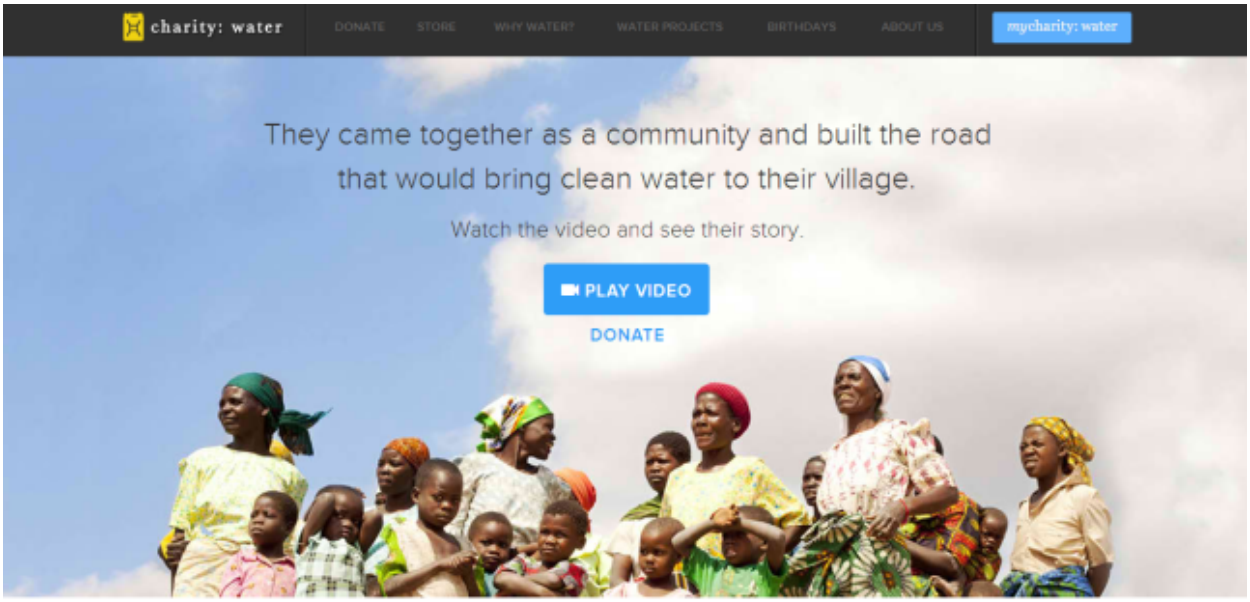
Entretien avec Scott Harrisson (fondateur de Charity:water) sur le journal du net



We're a non-profit organization on a mission to bring clean and safe drinking water to every person on the planet. Join us.

Sponsor a water project and give clean water to an entire community.

56,659 people have started campaigns for clean water and you can too.

800 million people don't have access to clean drinking water. That's 1 in 9 of us.

We've funded **9,458** water projects in **20** countries.
Here are three things that make us different.

100% MODEL

Private donors fund our operating costs so 100% of your donations go straight to the field.

PROVING IT

We prove every water project we build using photos and GPS coordinates on Google Maps.

LOCAL PARTNERS

We work with strong local partners on the ground to build and maintain water projects.

LEARN ABOUT OUR WORK

l'association Charity:water a été fondée en 2006 et compte 66 salariés.

Depuis cette date, elle a récolté 100 millions de dollars, et financé 9 400 projets. Elle se concentre exclusivement sur la problématique de l'accès à l'eau dans les pays en développement.

son fondateur revient dans cet entretien sur différentes spécificités de son organisation, et notamment sur des aspects liés à la collecte.

On retrouvera ici l'intégralité de l'entretien

Un modèle différent

> *Dès le départ, nous avons voulu que la totalité de l'argent collecté via notre plateforme soit entièrement dédié au financement des projets que nous menons. Ainsi, chaque microdon contribue réellement au financement d'une installation. Les coûts liés à l'opérationnel sont, de leur côté, entièrement pris en charge par l'apport financier d'investisseurs privés tels que Jack Dorsey (Twitter) ou encore Sean Parker (Napster, Facebook). Autre élément important, nous souhaitions que le donateur puisse se rendre compte de manière très concrète de l'utilisation qui était faîte de son argent et de son impact sur la vie des populations locales.*

Un reporting détaillé sur chaque projet

> *Le programme Dollard to Project permet aux donateurs de voir exactement où sont passés chaque dollar qui a été dépensé pour un projet. Nous mettons également à leur disposition les coordonnées GPS de chaque installation ainsi que des photos du travail réalisé dès que le projet arrive à son terme. Notre modèle repose sur une totale transparence.*

La présence sur les réseaux sociaux

Notre présence sur les réseaux sociaux et notre attitude très « early adopter » a fait dès le début partie intégrante de notre ADN. En effet, dès qu'un nouveau réseau social fait son apparition, nous l'essayons de manière presque systématique, avec plus ou moins de succès selon les cas. Nous avons, par exemple, été l'une des premières marques à ouvrir un compte sur Instagram. Nous sommes également l'une des rares organisations à but non-lucratif à dépasser le million de followers sur Twitter.