

## **Recommandation sur certains modes de collecte de fonds**

### **Collectes directes** • **Publipostages (mailings)**<sup>1</sup>

Les appels effectués par imprimés sans adresse (publicité non adressée, par asile lettre ou colis<sup>2</sup>, coupon réponse isolé, ...) sont assimilés aux messages adressés par plipostages.

Tous les messages doivent comporter les informations relatives à la protection des données à caractère personnel (informatique et libertés) qui font l'objet d'un autre texte d'application de la charte.

Ils doivent également comporter des informations claires et précises sur les éventuelles possibilités de déductions fiscales ou réductions d'impôts offertes.

L'article R635-2 du code pénal interdit la pratique consistant à faire parvenir à un destinataire, sans demande préalable de sa part, un objet quelconque accompagné d'une correspondance indiquant qu'il peut être accepté par lui contre versement d'un prix fixé ou renvoyé à son expéditeur, même si ce renvoi peut être fait sans frais pour le destinataire.

### • **Collecte de dons par téléphone (phoning)**

Les présentes dispositions concernent les appels téléphoniques en nombre visant à entrer en contact avec les donateurs, adhérents, abonnés, clients de l'organisation, actifs ou inactifs, voire prospects.

**Les appels téléphoniques doivent respecter les règles déontologiques suivantes :**

#### *Conditions d'organisation*

Le recours à ce mode de collecte implique une déclaration (ou une modification) préalable des fichiers concernés à la Commission nationale de l'informatique et des libertés et la bonne information des personnes conformément à la charte.

Sauf si elles ont délibérément communiqué leur numéro de téléphone, les personnes destinataires de ces appels doivent être informées de leurs droits par une mention, insérée dans les communications écrites, inspirée de la phrase suivante (venant en complément des indications sur le droit d'accès) : « *Sauf opposition de votre part, (nom de l'organisation) pourrait être amenée à téléphoner à ses adhérents, donateurs, abonnés, clients actifs ou anciens.* » En cas d'opposition à l'appel, préalable ou postérieure, celle-ci doit être consignée dans la base de données informatique.

L'organisation assume pleinement la responsabilité des appels effectués en son nom. Pour cela, elle doit valider et contrôler (avant et pendant l'opération) l'argumentaire développé auprès des personnes destinataires, soit par une équipe interne, soit par un sous-traitant externe. Le recours à des prestataires de services doit s'effectuer conformément aux dispositions du texte d'application de la charte concerné.

L'organisation doit veiller à fournir une réponse adaptée aux personnes qui, suite à un appel par téléphone effectué par un prestataire externe, se mettent directement en

<sup>1</sup> Concernant les « e-mailings », se reporter au TAC 3.3.3.

<sup>2</sup> Document inséré dans un autre envoi, souvent effectué par un tiers.

relation avec elle pour vérifier l'authenticité de l'appel lancé en son nom.

L'organisation doit se doter des moyens lui permettant d'analyser les réactions du public à ses appels et en tenir le plus grand compte.

### ***Forme et contenu des appels***

Les appels téléphoniques auprès des particuliers ne peuvent être effectués que pendant les jours ouvrables, à des heures adaptées à l'horaire et au rythme de leur vie privée, et, en aucun cas, après 21 heures et avant 8 heures (sauf demandes particulières des personnes appelées). Les appels réalisés au moyen d'un automate sont à proscrire.<sup>3</sup>

Les appels téléphoniques doivent permettre aux correspondants de comprendre, dès le début de l'entretien, qui les appelle et pourquoi (nom de l'organisme et objet de l'appel). En aucun cas, un argumentaire téléphonique d'appel de fonds ne doit prêter à confusion avec (par exemple) une étude de marché, étude d'opinions, ou étude documentaire.

Les appels téléphoniques doivent être conçus et pratiqués de manière à ne pas être susceptibles d'induire les correspondants en erreur, abuser de leur confiance ou exploiter leur manque d'expérience ou de connaissance. L'organisation doit également proscrire toute exploitation de la superstition ou du sentiment de peur.

