

Etude de la vision du donateur belge sur l'éthique dans les récoltes de fonds



Novembre 2016

À l'initiative de :

AERF asbl – VEF vzw

Réalisée par :

Prof. Dr. Tine De Bock

Prof. Dr. Tine Fasseur

Avec le soutien de :



Koning Boudewijnstichting
Fondation Roi Baudouin

*Samen werken aan een betere samenleving
Agir ensemble pour une société meilleure*



**Loterie
Nationale
Loterij**

KU LEUVEN

Rapport succinct pour les participants au Congrès de l'AERF



La question centrale de l'enquête est celle-ci :

Quelle est la vision du donateur belge sur l'éthique dans les récoltes de fonds et pourquoi ?

L'étude contient une esquisse descriptive (*Qu'est-ce qui est [in]acceptable pour le donateur belge ?*) et se focalisera sur les motivations (*Pourquoi est-ce qu'ils trouvent certaines pratiques de récolte de fonds [in]acceptables ?*).

Les récoltes de fonds sont examinées sous différents aspects : l'approche de donateurs potentiels, l'envoi de messages par certains canaux, la collecte et la gestion de données, la collecte de fonds et les dépenses, ainsi que des aspects liés à la transparence et le fonctionnement des associations.

Il n'y a pas de réponse tranchée à la question *quelles méthodes de récoltes de fonds sont considérées comme acceptables ou non*.

Indépendamment du thème (transparence, campagnes, recrutement en rue,...), il n'y a pas de réponse simple sur ce qui est éthiquement acceptable, ni sur les motivations sous-jacentes. Par contre, l'analyse des données indique que ces perceptions sont guidées par différentes idées, en l'occurrence les six concepts-clés suivants : **la liberté de choix, la dignité, l'authenticité, la relation de longue durée, le ciblage et l'équilibre.**

Liberté de choix



Ce premier concept qui guide les donateurs dans leur jugement, concerne le degré de limitation de leur liberté de choix des activités de récoltes de fonds.

Le donateur tient à ce concept, il veut que le choix de faire un don soit à tout moment son propre choix, et non celui - implicitement ou explicitement - de l'organisation. Il veut pouvoir justifier pleinement son choix. Le donateur doit pouvoir se sentir libre de donner ou non et pas se sentir contraint par le comportement de l'organisation.

Dignité



Des atteintes à la dignité de l'organisation, du donateur ou du bénéficiaire sont considérées comme inacceptables sur base de ce concept-clé.

Des pratiques qui remettent en question le rôle exemplaire de l'association, qui devrait imposer respect, posent question. Le donateur ne tolère pas la transgression de normes généralement acceptées, comme le respect d'autres opinions et de normes écologiques ou sociales.

La dignité du donateur est en jeu quand on ne reconnaît pas son rôle significatif, quand on ne le remercie pas, quand le don est considéré comme 'évident', quand on le rend responsable pour la résolution du problème, quand il doit se justifier. Sa dignité est anéantie quand il se sent traité comme un numéro parmi tant d'autres par une organisation qui veut avant tout son argent.

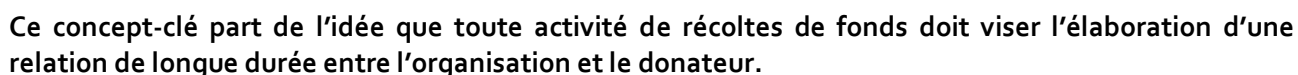
La dignité du bénéficiaire est en jeu quand il a le sentiment qu'il est un produit à vendre, avant d'être un être humain.

