

Oui, je fais un don!

Une recherche contrastive sur les stratégies pour faire une demande sur des sites web d'associations caritatives néerlandaises et françaises.

Nadine van der Lecq
3690946
Mémoire de bachelor
12-08-2018
Mme M.G. Steffens
Université d'Utrecht



Universiteit Utrecht

Résumé

Les stratégies pour faire une demande d'associations caritatives néerlandaises et françaises sont au centre de cette recherche. Nous avons étudié les sites web néerlandais et français de dix associations caritatives internationales. Dans l'étude nous avons examiné le fait d'être direct, la politesse, la relation entre le fait d'être direct et la politesse, le fait d'être explicite et l'orientation vers le locuteur ou vers le destinataire. Le fait d'être direct de la perspective de l'association caritative est étudié à l'aide de l'article de Charaudeau (1995) concernant les stratégies de discours . Le fait d'être direct de la perspective du donateur est examiné à l'aide du schéma de Le Pair et Korzilius (1996) qui montre les différentes gradations du fait d'être direct dans les demandes. La politesse est analysée au moyen des stratégies de politesse de Brown et Levinson (1987). La relation entre le fait d'être direct et la politesse est examinée sur la base d'un article de Blum-Kulka (1987) dans lequel elle constate qu'une phrase plus longue est plus polie. Le fait d'être explicite est étudié au moyen de la théorie du duo Hall (1990) sur les cultures de haut et de bas contexte, dans lequel ils affirment que les cultures de haut contexte communiquent de façon plus implicite. L'orientation vers le locuteur ou vers le destinataire est examinée sur la base de l'article de Mainguenau (2002) dans lequel il discute le changement de la perspective. Les résultats ont montré qu'en ce qui concerne le fait d'être direct de la perspective de l'association caritative il n'y a pas vraiment une différence.

Concernant le fait d'être direct de la perspective du donateur nous pouvons dire que les deux pays sont directs, mais les demandes de don néerlandaises sont plus directes. Quant à la politesse les deux pays sont totalement opposés: les sites francophones sont beaucoup plus polis dans leurs textes d'accompagnement que les sites néerlandophones. Nous pouvons donc conclure que la constatation de Blum-Kulka (1987) ne se vérifie pas pour les associations caritatives néerlandaises. En ce qui concerne le fait d'être explicite, notre recherche a montré que les demandes de don néerlandaises sont plus explicites que les demandes de don françaises.

Finalement, nous pouvons constater que les associations caritatives françaises sont plus orientées vers le destinataire, vu qu'elles utilisent plus souvent le changement de la perspective. Le changement de la perspective est la stratégie de demande la plus utilisée sur les sites en français.

Table des matières

1. Introduction	4
2. Cadre théorique	6
3. Méthode	13
3.1 Corpus	13
3.2 Concepts de l'étude	16
3.3 Procédure	17
4. Résultats	23
5. Conclusion	29
6. Discussion	32
7. Bibliographie	34
8. Annexe	35

1. Introduction

Cette recherche porte sur des différences interculturelles dans des demandes de don sur des sites web de certaines associations caritatives. Il s'agit d'une comparaison entre les sites francophones et néerlandophones.

« Je fais un don mensuel pour les enfants du monde », « Faites un don pour nos programmes prioritaires », « Soutenez Greenpeace », « Oui, je souhaite soutenir Amnesty International France » et ainsi de suite. Ces phrases sont des exemples des demandes de don sur les sites web francophones d'Unicef, de Plan International, de Greenpeace et d'Amnesty International. Ces organisations sont des associations caritatives. Le terme *association caritative* est défini comme suit: « une dénomination générale pour une organisation qui développe des activités personnelles ou d'autrui au bénéfice d'un objectif qui soutient une cible spécifique ou une institution. L'organisation n'est pas soutenue ou est partiellement soutenue par des pouvoirs publics ou des institutions commerciales. L'objectif n'est pas (directement) relié à des donateurs ou membres. » (encyclo.nl, 2018, notre traduction)

