

un SDF tagamogtchi pour votre Iphone (association depaul UK)

(tweeté par [CulturePub](#), et vu [ici](#) sur le blog de Pierre-Jean Choquelle).

L'application s'appelle **iHobo**, que l'on pourrait traduire par e-sdf, ou e-vagabond (voir la page wikipedia Hobo [ici](#)).

Elle est lancée par l'association DEPAUL UK (site [ici](#)), en collaboration avec [Publicis London](#).

Une fois l'application chargée, votre Iphone sera occupé par un jeune SDF durant trois jours, période pendant laquelle vous serez incité à le nourrir, le financer, lui apporter un réconfort, bref vous en occuper.

A intervalles régulier, le iHobo se manifeste pour solliciter votre aide. De la rapidité de votre réaction pourra dépendre son efficacité.

Pour ceux que la technique intéresse, c'est la dernière version 3.0 du firmware de l'Iphone qui apporte de nouvelles fonctions de push, permettant au iHobo de se manifester et d'exprimer ses besoins.

A l'issue de la période de 3 jours, l'application passe à une phase plus didactive et pédagogique, et incite à passer à l'acte, et en particulier à faire un don à l'association.

L'enjeu pour cette association, spécialisée dans l'aide aux jeunes en difficulté, est de toucher un public jeune, pour lui faire prendre conscience de la réalité des besoins des jeunes en difficulté.

Polémique en vue, assumée par l'association qui explique dans son dossier de presse :

« Toutes les étapes du processus de conception et de développement de l'application ont été discuté et approuvés par un groupe d'étude de personnes ayant bénéficié de l'aide de Depaul UK. Ces jeunes gens ont approuvé les fonctionnalités de l'application, et étaient totalement en accord avec notre démarche. Le nom donné à l'application Ihobo a également fait l'objet d'un consensus, le but étant d'attirer l'attention »

Au Canada : l'attitude des jeunes donateurs – concours de l'adolescent le plus généreux – don via mobile

Mackenzie placement (site institutionnel [ici](#)) est une société de conseil en placements opérant au Canada. Elle organise cette année encore le concours de l'adolescent le plus généreux (présentation de ce concours [ici](#)), par l'intermédiaire de sa fondation.

Un sondage a été organisé à cette occasion, qui fait apparaître un certain nombre de comportements :

- L'intérêt envers les œuvres caritatives luttant contre la pauvreté a grimpé de 16 pour cent depuis 2008, atteignant aujourd'hui 38 pour cent.
- La deuxième cause en importance pour les adolescents est la santé (36 pour cent, comparativement à 30 pour cent

en 2008) suivie par l'environnement (30 pour cent, comparativement à 20 pour cent en 2008).

- Les adolescents utilisent Internet pour passer le mot à propos des œuvres caritatives qu'ils appuient: Plus de la moitié (54 pour cent) ont déclaré utiliser Facebook pour communiquer au sujet d'activités caritatives; 50 pour cent déclarent le faire par courriel et 10 pour cent utilisent Twitter.
- Ces chiffres augmentent nettement en fonction de l'âge, les jeunes filles âgées entre 16 et 19 ans déclarent qu'elles ont recours à Facebook et 63 pour cent des jeunes hommes du même âge utilisent ce réseau social en ligne pour communiquer au sujet d'activités caritatives.
- L'année dernière, 58 pour cent des adolescents ont déclaré faire don de leur temps ou de leur argent pour effectuer des travaux caritatifs.
- Parmi les jeunes qui faisaient don de leur argent, 45 pour cent déclaraient avoir donné entre 5 et 10 dollars l'année passée, 5 pour cent seulement déclarant avoir donné entre 100 et 300 dollars.
- Le souhait de contribuer à leur communauté est comme par le passé le facteur qui motive le plus les adolescents à appuyer un organisme caritatif (37 pour cent), suivi de près par le désir d'améliorer le monde (36 pour cent).
- Répondre aux exigences scolaires constituait le troisième facteur en importance.

(voir [ici](#) la source de ces informations)



Par ailleurs, ces jeunes donateurs pourront désormais utiliser leur téléphone mobile pour faire un don, comme le révèle cet article ([ici](#))

Il leur suffit pas exemple de taper HOPE suivi de 30333, pour

faire un don à l'organisation Plan Canada

La Mobile Giving Foundation (site provisoire [ici](#)) coordonne les opérations avec l'Association Canadienne des Télécommunications sans Fil, et s'assure que les associations bénéficiaires répondent à un certain nombre de critères (9/11 au minimum) (voir le détail de ces critères [ici](#))



Voir également le site MobileActive ([ici](#)), pour des idées plus générales sur l'utilisation sociale et militante des mobiles.