Authenticité



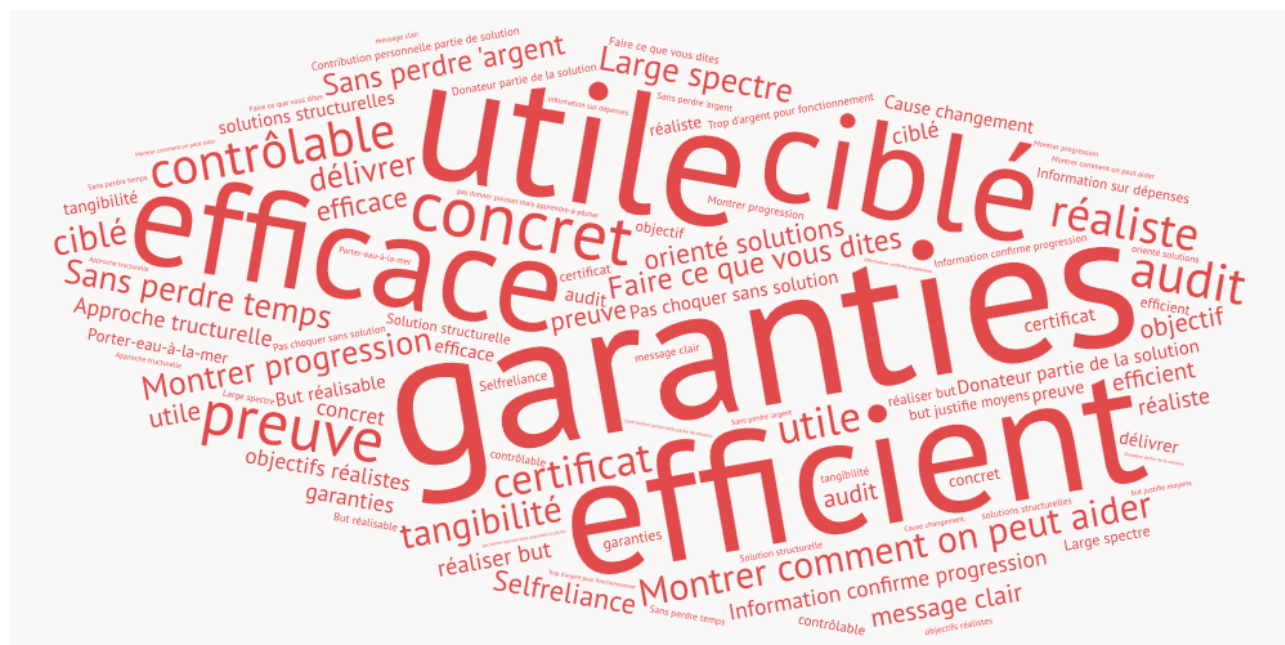
Rien de ce qu'elles font ne peut trahir leur histoire et leurs valeurs (*Walk the talk*).

Relation de longue durée



Des actions qui suscitent une décision impulsive ou à court terme, ne sont pas acceptables. Une relation de longue durée implique une interaction, un respect mutuel et une confiance réciproque. Les donateurs qui se laissent guider par ce concept, recherchent souvent une implication plus significative (active ou passive) dans l'organisation.

Ciblage



Le concept-clé de ciblage concerne l'efficacité et l'efficacité de l'organisation dans la réalisation du but pour lequel des dons sont sollicités.

Il s'agit de ne pas donner l'impression qu'il y a moyen d'obtenir plus ou mieux d'une autre manière. Le donateur voudrait souvent privilégier une approche structurelle et à long terme. Il ne veut pas entendre que 'tout est foutu', mais voir des objectifs réalistes qui lui permettent de participer à un réel changement.

Equilibre



Le donateur recherche une position de sécurité et d'équilibre qui lui permet d'avoir le sentiment de contrôler sa vie. Des pratiques de récoltes de fonds qui menacent son équilibre en le faisant sortir de sa zone de confort, deviennent inacceptables.

Le donateur fait des choix délibérés par rapport au don : quelle organisation ? Pourquoi celle-ci ? Combien ? Quelle fréquence ? Une fois ces considérations derrière lui, il peut se sentir en sécurité et en équilibre.

Quand le choix est fait, le donateur accorde beaucoup de confiance à l'organisation, aussi longtemps que celle-ci ne heurte pas son sentiment de contrôle, de certitude et de sécurité.

Interaction des concepts

Différents donateurs peuvent juger une pratique inacceptable pour des motifs distincts, c.à.d. sur base de concepts-clés différents. Certaines pratiques peuvent être jugées inacceptables sur base d'un concept (ex. dignité) et acceptable sur base d'un autre (ex. ciblage).

Des interférences entre les concepts-clés peuvent avoir une influence sur le jugement basé sur le concept-clé principal qui anime le donateur.

La recommandation finale et concrète de ce rapport est l'évaluation par les organisations de leur pratiques de récoltes de fonds par rapport aux concepts clés, grâce à un **'checklist'** (liste de contrôle).