En 2016, le revenu total des associations caritatives néerlandaises qui ont participé à l'étude de l'association professionnelle des associations caritatives néerlandaises (Goede Doelen Nederland) était de 2,8 milliard d'euros (Goede Doelen Nederland, 2017). Le revenu total a augmenté de 6,4% par rapport à 2015. 41% de leur revenu total résulte de leurs propres activités de recrutement. L'étude de Goede Doelen Nederland représente chaque année environ deux tiers des associations caritatives néerlandaises. Les Français ont donné entre 4,4 et 4,6 milliard d'euros aux associations caritatives en 2015 (Bazin, Duros, & Malet, 2016). C'est une augmentation de 4% à l'égard de 2014. Les associations caritatives gagnent donc beaucoup d'argent et leurs activités de recrutement y ont une grande contribution. La manière de demander est donc importante.

En faisant cette recherche, nous voulons obtenir plus de compréhension en ce qui concerne les différences entre les demandes de don en néerlandais et en français. Nous voulons voir si on peut découvrir des différences culturelles dans ces demandes de don et si on peut donc révéler des aspects culturels qui sont imbriqués dans ces demandes. Cela aboutit à la question principale suivante:

De quelle manière diffèrent les demandes de don sur les sites web néerlandais et français des associations caritatives?

Nous avons répondu à cette question globale à l'aide de cinq sous-questions:

1. Est-ce que le néerlandais et le français diffèrent dans le fait d'être direct dans les demandes de don?
2. Est-ce que le néerlandais et le français diffèrent en termes de politesse dans les demandes de don?
3. De quelle manière le fait d'être direct et la politesse sont en relation l'un avec l'autre dans les demandes de don?
4. Est-ce que le néerlandais et le français diffèrent dans le fait d'être explicite dans les demandes de don? Est-ce qu'il y a une orientation vers le contenu de la demande de don ou vers le destinataire?
5. Est-ce qu'il y a une orientation vers le locuteur ou vers le destinataire dans les demandes de don néerlandaises et françaises?

Dans le chapitre suivant, nous traitons les théories utilisées. Ensuite, nous discutons la méthode qui est subdivisée en trois paragraphes. Au paragraphe 3.1, le corpus est présenté. Puis, nous expliquons les concepts de l'étude au paragraphe 3.2 et au dernier paragraphe nous exposons la procédure. Dans le chapitre 4, nous traitons les résultats et le chapitre 5 contient la conclusion. Enfin, nous couplons les théories utilisées aux résultats qui découlent de l'analyse dans la discussion.

2. Cadre théorique

La demande est le concept qui est au centre de cette recherche. C'est pourquoi nous traitons d'abord une théorie qui explique ce qui est à la base d'une demande.

Dans leur théorie des actes de langage John Austin et John R. Searle (1969) affirment que nous effectuons trois différentes sortes des actes en disant quelque chose. À savoir: l'acte locutionnaire, illocutionnaire et perlocutionnaire. L'acte locutionnaire porte sur ce qui est dit, l'acte illocutionnaire porte sur l'intention de ce qui est dit et l'acte perlocutionnaire porte sur la réaction du destinataire.

Searle (1976) subdivise les actes de langage en différentes classifications: assertifs, expressifs, directifs, promissifs et déclaratifs. Une demande est vue comme un directif. En utilisant un directif, le locuteur essaye de laisser le destinataire faire quelque chose. Il y a différentes conditions de réussite en ce qui concerne la réalisation d'un directif. Ce sont la condition de sincérité, la condition essentielle et la condition de raison (Searle, 1969). La condition de sincérité veut dire que le locuteur désire réellement que le destinataire répondra à la demande. La condition essentielle concerne le but ou l'essence de l'acte de langage. Cette condition suppose que le destinataire a l'intention de s'engager à répondre à la demande. La condition de raison suppose qu'un motif rationnel est à la base de la demande.

Pour déterminer quelles différences nous allons examiner, nous avons utilisé un article de Juliane House.

Dans son article, Juliane House (1996) décrit cinq dimensions différentes pour examiner des différences cross-culturelles dans des énoncés. Ce sont les cinq dimensions suivantes:

Tableau 1: Les dimensions de différences cross-culturelles (ibid. p. 347).