Une attention particulière doit être apportée aux personnes très âgées. L'envoi d'un courrier confirmant les accords obtenus au cours de l'entretien téléphonique est vivement conseillé.

Afin d'éviter tout litige ou fraude, le paiement ne peut se faire directement par communication du numéro de carte bancaire.

L'entretien téléphonique ne doit en aucun cas créer une confusion volontaire ou involontaire entre l'organisation qui appelle et d'autres organisations. De même, toutes allusions, commentaires, opinions ou remarques sur une autre organisation que celle qui est responsable des appels sont formellement proscrits.

### **Numéros d'appel télématiques ou téléphoniques à tarification spéciale**

Si l'organisation a recours à des numéros d'appel téléphoniques ou télématiques à tarification spéciale (kiosques...), le coût de l'appel doit être indiqué à proximité immédiate du numéro d'appel.

### **• Quêtes**

#### ***Cadre général***

Les quêtes sur la voie publique doivent être autorisées par le ministère de l'intérieur, le préfet ou le maire selon la zone géographique concernée. L'autorisation est donnée pour une date déterminée.

La quête dans les lieux privés ouverts au public (cafés, magasins...) n'est soumise qu'à l'autorisation de l'exploitant des lieux.

Les quêtes à domiciles sont interdites sauf autorisations préfectorales. Cependant, les membres du Comité sont invités à s'en abstenir tant les risques sont grands.

#### ***Les quêteurs***

L'organisation habilitée désigne les personnes qu'elle autorise à collecter en son nom dans un espace et pour une période déterminés ; elle doit remettre à chacune d'elle une carte d'autorisation qui, pour les collectes sur la voie publique, sera visée par la préfecture.

<sup>3</sup> Aux termes de l'article L33-4-1 du code des postes et télécommunications est interdite la prospection directe, **par automates d'appel ou télécopieurs**, d'un abonné ou d'un utilisateur d'un réseau de télécommunications qui **n'a pas exprimé son consentement à recevoir de tels appels**.

## **Les quêteurs ne peuvent bénéficier d'aucun avantage direct ou indirect proportionnel aux fonds collectés.**

### *Sécurité des troncs*

Les troncs présentés pour la collecte doivent être identifiés, au nom de l'organisme habilité à collecter, au moyen d'un autocollant ou d'une bande entourant le tronc. Chaque tronc doit être sécurisé par l'apposition d'un scellé (plomb ou autocollant...) ; il ne doit pas être ouvert par le quêteur.

Chaque tronc doit porter un chiffre d'identification qui sera reporté sur la carte du quêteur, autour de la logique : un tronc = un quêteur identifié.

### *Organisation des remontées de fonds*

**Le quêteur** doit avoir des consignes précises sur le lieu et le moment où il doit remettre son tronc à un responsable de secteur pour le comptabiliser. Chaque quêteur doit remettre, à son responsable de secteur, son tronc scellé dès la fin de sa période de collecte.

Le responsable de secteur doit tenir à jour la liste des quêteurs avec affectation des numéros de tronc. Il effectue la pré-inscription des volontaires pour l'obtention de la carte officielle de quêteur visée par l'administration préfectorale. Il distribue les matériels, donne les consignes de quête, identifie le tronc confié à chaque quêteur.

Il centralise et comptabilise les troncs de son secteur. Pour cela, il garantit que les troncs soient ouverts dans les lieux prévus à l'avance en présence de **deux responsables mandatés**. Une fois les sommes comptabilisées, elles doivent immédiatement être portées en banque avec le libellé de leur provenance. Les comptes personnels ne peuvent être utilisés.