Liberté de choix

- ✓ Nos pratiques limitent-elles le choix des donateurs ?
- ✓ Nos pratiques semblent-elles neutres pour les donateurs ?
- ✓ Permettons-nous aux donateurs de faire leur propre choix ?
- ✓ Pouvons ou imposons-nous des choix aux donateurs ?
- ✓ Pouvons-nous les donateurs à faire un choix ?
- ✓ Nos pratiques donnent-elles éventuellement le sentiment aux donateurs de se sentir obligés à faire un don ?
- ✓ Offrons-nous aux donateurs la liberté de refuser de faire un don ?
- ✓ Offrons-nous aux donateurs la liberté de ne pas être confrontés à nos interpellations ?
- ✓ Prenons-nous, en tant qu'organisation sans but lucratif, la décision à la place des donateurs ?
- ✓ Respectons-nous le choix du donneur quand il décide de ne pas donner ?
- ✓ Donnons-nous un sentiment de malaise aux donateurs quand ils décident de ne pas donner ?
- ✓ Émettons-nous un jugement, implicite ou explicite, sur les donateurs s'ils décident de ne pas faire un don ?
- ✓ Donnons-nous le sentiment aux donateurs d'être (co)responsables pour la résolution des problèmes que nous soutenons ?
- ✓ Mettons-nous, à un moment ou un autre du processus de récolte de fonds, une pression sur les épaules des donateurs ?
- ✓ Nos pratiques assurent-elles une liberté de choix aux donateurs ?
- ✓ Permettons-nous aux donateurs de faire un choix réfléchi et conscient par rapport au don ?

Dignité

- ✓ Nos pratiques affectent-elles la dignité de notre organisation ?
 - ✓ Nos pratiques menacent-elles nos valeurs sociétales ?
 - ✓ Notre présence est-elle digne d'une organisation sans but lucratif ?
 - ✓ Nos pratiques menacent-elles l'intégrité inhérente de notre organisation ?
 - ✓ Nos pratiques jouent-elles le rôle d'exemple que nous devrions jouer en tant qu'organisations sans but lucratif ?
 - ✓ Traitons-nous nos employés de manière juste et digne ?
- ✓ Nos pratiques affectent-elles la dignité du collecteur de fonds ?
 - ✓ Traitons-nous nos collecteurs de fonds d'une manière digne juste ?
 - ✓ Nos collecteurs de fonds sont-ils respectés et évalués avec dignité par rapport à leurs efforts ?
- ✓ Nos pratiques affectent-elles la dignité du donateur ?
 - ✓ Nos pratiques respectent-elles la dignité du donateur ?
 - ✓ Reconnaissons-nous, en tant qu'organisation, le rôle significatif des donateurs ?
 - ✓ Considérons-nous que faire un don est une évidence ?
 - ✓ Donnons-nous au donateur la responsabilité pour la résolution d'un problème ?
 - ✓ Émettons-nous un jugement sur le choix que le donateur (ne) fait (pas) ?
- ✓ Nos pratiques affectent-elles la dignité du donateur ?
 - ✓ Donnons-nous éventuellement le sentiment aux donateurs d'être traités comme des numéros ?
 - ✓ Donnons-nous le sentiment aux donateurs d'être intéressés principalement par leur contribution financière ?
 - ✓ Respectons-nous le donateur quelle que soit la taille de sa contribution ?
 - ✓ Attendons-nous de la part du donateur une justification de sa décision de faire un don ou non ?
- ✓ Nos pratiques affectent-elles la dignité des bénéficiaires ?
 - ✓ Donnons-nous une quelconque impression de considérer les bénéficiaires comme un produit ?
 - ✓ Notre point de vue sur les bénéficiaires touche-t-il l'essence de leur humanité ?
 - ✓ Se moque-t-on de religion ?
 - ✓ Se moque-t-on de certaines cultures ?

- ✓ Les bénéficiaires sont-ils au courant de la manière dont ils sont représentés dans les campagnes ? Etes-vous sûr que ça ne leur pose(rait) pas de problème ?
- ✓ Le bénéficiaire peut-il donner son avis sur les pratiques de collecte de fonds ?

