

Mise à jour: 02/10/2009 08:39

Charité

## Petit trafic de donateurs

(Journal de Montréal) Dany Doucet

Le Journal de Montréal



Les gens qui donnent en toute bonne foi aux organismes de charité, fondations ou instituts de recherche, par conviction et souvent avec une émotivité qui les rend vulnérables, ne se doutent pas toujours que plusieurs de ces groupes vont ensuite s'échanger, se louer ou vendre leur nom et adresse comme une marchandise.

C'est pourtant le cas, comme l'a constaté la semaine dernière Francine, un nom fictif pour cette mère de famille qui a requis l'anonymat et qui sent qu'on abuse passablement de sa générosité. Cette femme dans la quarantaine a perdu son père, l'an dernier, à cause du cancer. C'est pourquoi elle a voulu faire sa part pour aider à la recherche contre la maladie.

Au salon funéraire, où l'émotion atteignait son comble, elle a trouvé un formulaire de la Société de recherche sur le cancer et elle a décidé de faire un don. Elle a répondu candidement aux questions et elle a fait parvenir un chèque à l'organisme. En avril dernier, ce n'était donc pas une grande surprise pour elle de découvrir, dans son courrier, une demande de renouvellement de don pour la Société canadienne du cancer. D'ailleurs, elle a à nouveau donné.

### Sollicitée par d'autres

Par contre, coup sur coup en l'espace de quelques jours depuis deux semaines, c'est la Société pour la sclérose en plaques (SP), puis l'Institut national canadien pour les aveugles (INCA), et ensuite Développement et Paix et finalement la Fondation canadienne du rein, qui l'ont sollicitée par la poste. Cela lui a rappelé qu'elle avait aussi reçu récemment des appels de sollicitation au téléphone.

Bref, Francine s'est demandé comment tout ce monde avait maintenant son nom et son adresse, elle qui n'avait à peu près jamais été sollicitée de la sorte. Elle en a déduit, avec raison d'ailleurs (voir autre texte), que ces organismes s'échangeaient ses coordonnées, elle qui était devenue une de ces « nouvelles donatrices » tant recherchées par les organisations caritatives.

### Exploitation des sentiments

«Je trouve qu'ils exploitent notre émotivité», note Francine, qui ne se souvient pas d'avoir lu quelque chose pour prévenir ces sollicitations tous azimuts sur le formulaire qu'elle avait utilisé à l'époque.

Les trois premiers organismes lui ont fait parvenir une série d'autocollants avec son nom et son adresse, le type que l'on colle au coin gauche d'une enveloppe. L'INCA avait même collé une pièce de cinq sous sur son formulaire.

«Qu'est-ce que je fais avec ça ? demandet- elle. Est-ce que je les garde ou les retourne ? Si je les garde, est-ce que je dois donner ?» La situation lui occasionne un inconfort.

«Je n'ai pas donné en pensant que je serais sollicitée par d'autres. Dire non, ditelle, je n'aime pas ça et ça me crée toujours un malaise.»

- Le Journal de Montréal est retourné au salon funéraire pour essayer de retrouver le formulaire de don initialement utilisé par Francine. Il n'est pas clair qu'il s'agit du même, mais celui trouvé ne contenait

aucun avertissement sur la possibilité que le nom du donateur soit échangé avec d'autres organismes.

- Plusieurs autres organismes profitent des salons funéraires pour solliciter des dons. Leurs formulaires sont d'ailleurs disponibles dans un présentoir au salon funéraire visité par Francine.

### **IL FAUT COCHER «NON», SINON LES ORGANISMES PENSENT QUE «OUI»**

La Société pour la recherche sur le cancer ne cache pas qu'elle échange ses listes de donateurs avec d'autres organismes. C'est une pratique répandue.

Il n'y aurait que quelques organismes qui ne participent pas à de tels échanges de noms, selon Gilles Roy, un consultant en marketing direct.