Le responsable de secteur rend compte à l'organisation qui l'a mandaté des sommes collectées avec un bordereau récapitulatif co-signé d'une autre personne et mentionnant les numéros des troncs, les noms des quêteurs et les sommes collectées. L'information sur les sommes collectées doit parvenir au plus tard dans les deux mois qui suivent la collecte, à l'organisation et à la préfecture dans le cas d'une collecte sur la voie publique.

## **Collectes événementielles**

### **• Généralités**

Le public doit être clairement informé du montant ou de la part qui revient à l'organisation ou des éléments déterminant celle-ci. Autant que faire se peut, le public sera également informé des fonds recueillis.

L'organisation doit mettre en place à tous les niveaux des procédures de contrôle aptes à garantir que les fonds recueillis lui parviennent bien.

Si la collecte n'est pas réalisée par l'organisation elle-même mais par un tiers, une convention entre les parties déterminera, à chaque fois que c'est possible, les modalités d'information du public et de contrôle sur les fonds recueillis.

S'il est constitué un fichier nominatif informatisé, le texte d'application de la charte sur la protection des données à caractère personnel s'applique, notamment pour ce qui concerne l'information des personnes concernées.

### **• Actions d'animation et de collectes**

Les actions de collecte s'appuyant sur des animations auxquelles le public est invité à participer doivent se dérouler dans le respect de la réglementation et le souci de la sécurité du public.

## • Loteries, tombolas, souscriptions

### *Définition*

On entend par loteries, tombolas, souscriptions,... les jeux de hasards fondés sur la distribution de billets numérotés contre – ou avec - une participation financière et où les lots – en nature ou en espèces – sont attribués à ceux qui sont désignés par le sort. Ils sont ci-après désignés par le terme générique de loterie.

### *Conditions d'organisation*

Les loteries se déroulant par appel public (c'est-à-dire en dehors d'un cercle restreint)<sup>4</sup> doivent faire l'objet d'une autorisation de la préfecture du siège de l'organisation.

L'organisation doit assurer elle-même l'organisation générale de la loterie, elle ne peut en déléguer la responsabilité globale à un prestataire de service<sup>5</sup>. Si la loterie n'est pas réalisée par l'organisation elle-même, mais à son profit, le public doit être informé de la part lui revenant.

Toute loterie fait l'objet d'un règlement déposé chez un officier ministériel (huissier,...). Ce règlement doit être mis à la disposition du public par les moyens les plus appropriés. Il doit être adressé à toute personne en ayant fait la demande et le timbre lui être remboursé si elle le demande<sup>6</sup>. L'organisation doit mettre en place, à tous les niveaux, des procédures de contrôle fiables sur l'émission et la diffusion des billets visant à éviter les erreurs ou les fraudes. Les carnets de billets sont numérotés suivant une série ininterrompue et utilisés dans l'ordre numérique. La sortie et le retour des carnets de billets doivent être contrôlés.

Chaque billet doit comporter son prix de vente, les références de l'autorisation préfectorale, son numéro d'ordre, une indication sur les principaux lots.

Les lots doivent être présentés de telle façon qu'aucune confusion ne puisse exister dans l'esprit des participants quant à leur valeur. Ils doivent être présentés dans l'ordre décroissant de leur valeur commerciale et celle-ci est mentionnée dans les documents de vente et le règlement.

Si la loterie est diffusée ou promue par publipostage ou téléphone, les recommandations relatives à ces modes de collectes s'appliquent.

Le tirage doit être réalisé sous le contrôle d'un officier ministériel ou, à défaut, d'une personne présentant toute garantie d'objectivité. Ce garant vérifiera notamment le bon déroulement des opérations par rapport au règlement et aux dispositions légales, et procédera au tirage au sort. Aucune manœuvre visant à modifier les résultats du tirage au sort ne peut être tolérée.

Le personnel de l'organisation et ses dirigeants ne peuvent prendre part à la loterie.

Si la loterie est à pré-tirage, elle sera réalisée selon les dispositions du code de déontologie professionnelle de la vente par correspondance. Il en sera de même quand une loterie est proposée en même temps qu'une autre offre. Dans ce cas, la participation à la loterie ne peut être conditionnée par une autre offre : achat...