Le fait d'être direct	Le fait d'être indirect
Orientation vers soi-même	Orientation vers l'autre
Orientation vers le contenu	Orientation vers le destinataire
Le fait d'être explicite	Le fait d'être implicite
Formulation ad hoc	Routines verbales

Puisque nous avons choisi de traiter la demande de don comme énoncé dans cette recherche, nous analyserons les dimensions de House qui sont applicables en ce qui concerne ces demandes.

Comme nous pouvons le voir dans le tableau 1, la première dimension concerne le fait d'être direct. C'est pertinent d'examiner le fait d'être direct en ce qui concerne les demandes de don, parce qu'elles, tout comme des plaintes et des excuses, peuvent mener à une perte de prestige quand elles sont formulées plus directement (House, 1996).

La deuxième dimension est l'orientation vers soi-même ou vers l'autre. « Soi-même » c'est-à-dire le locuteur et « l'autre » c'est le destinataire, donc dans ce cas ce sont l'association caritative et la personne qui visite son site web (donateur potentiel). Au début, nous pensions que cette dimension n'était pas applicable, car il n'y a pas vraiment « un autre » quand il s'agit des demandes de don sur un site web. Il y a seulement l'association caritative qui s'adresse à un donateur potentiel. Mais en regardant les sites web, nous avons vu que les associations caritatives utilisent souvent des phrases comme « je fais un don » ou « oui, je donne une fois/tous les mois ». On peut appeler cela *le changement de la perspective* où la demande de don est formulée de la perspective du donateur. Le donateur dit qu'il va faire un don au lieu de l'association caritative qui lui demande de le faire.

Selon House (1996), la troisième et la quatrième dimension sont parentes, c'est pourquoi nous les discuterons ensemble dans cette recherche, comme elle l'a fait dans son article. L'orientation vers le contenu de la demande ou vers le destinataire, ou bien le fait d'être explicite ou implicite, est une dimension importante quand on parle d'une demande, car on veut quelque chose de son destinataire. Est-ce que le texte est orienté vers la perception de l'argent ou est-ce qu'on utilise une approche plus personnelle?

À notre avis, seule la dernière dimension, formulation ad hoc ou routines verbales, n'est pas applicable quand on parle des demandes de don sur des sites web. À savoir, nous nous concentrerons sur la communication écrite et les routines verbales sont plus fréquemment utilisées dans la communication orale. C'est pourquoi il est moins fréquemment question des routines verbales dans des textes sur des sites web. Un exemple d'une routine verbale que nous entendons souvent est la question « ça vous a plu? » dans un restaurant. Le garçon pose cette question quand tout le monde a fini de manger et il vient à débarrasser la table. Il ne s'attend

pas à ce qu'on aille se plaindre du repas. C'est plutôt une question de politesse. La question est comparable avec l'exemple que House donne dans son article (1996). Elle explique que les Américains disent toujours « salut, comment ça va? » quand on entre quelque part. C'est plutôt une habitude qu'une vraie question.

Nous pouvons étudier le fait d'être direct dans les demandes de don de la perspective de l'association caritative: comment se présentent-elles? Et de la perspective du donateur: comment le donateur reçoit la demande? Pour étudier comment se présentent les associations caritatives en faisant une demande, nous nous sommes servie de la théorie de Patrick Charaudeau.

Patrick Charaudeau (1995) décrit la communication comme un processus par lequel on doit premièrement prendre conscience du fait qu'il faut conquérir le droit à la parole et tenir compte du marché social du langage. Quand on est passé par ces deux premières phases, la communication peut être vue comme un « jeu de société » dans lequel le locuteur et l'allocutaire font des hypothèses l'un sur l'autre, concernant leur identité et leur compétence, et forment des stratégies de discours. On forme des stratégies, parce qu'il s'agit de convaincre ou de séduire l'autre. On peut regrouper ces stratégies dans trois grands espaces: l'espace de « légitimation », l'espace de « crédibilité » et l'espace de « captation ».

