

Générosité, cultivons la confiance!

Animé par **MARJORIE PAILLON**, journaliste

10H OUVERTURE DE LA MATINÉE



JEAN-PIERRE DUPRIEU,
président du Don en Confiance



**LA CONFIANCE AUJOURD'HUI :
ÉBRANLÉE OU TRANSFORMÉE ?**

DANIEL BOY, chercheur émérite au CEVIPOF
PHILIPPE JAHSHAN, président du Mouvement associatif
MICHELA MARZANO, philosophe



**LE SECTEUR ASSOCIATIF PEUT-IL ENCORE ÊTRE
VECTEUR DE CONFIANCE AUJOURD'HUI ?**

FRANÇOIS DUPRÉ, directeur général de la Fondation ARC
pour la recherche sur le cancer
VÉRONIQUE FAYET, présidente du Secours Catholique
JEAN-PIERRE LOISEL, chef du service Communication
Education Développement à l'Institut national de la consommation
ARNAUD ZEGIERMAN, sociologue et cofondateur
de l'institut Viavoice



ALAIN MERGIER, sociologue

**DON
en
CONFIANCE**
comitecharte.org

14H OUVERTURE DE L'APRÈS-MIDI



CHRISTIAN VIGOUROUX,
Président de l'Institut Pasteur



**LES NOUVELLES TECHNOLOGIES : AU SERVICE DE LA
DÉONTOLOGIE ET DE LA TRANSPARENCE POUR LE DONATEUR ?**

FABRICE EPELBOIN, spécialiste des médias sociaux et de la cybersécurité
SÉBASTIEN LYON, directeur général de l'UNICEF France
ANTOINE VACCARO, président du CerPhi



**TRANSPARENCE ET EFFICACITÉ À TOUT PRIX :
FACTEUR DE PROGRÈS OU DÉRIVE CONSUMÉRISTE ?**

ANA BENAVIDES, directrice générale de la Fundación Lealtad
DENIS DUVERNE, président du Conseil de surveillance de la Fondation
pour la Recherche Médicale
YANNICK OLLIVIER, président de la Compagnie Nationale des
Commissaires aux Comptes
VALÉRIE PERNOT-BURCKEL, référent déontologue de la Direction
générale de l'aviation civile

**le 30
NOVEMBRE**

10h - 12h15

14h - 16h

Salle d'attente à partir de 9h30

LA CONFIANCE POUR LE DONATEUR D'AUJOURD'HUI

LA CONFIANCE AUJOURD'HUI : ÉBRANLÉE OU TRANSFORMÉE ?

Au centre des débats, la confiance est considérée aujourd'hui comme un enjeu de société. L'état de la confiance semble fragile, elle ne semble plus aller de soi. Liée à différentes préoccupations du quotidien, dans bien des secteurs elle est en perte de vitesse, voire remise en cause. En parallèle les lieux de la confiance semblent muer, se déplacer, des institutions à Internet et à ses propres pairs. De nouveaux noyaux de confiance émergent, notamment sur les réseaux sociaux. Un minimum de confiance est nécessaire à la vie en société. Ainsi, elle est fondamentale pour le secteur associatif afin de garantir la viabilité des missions d'intérêt général qu'il porte. Peut-on parler d'une « crise de confiance » ? La confiance aujourd'hui est-elle ébranlée ou donne-t-elle à voir un/de nouveau(x) visage(s) ? Ces phénomènes ne sont-ils pas intrinsèques à la notion de confiance ? Que le secteur associatif doit-il tirer de ces constats ?

LE SECTEUR ASSOCIATIF PEUT-IL ENCORE ÊTRE VECTEUR DE CONFIANCE AUJOURD'HUI ?

De manière générale, guidé(e) par le principe de précaution, le(la) Français(e) doute : des produits qui lui sont proposés, de ce qu'il y a dans son assiette, de l'honnêteté de ses dirigeants, etc. Le secteur associatif n'est pas épargné et est confronté à de nouvelles attentes, liées à l'identification de nouveaux risques. Là où hier il s'inquiétait de la bonne utilisation de l'argent de son don, il se préoccupe en outre aujourd'hui de l'efficacité des actions menées, de la conduite des personnels sur le terrain, etc. Comment le secteur associatif peut-il encore répondre aux attentes des donateurs d'aujourd'hui ? A quelles conditions peut-on encore faire confiance au secteur associatif, en particulier lorsque l'on fait un don ?

LA CONFIANCE AU DÉFI DES ÉVOLUTIONS DU SECTEUR DE L'APPEL À LA GÉNÉROSITÉ

LES NOUVELLES TECHNOLOGIES : AU SERVICE DE LA DÉONTOLOGIE ET DE LA TRANSPARENCE POUR LE DONATEUR ?

L'utilisation des nouvelles technologies se développe à grande vitesse, y compris dans le secteur associatif. Elles sont d'abord un moyen de collecter et de toucher un public de donateurs potentiels plus jeunes que la moyenne. Dans certains cas, elles peuvent même être présentées comme des garanties supplémentaires, un moyen de sécuriser la collecte. Jusqu'où l'utilisation des nouvelles technologies par le secteur associatif peut-elle être un moyen de sécuriser la collecte ? Sur quelles garanties réelles peut-on compter ?

TRANSPARENCE ET EFFICACITÉ À TOUT PRIX : FACTEUR DE PROGRÈS OU DÉRIVE CONSUMÉRISTE ?

Le donateur, comme le bailleur, exigent un minimum de transparence et d'efficacité des actions menées par les dépositaires de leur générosité ou de leurs fonds. C'est ainsi que s'est installée progressivement dans le paysage de la générosité une culture de l'efficacité, voire une culture de l'impact, mais aussi, à l'image de ce que l'on peut observer dans d'autres pans de la société, peu à peu le culte de la désintermédiation. Tout montrer ou tout dire, est-ce réellement dans l'intérêt du donateur ? Quel respect pour les personnes aidées ? Dérive consumériste ou facteur de progrès pour les organisations ?