### *Distribution des lots*

Les lots sont mis à la disposition du public pendant une période d'au moins deux mois après le tirage au sort. Les lots non réclamés au-delà de la période de mise à disposition restent propriété de l'organisation.

<sup>4</sup> Dans le cadre d'une manifestation ou uniquement auprès des adhérents...

<sup>5</sup> Ce qui n'empêche pas l'organisation de faire appel à des prestataires, pour peu qu'ils restent clairement sous sa responsabilité.

<sup>6</sup> Conformément à l'article L121-36 du code de la consommation.

Une publicité suffisante doit être faite autour des numéros gagnants dans les supports édités par l'organisation ou tout autre moyen (internet, minitel,...) ainsi que dans la presse lorsque c'est possible. Quand les modalités de la loterie le permettent, les gagnants doivent être avisés personnellement.

#### • **Lotos**

L'organisation doit assurer elle-même l'organisation générale du loto, elle ne peut en déléguer la responsabilité globale à un prestataire de service<sup>7</sup>.

Le tirage au sort doit être effectué dans des conditions incontestables et notamment à la vue de tous. Les numéros tirés au sort doivent être immédiatement inscrits sur un tableau visible de tous.

#### • **Galas, spectacles payants**

**Le public doit être clairement informé du montant ou de la part du prix des places qui revient à l'organisation ou des éléments de calcul de celle-ci.**

L'organisation doit mettre en place, à tous les niveaux, des procédures de contrôle fiables sur l'émission et la diffusion des billets visant à éviter les erreurs ou les fraudes. Les carnets de billet sont numérotés suivant une série ininterrompue et utilisés dans l'ordre numérique. La sortie et le retour des carnets de billets doivent être contrôlés.

Chaque billet doit comporter son prix de vente, la catégorie de place, son numéro d'ordre, le nom du spectacle et de l'organisation organisatrice.

Toute entrée gratuite ou payante doit faire l'objet d'une remise de billet spécifique.

### **Libéralités**

#### • **Information**

La promotion en vue de la recherche de libéralités (legs, donations, assurances-vie) doit s'effectuer conformément aux règles du Comité de la charte relatives à la collecte des dons et à la communication.

#### • **Relations personnelles avec les testateurs**

Si des collaborateurs bénévoles ou salariés de l'organisation sont amenés à entretenir des relations personnelles avec les testateurs, celles-ci doivent faire l'objet de règles éthiques clairement définies au sein de chaque organisation.

### **Ventes**

#### • **Ventes à distance**

Pour les ventes à distance, notamment par correspondance, les organisations membres du Comité respectent les dispositions du code de déontologie professionnelle des entreprises de vente à distance.

Dans la **vente par téléphone**, le consommateur doit recevoir confirmation de l'offre qui lui a été faite. Il ne peut être engagé que par sa signature. De plus, il bénéficie – comme dans toute vente à distance – d'un droit de rétractation lui permettant de retourner les produits reçus dans un délai de 7 jours après la réception. Les principes généraux définis pour la collecte de dons par téléphone s'appliquent.

#### • **Produits partage**

On entend par produits partage des produits ou services commercialisés par une entreprise au bénéfice d'un organisme d'intérêt général. La relation entre l'entreprise et l'organisation bénéficiaire doit faire l'objet d'un contrat écrit précisant les apports de chacun ; l'organisation doit s'assurer un contrôle sur l'utilisation de sa dénomination, son logo, sa marque et sur l'ensemble de la communication de

<sup>7</sup> Ce qui n'empêche pas l'organisation de faire appel à des prestataires, pour peu qu'ils restent clairement sous sa responsabilité.

l'opération, ainsi que sur les éléments déterminant les versements qui lui seront faits par l'entreprise.

Le public doit être clairement informé du montant ou de la part qui revient à l'organisme ou des éléments de calcul de ceux-ci.

