

les petits frères des Pauvres éditent une plaquette sur la philanthropie

Philanthropie, Fiscalité et Organismes Sans But Lucratif :

Partant du constat que la législation en la matière est complexe et en permanente évolution, l'association les petits frères des Pauvres propose à l'intention des notaires la première édition d'une plaquette afin que ceux-ci puissent « accompagner leurs clients dans la générosité ».

Ce document, complet et synthétique, présente en moins de 50 pages un panorama complet passant en revue les différentes structures juridiques, leurs caractéristiques et leur capacité à recevoir certaines libéralités, ainsi que les avantages fiscaux pour les donateurs.

Plusieurs tableaux synthétisent « l'état de l'art » en la matière :

- principales caractéristiques de certains organismes sans but lucratif
- déductions fiscales en faveur des dons
- Eligibilité des dons aux diverses réductions d'impôt selon leur nature

Cette plaquette est présentée ici, sur le site de l'Association, où elle peut être téléchargée.

Parallèlement, et destiné au public des « donateurs ISF », l'Association propose également le mini site [Investir la générosité](#), sur lequel sont présentés différents témoignages, rencontres avec des acteurs de l'Association, des donateurs, des chercheurs.

Le site présente également les actions de l'Association, et répond à un certain nombre de questions pratiques concernant les modalités du « don ISF ».

En France, d'autres associations sont présentes sur ce terrain, sous différentes formes selon les moyens mis en oeuvre, qui vont de la plaquette au site internet et l'animation de réseaux, en passant par l'organisation de colloques.

Au-delà des notaires, banques privées, et autres conseils en philanthropie, le public concerné peut être également les philanthropes eux-mêmes.

Citons par exemple :

Pasteur

- site et thinktank de la Fiducie philanthropique
- [Campus philanthrope](#)
- Assises de la philanthropie

Auteuil

- [Sens et finances](#) (blog et journal des nouveaux philanthropes)
- [Sens et patrimoine](#) (plaquette dédiée aux legs, donations et assurance-vie)

Fondation de France

- le site Devenez Grand Mécène
-

Courrier cliquable, pourquoi et comment faire ?

La Poste communique sur le courrier cliquable, en proposant un livre blanc (téléchargeable [ici](#)) sur le sujet, dont le contenu est tiré de tests menés auprès d'utilisateurs à Paris et Limoges.

L'objectif est de permettre au destinataire d'un tel courrier d'accéder à un contenu Internet sur son mobile, via un lien imprimé sur un tag 2D :

Il n'est pas -encore- possible de visionner directement une vidéo sur une feuille de papier, cela ne saurait tarder .. ,

Quels usages pour les associations ?

7 familles d'appel à action sont répertoriées:

- Réaliser une transaction financière (*faire un don*)
- S'engager (*signer une pétition*)
- En savoir plus (accéder à un *contenu multimédia*, écouter une version audio du courrier)
- Répondre (voter, *compléter une fiche d'information*)
- Partager
- Enregistrer (la *date d'un événement*, un contact)
- Jouer, se divertir

Les freins

- ils sont liés aux explications à fournir lors de la première utilisation (téléchargement d'une application « reader »).
- La notion de sécurité peut également freiner les utilisateurs méfiants, qu'il faudra rassurer.

Les facteurs de réussite

- Favoriser la réussite de la première expérience
- Proposer des appels à action stimulants
- Formuler clairement les appels à action, associer un contenu web mobile de qualité
- Personnaliser les pages d'atterrissage (utilisation d'un code unique)
- S'assurer de la sécurité de l'ensemble du dispositif
- Adapter la page d'atterrissage à la taille de l'écran et au débit
- Homogénéiser la terminologie et l'identité visuelle on et off line
- Utiliser des codes 2D simples et lisibles
- Ne pas surcharger le courrier de codes

La mise en oeuvre

- Le motif du code peut être appelé indifféremment *Tag*, *Tag 2D* ou encore *code 2D*.
- Les termes *scanner* ou *flasher* sont les plus appropriés pour décrire l'action de flasher le code.
- La position du tag dans le document doit être adaptée.
- Le tag doit être visible, le fait qu'il soit utilisable doit être évident (doté d'un bouton d'action par exemple).
- Sa taille doit se situer entre 21 et 25 mm de côté.

Les perspectives

Une étude menée par Comscore aux Etats-Unis (détail [ici](#)) fait apparaître qu'en juin 2011, 14M d'américains (soit 6,2% des utilisateurs de mobile) ont scanné des codes 2D.

Autres ressources

Ce site <http://qrcode.kaywa.com/> permet de générer un code pour une url, du texte, un numéro de téléphone, ou un SMS.

Quelques bonnes idées ici aussi, pour créer un code ou le designer : <http://www.code-gr.net/creer-un-code-gr.php>