De la créativité dans les QR codes

Le QR Code (QR pour Quick Response) est une version améliorée du code barre.

- Il peut par exemple être lu par différentes applications sur mobile et renvoyer sur un site internet.
- Il peut également remplacer la ligne optique ou le code barre sur les coupons envoyés aux donateurs lors des opérations de fidélisation ou de recrutement. Il permet alors d'optimiser la phase de numérisation en récupérant différentes informations (code de la campagne, code donateur, grille de don, etc.).

Il reste malgré tout un outil technique et assez rébarbatif, qu'il est possible de rendre plus attrayant !

Quelques idées :

le logo dans le QR Code



Intégré à un dessin (vu sur minutebuzz.com)



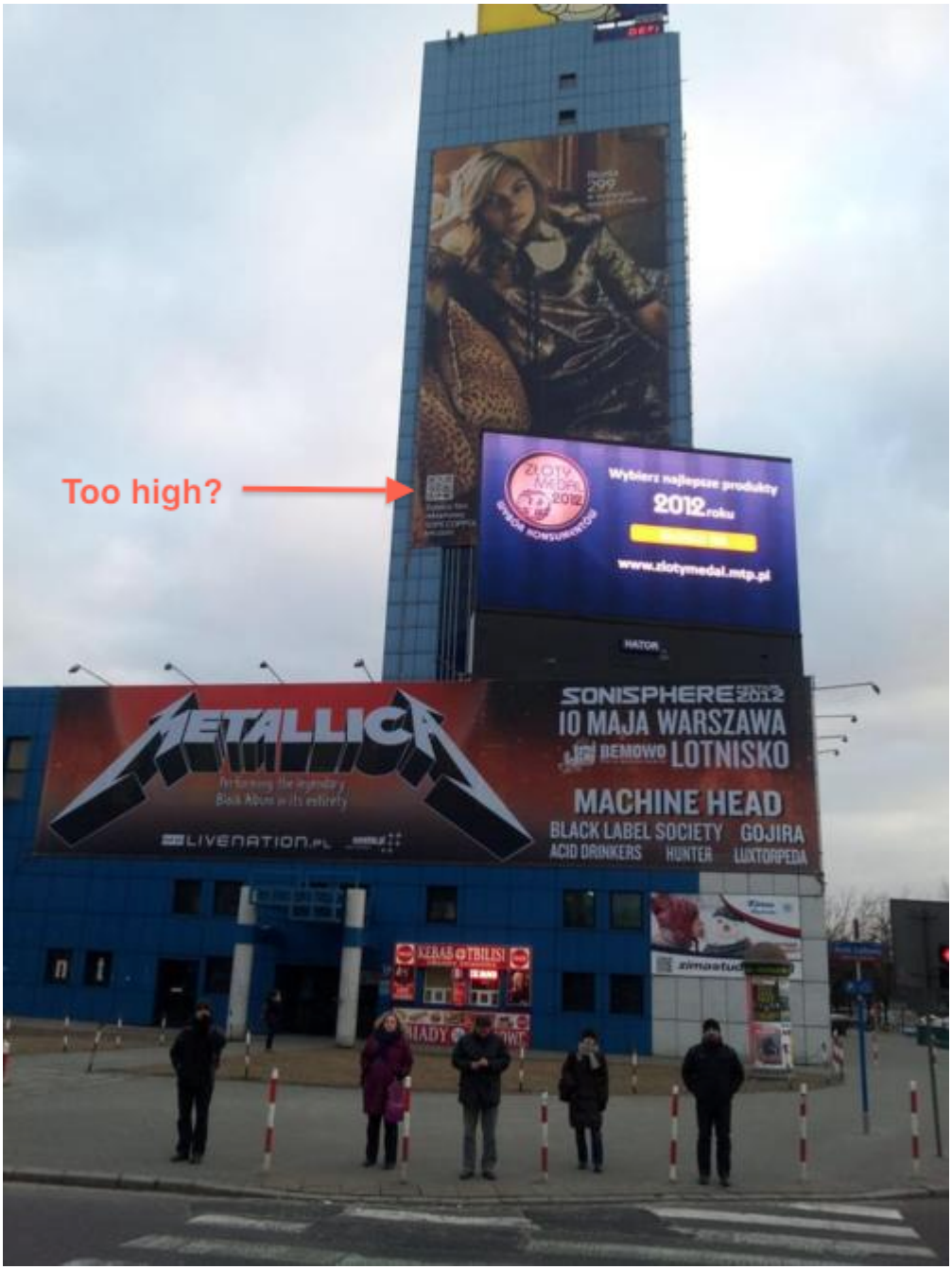


Sur une pizza, pour recruter des créatifs (vu sur mdelmas.net)



Attention à ne pas exagérer : quelques erreurs à ne pas commettre (vu sur beqrious.com)

Trop haut !



