

Le don en ligne est en train de changer la donne humanitaire

Usages sociaux

Posté par: Olivier Bot

Publiée le : 28/1/2005 10:51:00

Le potentiel prometteur d'un Internet solidaire peut-il « augmenter le gâteau de la générosité publique » ? Pour Michel Elie - ingénieur retraité de Bull à Saint Clément de Rivièvre (Hérault), qui anime l'Observatoire des usages de l'Internet (Oui) - tel est « le véritable enjeu du don en ligne. » Cet usage se développe naturellement au fil du temps avec la généralisation de l'accès à Internet en France. Il y avait ainsi 22,2 millions d'internautes dans l'hexagone, début 2004, contre 16,6 début 2002.

Le don en ligne est, lui, "tiré" par la montée en puissance du e-commerce et de la confiance grandissante en la sécurisation du paiement électronique : 8,7 millions d'acheteurs en ligne début 2004 contre 4,6, début 2002.

Une vraie opportunité pour les petites organisations non gouvernementales (ONG) qui accèdent ainsi à une tribune peu onéreuse et peuvent faciliter leurs collectes. En terme d'audience, la récente saturation du site de la Fondation de France par l'afflux de dons, trois jours après la vague meurtrière déferlant sur l'Asie, est sans doute un signe encourageant pour ceux qui espèrent que le net nous rende plus égaux et solidaires.

Mais, en observateur attentif de la toile, Michel Elie note que le « potentiel de l'outil ne se traduit pas systématiquement dans les pages des associations de solidarité ». Ainsi, au lendemain du séisme dans l'océan Indien, « la réactivité ; atout principal de ce média ; n'a pas toujours été au rendez- vous ». Seules pages référencées pour les dons : celles de la Croix-Rouge internationale.

Avec des disparités étonnantes, dans l'écho donné à cet appel par les différentes Croix et Croissants Rouges des pays : bon point pour l'Algérie ; pas une ligne sur le site indonésien (une zone pourtant touchée) ; un million de dons enregistrés en France avant que le site ne se bloque ; Certaines associations ont aussi compris que, grâce au net, elles pouvaient « personnaliser le don, rapprocher le donateur du terrain ». Ainsi, les "Coups de pouce" du Secours catholique qui propose un choix d'actions à soutenir.

La même association a constitué un comité de donateurs qui pourra, explique-t-elle, « influer sur les orientations futures ». Beaucoup d'ONG ont opté, elles, pour une charte de confiance dans leurs rapports avec les donateurs (1).

Cette démarche de personnalisation, peut aussi prendre une forme culpabilisante, voire cynique, quand "Médecins du monde" précise que le don de 30 € permet « de soigner 200 plaies infectées en Tchétchénie » et que 40 € « sauvent quatre enfants de la guerre au Congo ». Aux Etats-Unis, certaines ONG proposent même des parrainages, avec webcam sur le "parrainé" ; Nouvelle illustration du "meilleur et du pire" cohabitant sur la toile.

O.BOT

(1) Afin de mettre en confiance les donateurs, une charte de bonne conduite (gestion, confidentialité, transparence) a été élaborée par le Comité de la charte est devenu le label du don en ligne.

Le [Comité de la charte](#) de déontologie "fondé en 1989, par de grandes associations et fondations sociales et humanitaires conscientes de ce que la générosité du public ne pouvait se développer que dans une relation de confiance avec l'opinion et particulièrement avec les donateurs" inclut dans ses recommandations un chapitre concernant les dons en ligne.

Article publié dans « Le Midi Libre » du vendredi 7 janvier 2005 et mis en ligne après autorisation de l'auteur