[Jolkona, nouvelle fondation américaine pour les jeunes microphilantropes](#)

● Appris sur [le tweet de Mmartin](#), l'existence du site de la Fondation Jolkona, plus spécialement destiné aux 14-35 ans.



Outre l'usage naturel d'Internet, cette génération se caractérise par son souhait de créer et d'entretenir un lien direct avec les projets ou les personnes aidés, et de mesurer l'impact réel des dons, même pour des montants faibles (« *small donations having measurable impact* »)

Le site, et plus généralement la Fondation, se propose ainsi d'être un intermédiaire, totalement transparent, entre chaque donateur et le projet qu'il a choisi de financer.

100% des sommes versées sont affectées aux associations bénéficiaires, ce qui est rendu possible par l'existence d'un fonds particulier, réservé au financement de l'administration de la Fondation. Ce fonds est alimenté par un certain nombre de partenaires personnes privées ou entreprises.

Chaque donateur dispose d'une page personnelle, qui lui permet de visualiser l'impact réel des dons effectués.

Différentes informations sont ainsi disponibles (photos, renseignements, graphiques).

Voir [ici](#) la présentation générale du fonctionnement (« quick tour »)



● Revu à cette occasion [ici](#), des extraits du livre [Money well spent](#), et en particulier le chapitre sur la microphilanthropie, qui évoque différents sites, plus anciens, fonctionnant sur ce modèle :

[Donors Choose](#)



permet d'aider des professeurs dans les écoles publiques américaines

[Global Giving](#)



fondé par des anciens employés de la Banque Mondiale, il permet de sélectionner un projet par zone géographique ou catégorie.

Kiva



qui facilite le micro crédit par des personnes privées, à destinations d'entrepreneurs dans les pays en voie de développement

Reality Charity



qui est une plateforme permettant à la fois aux personnes désirant recevoir des fonds de créer leur page d'appel à don, et aux donateurs de choisir une personne. Il s'agit d'un véritable e-bay du don, chaque donateur ou bénéficiaire pouvant s'inscrire librement ; la plateforme se rémunère à hauteur d'environ 4% des sommes versées.



Un guide pour les jeunes donateurs écrit par une jeune américaine (Kid's Guide to giving)



Vu sur le site Network for Good, [ici](#), une information sur ce livre (disponible sur Amazon [ici](#)) écrit par Freddi Zeiler, une

jeune américaine de 14 ans.

Comme son nom l'indique, ce livre est conçu comme un guide pratique pour de futurs jeunes donateurs, l'auteur ayant trouvé que les informations fournies par les associations n'étaient pas suffisamment « kid oriented ».

Il donne donc un certain nombre de conseils, fournit une liste d'associations classées par thème, donne des exemples d'opérations impliquant des jeunes.

En complément du billet sur les goûters d'enfants caritatifs, à lire [ici](#)

[Des goûters d'enfants caritatifs \(Echoage\)](#)

Trouvé [ici](#) sur cyberpresse.ca, un article sur le site ECHOAGE, créé en janvier 2008.



Ce site, accessible [ici](#), permet aux parents organisateurs d'un goûter d'anniversaire de proposer à leurs invités de faire un don à une association, en même temps qu'ils participent à un cadeau commun : one gift, one cause.

A la fin de l'opération, la famille organisatrice recevra d'Echoage un chèque d'un montant de 50% des dons collectés, ainsi qu'un reçu fiscal correspondant à la somme qui aura été versé à l'organisme choisi par l'enfant.

Les avis sont partagés sur le sens que cela peut avoir pour un

jeune enfant, et à partir de quel âge la notion de don et de solidarité peut se manifester réellement. (sur le thème des jeunes donateurs, voir aussi ce billet [ici](#))

Sur le même principe qu'un site tel qu'aiderdonner, mais à destination d'un public plus jeune et d'un événement particulier, le site prend ainsi en charge l'ensemble des étapes de l'organisation :



1. Choisir parmi les différents modèles d'invitation
2. Choisir 1 parmi les 16 associations référencées
 - 5 américaines : [EarthCorps](#), [International Child Art Foundation](#), [Girls Inc](#), [Nourish America](#), [Free The Children](#)
 - 11 canadiennes : [Evergreen](#), [Camp Oochigeas](#), [Second Harvest](#), [Free The Children](#), [EcoKids](#), [Girls Inc](#), [Autism Speaks Canada](#), [Indigo love of reading foundation](#), [World Wildlife Fund](#), [Children's Miracle Network](#), [Hospital For Sick Children](#)
3. Envoyer les invitations
4. Suivre les retours
5. Imprimer une affiche de reconnaissance
6. Envoyer un email de remerciement aux participants