Authenticité

- ✓ Expliquons-nous aux donateurs de manière cohérente et claire ce que nous représentons ?
- ✓ Exprimons-nous de manière cohérente et claire quelles valeurs sont au cœur de notre organisation ?
- ✓ Nos activités de collecte de fonds expriment-elles nos valeurs ?
- ✓ Exprimons-nous de manière cohérente et claire notre vision du monde et des problèmes que nous abordons ?
- ✓ Nos pratiques soutiennent-elles toutes notre histoire ?
- ✓ Notre organisation est-elle authentique ?
- ✓ Sommes-nous sincères dans nos pratiques ?
- ✓ Sommes-nous crédibles dans nos pratiques ?
- ✓ Mettons-nous davantage notre histoire que notre organisation à l'avant-plan ?
- ✓ Présentons-nous les problèmes soutenus de façon réaliste ? Pas trop simple, trop cliché, trop noir et blanc ?
- ✓ Nos pratiques relient-elles le but de notre organisation ?
- ✓ Faisons-nous vraiment ce que nous disons ?
- ✓ Nos pratiques sont-elles justes ?
- ✓ Nos pratiques sont-elles fiables ?
- ✓ Nos pratiques visent-elles à soutenir notre objectif central ?
- ✓ Nos campagnes sont-elles en mesure d'inspirer les donateurs sans laisser un sentiment négatif ?
- ✓ Collaborons-nous avec des gens qui sympathisent vraiment avec notre histoire ?

Relation de longue durée

- ✓ Nos activités visent-elles à construire une relation à long terme avec le donateur ?
- ✓ Nos pratiques favorisent-elles des décisions impulsives des donateurs ?
- ✓ Nos pratiques sont-elles axées sur les résultats à court terme ?
- ✓ Entretenons-nous suffisamment d'interactions avec les donateurs ?
- ✓ Communiquons-nous de façon suffisamment interactive avec les donateurs ?
- ✓ Écoutons-nous les donateurs ?
- ✓ Respectons-nous les valeurs, normes et décisions des donateurs ?
- ✓ Y a-t-il une confiance réciproque entre nous et les donateurs ?
- ✓ Le donateur, est-il impliqué dans notre organisation ?
- ✓ Offrons-nous aux donateurs la possibilité de jouer un rôle significatif (passif ou actif) dans le fonctionnement de notre organisation ?
- ✓ Collaborons-nous avec des gens qui veulent établir une relation à long terme avec notre organisation ?

Ciblage

- ✓ Nos pratiques sont-elles efficaces pour réaliser l'objectif de notre organisation ?
- ✓ Nos pratiques sont-elles efficientes pour atteindre l'objectif de notre organisation ?
- ✓ Pourrions-nous atteindre les mêmes buts avec d'autres pratiques de manière plus efficace ou efficiente ?
- ✓ Nos pratiques contribuent-elles suffisamment à la réalisation de l'objectif de notre organisation ?
- ✓ Nos pratiques, créent-elles assez la perception chez les donateurs que l'objectif est réalisable (et donc pas une cause perdue) ?
- ✓ Les solutions proposées pour résoudre les problèmes, sont-elles davantage structurelles que temporaires ?
- ✓ Fixons-nous des objectifs réalistes ?
- ✓ Chaque don contribue-t-il à un changement réel du problème ?
- ✓ Expliquons-nous assez aux donateurs ce que leur contribution peut apporter à la réalisation de l'objectif de l'organisation ?

- ✓ Donnons-nous assez d'information aux donateurs sur la façon dont leurs dons ont contribué à la réalisation de l'objectif de notre organisation ?
- ✓ Nos pratiques ont-elles une large audience ?
- ✓ Un pourcentage acceptable des fonds collectés est-il réellement réservé à la résolution du problème ?

Equilibre

- ✓ Nos pratiques poussent-elles les donateurs hors de leur zone de confort ?
- ✓ Nos pratiques remettent-elles en question la confiance des donateurs dans notre organisation ?
- ✓ Assurons-nous le contrôle permanent du comportement de don des donateurs ?
- ✓ Nos pratiques offrent-elles de la sécurité aux donateurs ?
- ✓ Ne flirtons-nous pas parfois avec le danger, créant ainsi un sentiment de menace auprès des donateurs ?
- ✓ Permettons-nous aux donateurs d'ajuster leur comportement de don à leurs moyens ?
- ✓ Est-ce que nous n'abusons pas de groupes-cibles plus faibles ou de la bonne volonté des gens ?
- ✓ Les donateurs ne sont-ils pas interpellés trop fréquemment pour faire un don ou pour en augmenter le montant ?
- ✓ Sommes-nous un partenaire fiable pour nos donateurs ?
- ✓ Nos pratiques ne perturbent-elles pas trop le monde familial des donateurs ?
- ✓ Est-ce que nous ne pénétrons pas trop dans la vie privée de nos donateurs ?
- ✓ Les donateurs ont-ils la possibilité d'éviter la confrontation avec des images cruelles ?
- ✓ Donnons-nous assez d'information au donateur sur la façon dont nous essayons de garder le problème sous contrôle ?