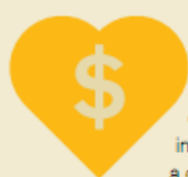


Intentions de don en fin d'année 2011 aux états-unis

Une étude menée fin septembre 2011 par ORC International auprès de 1020 américains âgés de 18 ans et plus pour la [Croix Rouge américaine](#) fait apparaître un certain nombre d'enseignements, résumés dans l'infographie suivante :

Americans Want to Give Meaningful Gifts this Holiday Season

At a time when the majority of Americans (67 percent) say they did not expect the economic downturn to last so long, the desire to give to charities remains strong.



79% agreed that they would rather have a charitable donation in their honor than get a gift they wouldn't use.



7 in 10 say they expect to donate about the same or more this holiday season as they did last year.

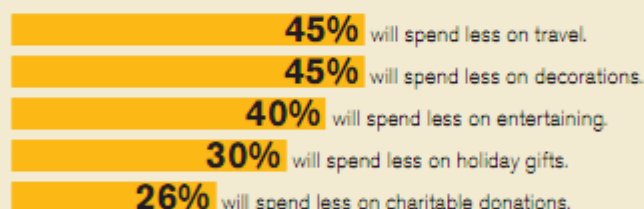


4 in 5 Americans agree that helping someone less fortunate is an important part of their holiday tradition.



68% of Americans believe that because of the economy, it's important to give to charity.

Where Americans are cutting back



Gender differences in charitable giving

Feeling badly that they can't give more to charity this year

51%



71%

Planning to give more than \$100*

32%



20%

* Of those who plan to give less than \$100 this year.

Survey details: Telephone survey of 1,000 U.S. Adults 18 years and older on September 29 - October 2, 2011 conducted in ORC International's CARAVANS survey using a landline-cell dual-frame sampling design. Margin of error is +/- 3.1 percentage points at the 95% confidence level.



American Red Cross

Redcross.org/gifts

Le résumé de l'étude peut être consulté en ligne ici, sur le site de l'American Red Cross

Les chiffres clés de l'étude peuvent être téléchargés ici.

Financer la rénovation d'une chambre à la Cité internationale universitaire, Campagne Centrale Paris



L'opération *Une chambre à votre nom* consiste à proposer aux particuliers de contribuer à la réhabilitation des 40 maisons de la Cité internationale.

Tous les dons obtenus pour ce projet sont versés au Fonds de soutien du Patrimoine de la Cité internationale, qui permet chaque année de financer une partie des travaux de restauration et de maintenance entrepris dans les chambres et espaces communs de l'ensemble des maisons.

En contrepartie, pour tout don égal ou supérieur à 1 000 euros, le contributeur peut donner son nom, ou le nom de son choix (personne physique), à une chambre de la maison choisie, par la pose d'une plaque à l'entrée.

Un exemple supplémentaire de la politique de fundraising de plus en plus active des universités et grandes écoles.

Récemment par exemple, l'opération [Défi 2010 interpromos centraliens](#) menée de fin novembre 2010 à fin février 2011, a permis à l'école Centrale Paris de récolter 600 667 euros entre novembre 2010 et fin février 2011, avec un don moyen de 3 500€ (168 dons enregistrés).

Un résultat représentant plus du double du montant collecté l'année précédente.

Moins de dons et de donateurs au Canada en 2009

● Le nombre de Canadiens qui donnent à des organisations caritatives, ainsi que les sommes données, sont en baisse marquée depuis deux ans, d'après les données de Statistique Canada parues la semaine dernière. (voir le tableau complet [ici](#))

Selon ces données, 5,6 millions de personnes ont effectué un don en 2009, alors que ce nombre avait atteint 5,8 millions en 2008.

Il s'agit du nombre de donateurs le plus bas depuis 2002, année où 5,5 millions de personnes avaient fait un don.

Quant au total des dons, il est passé de 8,65 milliards de dollars en 2007, à 8,19 milliards de dollars en 2008, et à 7,75 milliards l'an dernier, soit une baisse de 10 % en deux ans.

Le pourcentage de Canadiens qui ont réclamé un crédit d'impôt pour un don a lui aussi diminué, passant de 24,1 % en 2008 à 23,1 % en 2009, ce qui marque un creux depuis 30 ans.

De plus, l'âge moyen des donateurs a augmenté à 53 ans l'an dernier, alors qu'il était de 51 ans au début de la décennie. Ceci fait craindre à plusieurs organisations que leurs sources de financement se tarissent dans un avenir rapproché, avec le vieillissement de la population.

