la perception des donateurs américains sur les coûts de collecte

vu ici sur le site de l'Association of Fundraising Professionals

L'américain moyen considère qu'il est normal pour une OSBL de consacrer 23% des fonds récoltés aux dépenses administratives et de collecte. La mauvaise nouvelle est que le même américain estime que ce ratio est actuellement de 37%.

Ces résultats sont issus d'une enquête menée en 2012 par Grey Matter Research auprès de 1011 personnes *(donateurs ?)*.

Certains des résultats de l'étude sont plutôt positifs. Le chiffre de 23% est un chiffre supérieur à ce qui est souvent indiqué dans les média, et est assez représentatif de la réalité des coûts. « *Nous entendons souvent parler de donateurs estimant que les frais généraux représentent 5% ou moins* » souligne Andrew Watt, président et CEO de l'AFP. *"Alors que certains sont toujours dans ce cas, il est clair que nombre de donateurs ont une vision plus nuancée de la situation.*« .

Selon l'étude, si 18% des donateurs pensent qu'un ratio de 9% est exagéré, un pourcentage équivalent estime qu'un ratio de 40% reste dans les limites du raisonnable.

Le « National Center for Charitable Statistics » et le « Center on Philanthropy at Indiana University« , dans le cadre du projet sur les frais de fonctionnement dans le secteur associatif ont déterminé que ce ratio se situait en réalité entre 20 et 28%.

Par contre, alors que les personnes interrogées semblent avoir des opinions variées sur ce qui est raisonnable en terme de ratio de frais de fonctionnement, leur perception sur ce que les associations dépensent est beaucoup plus négatif.

Ainsi, plus de 30% des personnes interrogées pensent que les OSBL dépensent plus de la moitié des fonds recueillis en dépenses administratives et de collecte.

En outre, la synthèse de l'étude montre que 62% pensent que ces dépenses sont trop importantes. Seuls 25% pensent que ces dépenses sont raisonnables, 12% estimant qu'elles ne sont pas suffisantes.

Les résultats font apparaître des attitudes variées et complexes, et aucune tendance claire ne se révèle. Bizarrement, les personnes qui donnent le plus sont celles qui pensent que les associations dépensent trop.

Ron Sellers, président de Grey Matter Research, compare ce résultat au sentiment que certains éprouvent envers les politiciens. « *Le comportement du consommateur est rarement simple. Il est tout à fait possible pour quelqu'un d'avoir un sentiment général très négatif, mais de trouver que certaines associations ne posent aucun problème. On peut par exemple estimer que la plupart des politiciens sont des escrocs, tout en en trouvant un honnête. Cela vous rendra d'autant plus enthousiaste à son égard.* »

Ce type de comportement – et l'impression générale négative sur le secteur et la façon dont il gère les coûts – ne présage rien de bon, et Andrew Watt insiste sur l'importance que les associations doivent donner à l'information et à la pédagogie sur ce sujet. « *Toutes les études montrent que l'investissement dans les technologies, la professionnalisation, et plus généralement les frais généraux, permettent aux associations de devenir à terme plus efficaces. Il ne faut pas hésiter à communiquer clairement sur ces sujets*

et je pense que les donateurs apprécient la transparence sur la façon dont leur argent est utilisé« .