

Offrir ici, recevoir là-bas

LE DOUBLE EFFET SOLIDAIRE



Depuis une dizaine d'années, plusieurs ONG proposent des cadeaux solidaires. Une formule ludique pour attirer de nouveaux donateurs. Derrière le coup marketing, cette offre apporte-t-elle des retombées significatives ?

Ce sont les petits ruisseaux qui font les grandes rivières ou le grain de riz qui fait le sac. De l'expression française au proverbe sénégalais, il y a cette idée partagée par bon nombre de donateurs qu'un petit geste peut changer le monde. Chacun sa méthode : le virement mensuel sur le compte d'une ONG, des vacances consacrées à une cause solidaire, du bénévolat au comptoir d'une banque alimentaire ou un don de vêtements à une association.

Depuis quelques années, une nouvelle forme de don est apparue : le cadeau solidaire. Le principe ? Vous offrez de la solidarité à deux personnes en même temps. La première au destinataire du cadeau, un enfant, une soeur, un ami. La seconde à un village, une famille vivant dans un pays en souffrance. Exemple : au pied du sapin de

Noël, des parents offrent une poule à l'un de leurs enfants. L'animal ne caquetera pas dans le salon mais sera symbolisé sur une carte cadeau préalablement achetée auprès d'une ONG spécialisée dans les cadeaux solidaires. La volaille, elle, existera bien en chair et en os mais à des milliers de kilomètres. L'ONG se chargera de l'acquérir pour aider des paysans à mieux vivre leur quotidien.

Offrir ici, recevoir là-bas

À Vision du monde, organisation internationale qui revendique sa position de leader du parrainage d'enfants, l'idée du cadeau solidaire

Au Togo, au Sénégal, ou encore en Albanie, un animal d'élevage permet d'augmenter significativement les revenus d'une famille.



est née en 2005. « À l'époque, nous voulions toucher une autre cible de donateurs, explique Camille Romain, directrice marketing de l'ONG. Nous étions au démarrage du consommateur solidaire et cette envie de mettre du concret dans l'acte de générosité. » En quelques années, un catalogue annuel de cadeaux solidaires a été élaboré : « Internet a largement favorisé cette cible, renchérit Pauline Chauvet, responsable du marketing off-line. Nous proposons toutes sortes de cadeaux, de l'arbre fruitier à 10 euros à la construction d'une école à 18 000 euros. » Entre les deux, une trentaine de cadeaux différents : poules, biquette, ballon de foot, vélo, puits, etc. Et un discours publicitaire qui va avec, surfant sur les moments clés comme Noël, les anniversaires, les mariages ou encore la Saint-Valentin, dont la campagne de promotion a été inaugurée en 2012. C'est à cette occasion que Nathalie Durand, parisienne de 48 ans, a offert son premier cadeau solidaire : « Je ne fête pas ce rendez-vous avec mon compagnon, on est contre. Comme je suis impliquée dans le monde de la solidarité, j'ai

“ LE GRAND PUBLIC
AIME DE PLUS
EN PLUS AVOIR LE CHOIX
DANS LEUR ACTE
DE SOLIDARITÉ. ”

reçu un mailing sur cette opération. Je me suis lancée et j'ai offert une carte cadeau avec un ballon de foot à 15 euros à mon chéri. Un ballon qui ira à des enfants africains. Mon compagnon a trouvé ça très drôle et original. »

Un cadeau, oui mais lequel, pour qui, et pourquoi ?

Seul regret de Nathalie, « ne pas trop savoir dans quel village et pourquoi. » À Vision du monde, ce manque de retour personnalisé est un souci. « Nous ne pouvons individualiser un ballon ou une poule, se défend Camille Romain. Nous expliquons aux donateurs que nous servons une cause générale, un village, une communauté mais il nous est techniquement et financièrement impossible de donner des nouvelles de chaque don. Nos lettres d'information servent à expliquer où nous agissons. »