Il semblerait enfin qu'un fossé se creuse entre les canadiens les plus aisés, qui continuent à donner, et la classe moyenne qui éprouve des difficultés liées à la crise économique. Ceci est avéré par le fait que parallèlement à la baisse du nombre de donateurs, on assiste à une augmentation du don moyen, passé depuis 10 ans de 190 à 250\$.

● Voir également ces tableaux, concernant **la situation aux Etats-Unis**, [ici sur le site de USATODAY](#)

dons par SMS en Suisse – initiative de FairGive

On le sait, une des limites à l'utilisation des SMS par les associations tient aux conditions tarifaires consenties par les opérateurs (voir ici l'étude « Sending out an SMS » de nfpSynergy).

→ L'Initiative de [FairGive](#) et de 8 associations suisses a permis de négocier des conditions plus avantageuses et transparentes pour les dons par SMS, et ce avec tous les fournisseurs de télécommunications.

Le principal résultat: en fonction de la somme donnée et du fournisseur, les déductions ont pu être réduites en moyenne jusqu'à environ 7% – auparavant, elles pouvaient atteindre jusqu'à 30%.

FairGive fonctionne comme une plaque tournante et garantit un flux de dons correct, transparent et le plus rapide possible entre l'organisation concernée et les différents fournisseurs

de télécommunications.

Swissfundraising indique que les associations Aide Suisse contre le Sida, Amnesty International, Caritas Suisse et Greenpeace ont déjà lancé leurs campagnes ces derniers jours, et que le WWF Suisse et Helvetas devraient bientôt suivre.

La source de cette information ici , sur le site de SwissFundraising

Des détails ici, sur le site de Getunik, partenaire de l'opération.

l'évolution des dons aux états unis (Association Fundraising Professionnels)

Les résultats de la 9^{ème} enquête annuelle sur l'état de la collecte de fonds aux états-unis ont été dévoilés lors de la 47^{ème} conférence internationale sur le fundraising (plus d'info [ici](#)), organisée à Baltimore par l'*Association Fundraising Professionnels* (site de l'AFP [ici](#)).

Ces résultats, dont le détail peut être consulté [ici](#), font apparaitre une évolution préoccupante, déjà engagée en 2008 :

Dans les enquêtes précédentes, et jusqu'en 2007, environ 60% des organismes relevaient une augmentation de leur collecte d'une année sur l'autre. En 2008, ce pourcentage est tombé à 46%, tendance confirmée en 2009 avec un taux de 43%.

Par ailleurs, pour plus des 2/3 des associations qui ont

bénéficié d'une augmentation, celle ci n'a pas été supérieure à 20%.

A comparer aux chiffres de 2006, année au cours de laquelle 23% des associations avaient profité d'une augmentation de plus de 50%.

L'ensemble des associations sont touchées de la même façon, toutes causes, tailles, et localisations géographiques confondues.

L'enquête montre également que certains canaux de collecte sont moins concernés que d'autres, comme le montrent ces graphiques, qui représentent l'évolution du pourcentage d'associations ayant relevé une augmentation/diminution/stabilité de la collecte d'une année sur l'autre, par canal :



Malgré cela, les collecteurs restent optimistes. Plus de 60% espèrent collecter plus en 2010 qu'en 2009 alors que ce taux n'était que de 28% en 2009.

Dans la plupart des cas, la stratégie prévue pour 2010 est d'augmenter les ressources dans les domaines suivants :

- Grands donateurs (major gifts)
 - Dons réguliers (planned gifts)
 - Dons en ligne (on line sollicitation)
 - Dons en provenance de personnes morales (corporate and foundation grants)
-

un magazine sur le don .. au Québec



Lancement le mois dernier de DON magazine (« *le magazine qui fait du bien* »), dans le cadre plus global de la création d'une nouvelle ressource caritative, intégrant :

- un magazine
- un site internet ([ici](#))
- une présence sur les réseaux sociaux (page Facebook [ici](#), compte Twitter [ici](#))

Ce projet veut être le trait d'union entre ceux qui donnent, et les organismes qui utilisent leurs fonds, en informant les premiers des grandes réalisations et des personnes qui travaillent au sein des associations bénéficiaires de leurs dons.