## **Collecte et distribution de dons en nature**

### **• Généralités**

Les donateurs sont bien intentionnés mais ne sont pas toujours conscients des inconvénients possibles et des conséquences indésirables que peuvent avoir leurs dons pour le bénéficiaire. Les dons en nature peuvent également être déstabilisants pour l'économie locale.

Il est donc de la responsabilité des organisations membres du Comité de la charte de déontologie de veiller à la bonne information du public et de mettre en place des procédures de collecte et de distribution rigoureuses, d'autant que certains produits peuvent être nocifs s'ils sont mal utilisés (médicaments...).

### **• Information du public**

Les appels à la générosité du public pour des dons en nature doivent être faits avec discernement. Les dons du public doivent être le plus orientés possible vers les besoins réels. **L'organisme doit clairement indiquer la destination des dons qu'il collecte** (emploi en l'état, revente pour se procurer des ressources, utilisation mixte,...).

A l'occasion de la publication annuelle des comptes de l'organisme, ou par tout autre moyen, une information doit être apportée aux donateurs sur la valeur ou les volumes collectés et leur devenir (emploi en l'état, revente...).

Une attention particulière doit être apportée à l'information des bénéficiaires sur les qualités et l'utilisation des dons qui leurs sont faits (par exemple étiquetage en langue locale...).

### **• Qualité et utilité des produits**

Les dons destinés à être redistribués doivent être au préalable triés. Ne peuvent être distribués, même gratuitement, des produits impropres à la consommation (date limite dépassée) ou inutilisables par la population bénéficiaire ou dangereux pour les personnes ou l'environnement.

L'organisme devra veiller à ce que le stockage et les transports permettent de préserver les qualités des produits. Les quantités données ne doivent pas manifestement excéder les besoins du bénéficiaire. En cas de catastrophe ou de guerre, les produits présentant une utilité maximale pour le bénéficiaire seront acheminés sur place, en priorité.

### **• Circuit de collecte et de distribution**

Le circuit de collecte, comme celui de distribution, doit être fiabilisé au maximum pour éviter les risques de détournement.

### **• Cas particulier des médicaments**

#### ***Collecte et distribution des médicaments en France***

Tant la collecte des médicaments que la distribution doivent s'effectuer sous la responsabilité d'un pharmacien.<sup>8</sup>

<sup>8</sup> Conformément au code de la santé publique (article L. 596-2).

***Distribution à l'étranger***

La distribution de médicaments collectés en France, conformément au point ci-dessus doit être faite sous la responsabilité de personnes qualifiées dans le respect des principes directeurs définis par l'Organisation mondiale de la santé (OMS) et applicables aux médicaments, notamment :

- la recherche d'une utilité maximale par le bénéficiaire ;
- l'adaptation au profil des populations bénéficiaires ;
- le consentement préalable du pays bénéficiaire sauf si celui-ci était de nature à mettre en danger les populations ou cas de situation d'urgence aiguë et si les médicaments sont inscrits sur la liste de l'Organisation mondiale de la santé (OMS) des médicaments essentiels ;
- la provenance de sources fiables et conformes aux normes de qualité françaises et du pays bénéficiaire ;
- l'étiquetage de tous les médicaments dans une langue comprise par les professionnels de santé (ou les agents de santé) du pays bénéficiaire comportant au moins la « dénomination commune internationale » (DCI ou nom générique), le n° de lot, la forme pharmaceutique, la teneur en principes actifs, le nom du fabricant, la quantité contenue dans l'emballage, les conditions de conservation et la date de péremption.

Sauf administration immédiate ou durée de validité inférieure, tous les médicaments doivent être encore valables au moins un an. Les médicaments déconditionnés ne doivent pas être redistribués.

L'organisation membre du Comité de la charte de déontologie doit pouvoir répondre de l'application de cette procédure et contrôler la diffusion des médicaments qu'elle a mis à disposition. ■