L'animal, un outil de solidarité au Maroc

Hassania Kanoubi travaille au Maroc pour Élevages sans frontières. Elle témoigne du sens des cadeaux solidaires sur place : « Chaque famille élève son animal à titre individuel, et avec le principe de "qui reçoit donne", l'animal est devenu un outil de solidarité très fréquent dans les villages et entre les familles. Les bénéficiaires trouvent que l'achat des animaux en France pour faire des cadeaux solidaires est une chose extraordinaire. Au Maroc, les animaux ne peuvent pas être offerts en cadeau car ils sont considérés comme une source de revenus. »

Le suivi, c'est aussi toute la préoccupation de l'ONG Élevages solidaires, lancée sur le créneau du cadeau solidaire depuis 10 ans. Cécile Ryckebusch, chargée de communication, admet elle aussi qu'il reste « compliqué » de donner des nouvelles de l'animal offert. « Certes, le côté ludique et original compte mais nous sentons d'abord chez nos donateurs une vraie préoccupation de la cause en général. Nous essayons de donner régulièrement des nouvelles du village aidé mais on ne peut pas encore aller plus loin. »



Photos © Élevages sans frontières



Bénéficiaires en Albanie et au Bénin.

Autre question soulevée, les produits achetés sont-ils 100 % solidaires ? En effet, comment garantir que ledit ballon de foot ou le jouet en plastique ne sont pas fabriqués à la chaîne par des enfants ? « Nous demandons à nos équipes sur place de faire attention évidemment à la nature des achats réalisés grâce aux cadeaux solidaires. L'idée est aussi de faire fonctionner l'économie locale. Une école, par exemple, sera construite avec des matériaux locaux. »

Customiser le don, un concept tendance ?

En effet, pour beaucoup d'associations, cette forme de don est loin d'être majoritaire dans les revenus de la structure. Un tiers de l'activité de dons à Élevages sans frontières, moins de 5 % à Vision du monde. Pour Yaëlle Aferiat, présidente de l'Association Française de Fundraisers, qui aide au quotidien à la collecte de fonds des ONG, « cette formule est une stratégie parmi d'autres et un complément de ressources. Avec ces cadeaux, ils multiplient les offres de dons pour toucher de nouveaux publics qui aiment de plus en plus avoir le choix dans leur acte de solidarité. Le choix et une image concrète de leur générosité. C'est une forme de "customisation" du don. »

Car là est bel et bien le but : séduire donc rivaliser d'idées originales. Valérie Guillard, maître de conférences en marketing à Paris Dauphine, connaît bien le milieu de la solidarité : « Les ONG

Comment est calculé le don ?

Quand le donateur achète une chèvre, il doit savoir que ladite bête n'est pas achetée net à ce prix. En moyenne, les ONG consacrent 75 % du prix du cadeau solidaire à l'achat de la matière première. Les 25 % restants entrent dans la case « fonctionnement et frais de gestion » de l'association. Exemple, pour une chèvre vendue en cadeau à 30 euros, 7,50 euros entreront dans le budget de l'association.

cherchent de plus en plus à marketer leur cause. C'est dans la logique de mieux cibler le consommateur solidaire. Ce principe du cadeau va, me semble-t-il, dans cet élan de nourrir l'imaginaire et l'affectif du donateur. Il attend un retour sur investissement affectif de son geste. Là, en offrant une poule, il est original, sert une cause. Et son geste est aussi apprécié par celui qui reçoit au bout du monde que son proche qui reçoit le cadeau. »

Ce double effet solidaire est, au final, l'un des objectifs principaux des ONG : faire des émules et faire vendre. ◀

Pour en savoir plus

À explorer

Plusieurs ONG sont sur le créneau des cadeaux solidaires :

- Vision du monde www.visiondumonde.fr
- Élevages sans frontières www.elevagessansfrontieres.org
- L'ONG Plan a également ouvert le site www.dons-cadeaux.org. Là s'offrent du matériel de bureau, une campagne de dépistage du VIH/sida au Cameroun, un poste de radio...
- Il existe aussi la formule cadeaux équitables comme la collection lancée par Handicap International où une boutique en ligne propose des objets de décoration, des vêtements, etc. www.boutique-handicap-international.com

Et bien d'autres naturellement.