«Si l'organisme a besoin d'augmenter sa banque de noms, elle peut en donner des siens en échange», explique M. Roy, qui a œuvré au sein d'une centaine d'organisations caritatives en Amérique du Nord au cours de sa carrière.

Elle peut aussi en acquérir ou même en louer.

### **Consentement tacite**

Sans connaître le cas de Francine, M. Roy soutient que la pratique veut que la Société de recherche sur le cancer n'échange pas de noms avec d'autres organismes tant et aussi longtemps que le donateur n'a pas offert son «consentement manifeste» lors d'un deuxième don.

Pour lui et toute l'industrie caritative, un consentement manifestement signifie que le donateur n'a pas indiqué lui-même, dans l'espace réservé à cette fin, qu'il ne veut pas être sollicité par un autre organisme.

Francine ne pouvait probablement pas se désister sur le premier formulaire obtenu au salon funéraire, selon M. Roy, mais elle en avait certainement un lors du deuxième envoi.

À partir de ce moment-là, dit-il, il se peut en effet que son nom se soit retrouvé sur le marché des échanges.

### **C'EST LÉGAL, MAIS EST-CE MORAL?**

Un organisme peut, sans votre consentement, communiquer votre nom à un tiers sur une liste nominative de ses clients à des fins de prospection commerciale ou de philanthropie.

Non seulement votre nom, mais aussi votre adresse et votre numéro de téléphone.

Selon la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels, l'entreprise, qu'elle soit commerciale ou philanthropique, doit toutefois «accorder aux personnes concernées une occasion valable de refuser que des renseignements personnels à leur sujet soient utilisés à de telles fins», selon ce qu'indique la Commission d'accès à l'information du Québec.

### **Une «occasion valable» ?**

Par occasion valable, on veut dire un endroit où il est clairement demandé si l'on veut ou non que ses renseignements personnels soient acheminés à un tiers.

Le consentement est toutefois tacite. Si on ne répond pas «non», on tient pour acquis que la réponse est affirmative, même si on n'a jamais vu la question !

La Commission d'accès à l'information suggère différentes formulations de ce type de clauses «opting out». En voici une : «Nous avons pris la liberté d'utiliser notre liste (de donateurs) à des fins autres que la transaction actuellement en cours... Si vous désirez que votre nom soit retranché de la liste, veuillez

cocher la case ci-contre ou téléphoner... »

C'est en effet le genre de formulations que l'on retrouve sur les formulaires de dons des organismes philanthropiques. Le problème, c'est qu'ils sont souvent écrits en petits caractères ou même au verso des formulaires.

**Q Lorsqu'on reçoit par la poste une centaine d'étiquettes avec son adresse personnelle ou même une pièce de cinq sous en espèce, doit-on retourner l'enveloppe ou se trouve-t-on engagé à donner si on la conserve ?**

**R** Non. Je comprends que certaines personnes puissent se sentir mal à l'aise, mais il n'y a aucun engagement de votre part. Vous pouvez les conserver ou même les jeter aux poubelles. C'est la même chose pour les cartes de Noël. J'ai connu des gens qui en avaient un tiroir plein et qui ne donnaient pas.

**Q Des organismes qui ont pourtant besoin d'argent, dépensent-ils beaucoup pour faire de tels envois ?**

**R** Pour 100000 envois d'une centaine d'étiquettes par enveloppe, il faut compter entre 70 cents et 1,20 \$ par envoi. Si les organismes le font, c'est parce que c'est rentable. C'est le timbre de 35 cents qui est souvent le coût le plus important.

**Q Quelle est la proportion de réponses favorables des personnes ainsi sollicitées ?**

**R** Sur 10 000 envois, si nous avons un retour positif de 2 %, c'est excellent. Certains organismes réussissent à atteindre 4 %.

**Q Êtes-vous soumis à un code d'éthique ?**

**R** Oui, et je fais partie de ceux qui suivent volontairement ce code d'éthique. Par exemple, je refuse de travailler à commission dans les campagnes de levée de fonds.

Copyright © 1995-2008 Canoë inc. Tous droits réservés