Sur une surface inadaptée (et un peu trop haut par ailleurs) !



Dangereux !

---

histoires de philanthropes : le site Ambassador For Philanthropy (Grande Bretagne)



Initiative soutenu par le premier ministre anglais Gordon Brown, et animée par son ambassadrice pour la philantropie (Dame Stéphanie Shirley).

Le site (visible ici) a pour objectif de présenter des philantropes, leur profil, leurs raisons de donner, leur implication, etc.

En complément du site, un blog est prévu (pas encore actif à ce jour), ainsi que l'organisation d'un forum sur internet et d'un sommet des philantropes.

Des articles de Giving Magazine viendront également alimenter le site en contenu.

---

le mini site pour la carte AGIR du Crédit Coopératif

Ce site (voir ici) présente le principe de la carte AGIR, ainsi que l'ensemble des autres produits solidaire de cette

banque :

Rappel du fonctionnement :

- L'option de base ne coute rien au client, à qui il suffit de choisir une association lors de l'ouverture du compte : la banque verse à cette association 3€ à chaque ouverture de compte, puis 0,06€ pour chaque retrait effectué ou 0,12€ si le retrait est effectué dans un distributeur du réseau Banque Populaire.
- L'option Solidaire Ensemble engage le client, qui devient alors donateur, en choisissant les montants qu'il souhaite verser (voir le simulateur de don présenté plus haut)

Une **vidéo virale** sur Youtube (voir ici), présente également le principe du produit ; Dans ce cadre, le Crédit Coopératif s'engage à reverser 0,05€ à une des associations partenaires, pour chaque visionnage effectué (7 500 vues au 22/02/10).

D'où ce mail, reçu récemment d'une des associations partenaires :

On comprend bien l'intérêt pour les associations de favoriser ce genre d'opération à la vue des **résultats 2009 de la collecte** de l'ensemble des produits solidaires (outre la carte, et sur le même principe, sont proposés SICAV, FCP, livret, livret jeune, etc.) pour les associations partenaires (chiffres disponibles sur le site) :

- Action contre la Faim : 216 000€
- Aides : 47 598 €
- Aide et Action : 36 621 €
- Fondation Energies pour le Monde : 160 630 €
- France Nature Environnement : 104 572 €

- Médecins du Monde : 40 286 €
- SOS Villages d'Enfants : 1 259 € (depuis septembre 2009)
- Fondation Surfrider Europe : 16 212 €
- Terre et Humanisme : 357 827 €
- Unapei : pas d'information disponible

Retour des assises de la fiducie philanthropique

Quelques idées ou informations, en attendant le compte rendu qui sera publié sur le site

- le discours de Christine LAGARDE, ici sur le site DailyMotion
- la présentation de l'étude du Cerphi (« la philanthropie d'aujourd'hui vue par ses acteurs »), ici sur le site www.fiduciephilanthropique.fr

Sur **les fonds de dotation** (on pourra revoir ici à cette occasion la synthèse de la présentation faite à l'occasion du dernier forum des associations).

- Ils constituent un outil simple et efficace (plus de 110 créés à ce jour), que les acteurs doivent maintenant s'approprier en procédant à des « réglages ».
- voir également ici des éléments d'analyse sur le site du cabinet DELSOL.

Qu'attendent les philanthropes ?

- un retour sur leur générosité (le terme « impact giving » n'a pas été prononcé mais il s'agit bien de cela).

- la possibilité d’être partie prenante dans la gouvernance des organisations dans lesquelles ils « investissent ».
- des assurances sur le sérieux dont vont être menés les projets sur lesquels ils s’engagent.

- **La philanthropie n’est pas du mécénat d’entreprise**

  - c’est bien souvent un projet familial.
  - les confondre pourrait conduire à assimiler certaines opérations à des abus de bien sociaux.

- Une **typologie des nouveaux philanthropes** (source Cerphi, voir ici la présentation intégrale)



- **Un avenir incertain ?**

  - Les testaments enregistrés au profit d’associations ou de fondations seraient en forte baisse (Bernard MONASSIER), phénomène dû aux récents scandales et à une insuffisante transparence des associations.

- **L’exemple de la Fondation pour la R echerche Médicale**

  - une pré sélection des projets
  - un suivi et une évaluation des projets retenus
  - un retour vers les donateurs

- **Les acteurs bancaires** (BNP Paribas Wealth Management, Ecofi Investissement, Banque Transatlantique)

  - Conseils, experts, sélectionneurs de projets
  - Accompagnant les associations et les fondations
  - On pourra revoir ici le billet sur la banque du Luxembourg, qui évoquait certains de ces thèmes