On trouve sur le site, outre la possibilité de s'abonner au magazine, différentes sections proposant des contenus tels que :

- Articles du magazine ou d'autres sources
- Actualités
- Liens

Exemples de quelques articles récemment publiés sur le site du magazine :

- [Garder les donateurs](#) (extrait d'une intervention de Simone JOYAUX à la dernière convention de l'Association or Fundraising Professionals à Baltimore)
- [Les dons en ligne séduisent les jeunes](#) (reprise d'un

article d'Alain DUHAMEL sur le site lesaffaires.com)

- [De grands noms, de grandes causes](#) (ce qui motivent les artistes qui soutiennent les oeuvres humanitaires)

Baromètre générosité des français – 03/2009 (Cerphi)

● Nous reprenons la conclusion de la livraison du mois de mars, disponible en ligne sur le site du CERPHI

Une érosion, mais pas un décrochage

Globalement depuis 5 mois, les intentions de dons sont assez stables : quasiment deux tiers des Français pensent que leur don en 2009 sera équivalent à celui de 2008, et 20% environ pensent le diminuer. Ce constat ne porte pas particulièrement à l'optimisme, mais il ne reflète pas (encore) l'effondrement qu'on a pu craindre.

A ce stade de la crise, le don reste une valeur à laquelle on tient avant d'être une variable d'arbitrage budgétaire des ménages.

Les données observées dans la réalité semblent confirmer le constat d'une baisse limitée des dons, mais elles font apparaître une ventilation différenciée des dons selon le type de cause.

Pour exemple, en comparant les résultats de la prospection téléphonique réalisée depuis 2007 pour deux organismes de Solidarité Internationale et un organisme de recherche, on constate que les organismes de solidarité ont subi une baisse de + ou -4 pts tandis que l'érosion a été limitée à 2

pts pour l'association de recherche. (il ne s'agit bien sûr que d'une indication)

- Il aurait été intéressant d'ajouter à ce panel, pour le compléter, des organismes de Solidarité Nationale.

Le don par mobile se fait plus généreux

[Source : La lettre de l'atelier Le don par mobile se fait plus généreux](#)

Aux USA, le don par téléphone mobile devient un canal majeur pour les associations et les organisations non gouvernementales. Pour 2008, les dons effectués par mobile et payés via la facture de l'opérateur de téléphonie ont représenté la moitié d'un million de dollars. Sachant que le plafond maximal par geste charitable sur ce canal est de 5 dollars, cela représente plus de 100 000 donateurs. Cela peut paraître une goutte d'eau face aux 10,44 milliards (soit 7,51 milliards d'euros) récoltés sur le web en 2007.

Le Super Bowl comme parrain

Mais il faut se rappeler qu'il y a douze ans, les dons sur Internet n'avaient rapporté que 300 000 dollars (plus de 215 000 euros) pour la seule année de la mise en place du service. En outre, le système de paiement mobile n'a été lancé qu'en février, lors d'un événement typiquement américain – le Super Bowl de football américain – avant d'être rendu disponible pour les ONG en mai. Le processus est simple : ceux qui

veulent lever des fonds deviennent clients d'un des prestataires agréé par la [Mobile Giving Foundation](#) (MGF). Un mot-clef de 5 à 6 caractères est attribué à chaque utilisateur.

Quelques « petits » frais de gestion

Par exemple, WHISH correspond à l'association Make A Wish. Le donateur n'a plus qu'à envoyer ce code au numéro 90999, à condition que son opérateur fasse partie des partenaires de la MGF. Il se verra débiter du montant de 5 dollars. Ce plafond pourrait bientôt être porté à 10 dollars. Sur cette somme, une petite partie (0,5 dollars) est allouée à la MGF, et une autre au prestataire (0,25 dollars dans le cas de [mGive](#)). A noter : aux Emirats Arabes Unis, la Zakat (aumône du Ramadan) peut déjà être effectuée depuis un téléphone nomade.

Les français s'engagent malgré la crise

Don d'argent (cf. les résultats du dernier téléthon), ou *don de temps* ?

Il semble que la crise n'ait pas affecté la générosité des français. Néanmoins, des changements de tendance apparaissent :

- préférence aux causes de proximité
- un plus grand nombre de plus de petits dons
- des dons en nature en augmentation (cf. banque alimentaire, et étude du réseau [Recherches et Solidarités](#))

- et la crainte de la baisse des subventions, pour les organismes concernés par ces ressources..

Premiers éléments de réponses dans ce article du Journal du Dimanche (28/12/2008) disponible ici en téléchargement

Voir, ou revoir également un article du Figaro, plus ancien, sur la même question

ainsi qu'un [article du Monde, du 25 décembre](#)