

le think tank de la fiducie philanthropique (Institut Pasteur)



Dans le prolongement des assises de la fiducie philanthropique organisées en novembre 2009, l'Institut Pasteur a lancé un site pour animer et mettre en valeur les réflexions d'un « think tank », regroupant des experts et des membres.

Ce site, présenté comme « *le site des experts de la fiducie philanthropique* », a été développé sous [WordPress](#) et inclut les extensions [Buddypress](#), qui permettent d'ajouter à ce CMS un certain nombre d'extensions (plugins) à vocation « réseau social ».

On trouvera en particulier:

- La présentation des experts (premier cercle) et des membres (second cercle) du groupe de réflexion.
- L'annuaire des abonnés (hors groupe de réflexion), sachant que tout visiteur intéressé a la possibilité de s'inscrire en ligne et de créer un profil.

Une fois inscrit en tant qu'abonné, vous pourrez entrer en relation avec l'une ou l'autre des personnes, et lui envoyer des messages privés (voir à ce sujet une récente étude de Salesforce [[ici](#)] qui montre l'émergence des réseaux sociaux comme alternative à l'email).

- Une veille d'information, regroupée de façon chronologique et par thème
- Les avis du think tank, sur un certain nombre de

dossiers ouverts par ailleurs à la discussion entre les différentes personnes inscrites.

Un dossier est ouvert par exemple sur la question de savoir si « *la réduction d'impôt liée à des dons est-elle une niche fiscale ?* ». Outre les contributions de Virginie Seghers et Sandrine Quilici (respectivement experts et membres du think tank), on trouvera celles de Daniel Gutman et Luc Jaillais (simples abonnés ?).

La distinction n'est pas encore claire entre les avis « officiels » du think tank, les avis d'abonnés, et ce qui relève d'une discussion, mais l'intention est bien de faire émerger un débat, qui sera naturellement modéré (serait-il pertinent d'identifier l'expert en charge de chaque discussion ?).

Dans le même ordre d'idées (la notion de groupe d'experts y étant moins présente voire absente), voir en Europe quelques uns des organismes :

en **Belgique**, L'initiative portée par la Fondation du Roi Baudoin, [[ici](#)]

au **Luxembourg**, la Fondation du Luxembourg, site visible [[ici](#)] et sa newsletter [[ici](#)]

en **Grande Bretagne**, l'Institute for Philanthropy [[ici](#)]

[minisite de la Fondation](#)

d'Auteuil : les acteurs du coeur – j'ouvre mon coeur

Sur le thème de l'enfance malmenée, la Fondation d'Auteuil prépare le lancement d'un mini site participatif [jouvremoncoeur](#) (conçu par l'agence [Excel](#), et réalisé par [Clic'ngo](#)).



L'objectif est de réunir le plus grand nombre possible d'internautes autour de la cause des enfants et des jeunes malmenés par la vie.

Les internautes sont invités à devenir « acteur du coeur », en s'inscrivant en ligne et en enrichissant ainsi une mosaïque de coeurs.

Le processus d'inscription, en 3 étapes, permet successivement :

- de donner ses coordonnées et son mail, avec opt'in
- de télécharger sa photo (ou pas), et de rédiger un message de soutien
- de faire connaître son soutien auprès de son réseau (facebook, twitter, signature de mail, téléchargement de la vignette de soutien)

Le site est particulièrement sobre, le contenu étant limité (si l'on peut dire !) à un bref développement sur les 5 axes d'action de la Fondation : accueillir, éduquer, former, insérer, aimer

On peut regretter, mais cela fait peut-être partie de la stratégie de communication, un côté frustrant : la seule possibilité de soutien est de devenir acteur du coeur sur le site, et aucun lien n'est prévu sur le don en ligne ou les

offres de bénévolat par exemple, et le seul lien sur le site institutionnel de la Fondation se trouve -un peu par hasard- dans la rubrique « contacts » (rubrique qui fait sortir du minisite, et arriver sur le site de la Fondation).

Le site n'est probablement pas dans sa configuration définitive, et sera sans doute enrichi une fois le nombre d'acteurs suffisant.

Voir aussi, sur le même principe mais pour une toute autre cause (l'accès à l'eau potable), le site [onedrop](#) (qui s'ouvre sur une très belle vidéo sur le thème du gaspillage de l'eau), primé récemment au Canada qui permet à chaque internaute de déposer sa « goutte d'eau », et de la partager sur le net.

