais ce n'est pas simple, ajoute Maryse Beaulieu, présidente de l'Association des professionnels en gestion philanthropique. En tant qu'entreprise, une fondation devrait affecter

un employé pour alimenter un compte Facebook toute l'année. Or, nos organismes fonctionnent déjà avec des effectifs réduits. "

Gare à la précipitation en ce domaine, prévient Anière Lecoq, pdg de la Fondation CHU Sainte-Justine. " C'est un outil extraordinaire de mobilisation et de rapprochement immédiat. Ce sera un passage obligé, ajoute-t-elle. Mais il ne faudrait pas tomber dans le piège de la solution miracle et minimiser le travail à accomplir avant et après. Il faut du temps, des ressources humaines et matérielles. L'adaptation au Web est un marathon. "

© 2010 Les Affaires. Tous droits réservés.