Il ne s'agit pas ici d'un minisite, mais d'un site institutionnel, qui propose en complément cet « espace d'engagement », ainsi qu'un grand nombre d'outils de partage, et différentes possibilités d'engagement symbolique, sous forme de « gestes » :



[le Pandathlon, la course des héros verts](#)

● Nous avons déjà évoqué ici [la course des héros](#). Il s'agit d'une course solidaire dont l'objectif est de collecter 1M€ de dons pour plusieurs dizaines d'associations.

Le principe en est simple : chaque participant ou « héros » aura collecté 300€ de dons pour l'association de son choix

avant la course.

Un pic nic et un concert seront organisés dans le village réunissant les participants et les quelques 40 associations .

- Le WWF a choisi d'organiser une version privatisée de cet événement, en organisant [le Pandathlon](#).



Le principe est le même, et le site s'appuie d'ailleurs également sur la plate forme développée par aiderdonner.

Chaque équipe dispose de sa page de collecte, sur laquelle sont affichés, outre un texte de présentation, les objectifs et le niveau de réalisation, ainsi que des possibilités de réseautage (Facebook, Twitter, Viadeo, etc.).



- Les objectifs de collecte (400€ par participant) sont d'autant plus ambitieux qu'ils sont assignés à des équipes composées de 4 participants, d'où le slogan « objectif 1600 », 1600 correspondant également au dénivelé franchi par les coureurs !

D'autres événements sportifs de ce type ont déjà été organisé par le WWF; Au Canada par exemple, l'ascension de la « CN Tower » a permis en 2009 de recueillir plus de 1M\$, avec 6 200 participants. Le même événement est organisé les 15 et 17 avril prochain (site de l'événement [ici](#)).

- On retrouve la même stratégie que celle qui a consisté pour cette association à ouvrir [le site Planete Attitude](#), site communautaire réservé aux seuls militants de la cause, plutôt que de privilégier des réseaux sociaux ouverts tels que Facebook ou autre, pour animer sa communauté.

Parmi les avantages d'une telle formule, qui nécessite naturellement un investissement plus lourd, on peut citer par exemple :

- une meilleure visibilité pour l'association.
 - une fidélisation facilitée.
 - la possibilité de délivrer des messages clairs et non brouillés (émetteur unique)
-

les associations et internet : le point de vue d'OPTIMUS (Frédéric Fournier)

les associations et internet :

- Lancez-vous !
- il faut dépasser les problèmes de technologie et d'organisation
- le web est un des canaux à prendre en compte, même si son apport est aujourd'hui encore marginal
- des exemples de développement d'une communauté parallèlement à une logique de collecte existent ([Fondation Nicolas Hulot](#)) ; (on pourrait également citer le WWF avec son [site communautaire planete-attitude](#))

[Frederic Fournier le podcast](#)

envoyé par [think_digital](#). – [Vidéos des dernières découvertes scientifiques.](#)

L'usage des réseaux sociaux dans les ONG

● vu dans la lettre de l'Atelier, cet article :

[Les ONG doivent étendre leur usage du participatif](#), qui montre l'intérêt pour les associations de profiter des ces nouveaux outils (développement du bénévolat et de nouvelles sources de financement).

● Tiré d'une étude réalisée conjointement par [Port Network](#), [NTEN](#), et [Common Knowledge](#), qui sera publiée le 5 mai sur le site du [NTEN](#) (Non Profit Technology Network), et dont nous rendrons compte, quelques remarques :

● Au delà de la pression des fournisseurs, dont l'objectif est en l'espèce de trouver des justifications à l'utilisation de leurs outils, L'utilisation des réseaux sociaux pour les associations peut répondre à différents objectifs, et par exemple :

- Faciliter les rencontres des membres d'un réseau existant, au sein d'un intranet par exemple pour préparer ou évaluer des actions, échanger des pratiques, militer ;
- Développer un réseau de bénévoles (ou de donateurs) par capillarité avec un noyau dur existant ;
- etc.

● Reste que la présence sur de tels réseaux suppose un investissement non négligeable en temps : Cela représenterait un jour par semaine pour 80% des associations interrogées (929 en mars 2009) présentes sur ces sites.