La légitimation c'est-à-dire avoir l'air important. Elle donne le « pouvoir de dire » au locuteur (Charaudeau, 1995). Des exemples de la légitimation sont de dire ce qu'on peut faire ou atteindre ou d'utiliser quelqu'un de connu pour parler au nom de l'organisation. De cette manière, l'organisation montre qu'elle est importante. La crédibilité c'est-à-dire avoir l'air sérieux. Le locuteur doit être jugé crédible. Il peut faire cela en donnant des chiffres ou en montrant des résultats obtenus. La captation c'est dire aux gens ce qu'ils veulent entendre. Il s'agit de toucher l'affect de son destinataire en utilisant des moyens pour le séduire ou le captiver, tout cela dans le but de l'influencer. Une organisation peut par exemple expliquer ce qu'elle peut atteindre avec l'aide du destinataire ou dénommer des avantages additionnels pour le destinataire quand il fait ce que l'organisation demande.

La perception de la demande de don de la part du donateur est examinée en utilisant les stratégies pour faire une demande décrites par Le Pair et Korzilius. Rob le Pair et Hubert Korzilius (1996) discutent des différentes gradations du style direct. Ces auteurs ont formulé sept façons dont on peut faire une demande. Le schéma qu'ils ont rédigé à ce sujet est décrit dans le tableau 2.

Tableau 2: Les stratégies pour faire une demande, classées de la plus directe à la moins directe (ibid. p. 339).

Stratégie	Se référer à des conditions de réussite + exemple
1. Impératif	La forme la plus directe pour formuler la portée illocutive. « Ouvre la fenêtre. »
2. Verbe performatif	La forme directe pour formuler la portée illocutive. « Je te demande d'ouvrir la fenêtre. »
3. Déclaration d'engagement	Il n'y a pas de référence directe/explicite à une condition essentielle, mais une référence implicite au moyen de la condition de raison. « Il faut ouvrir la fenêtre. »
4. Déclaration de volonté/souhait	La force de la demande est impliquée du fait que l'orateur réfère à la condition de sincérité qui est orienté vers lui. « Je veux que tu ouvres la fenêtre. »
5. Suggestion	La force de la demande/suggestion est impliquée par la référence à la condition de raison. « Tu n'ouvriras pas la fenêtre? » « Pourquoi tu n'ouvres pas la fenêtre? »
6. Se référer à des préconditions	Se référer à des préconditions: a. <i>Pas d'évidence</i> * « Tu ouvres la fenêtre? » b. <i>Bonne volonté</i> « Tu veux ouvrir la fenêtre? » c. <i>Possibilité</i> « Tu peux ouvrir la fenêtre? »
7. Allusion	L'expression est seulement interprétée comme une demande si l'entendeur dispose de suffisamment d'information du contexte. « Il fait très chaud ici. »

* *Pas d'évidence*: Il faut que la demande soit un acte qui ne serait pas effectué par le destinataire sans l'expression d'une demande.

L'étude de Le Pair et Korzilius (ibid.) montre que les locuteurs qui ont le Néerlandais comme langue maternelle utilisent notamment des stratégies de demande indirectes, comme se référer à des préconditions ou une indication. En même temps, l'usage de l'impératif est négligeable en ce qui concerne les locuteurs qui ont le Néerlandais comme langue maternelle. Ce résultat est très intéressant et peut-être même peu étrange, vu qu'en général les Néerlandais sont vus comme très directs en ce qui concerne l'usage.

En expliquant les dimensions de House ci-dessus, nous avons parlé d'un certain changement de la perspective en vertu duquel la demande de don est formulée de la perspective du donateur. Nous utilisons l'usage de ce changement de la perspective pour analyser l'orientation vers le locuteur ou vers le destinataire.

Dominique Maingueneau (2002) explique ce phénomène dans son article. Il explique qu'il y a une situation d'énonciation et une situation de locution. La situation d'énonciation est un système de coordonnées purement linguistiques qui consiste en trois positions: la position d'énonciateur, dont le marqueur est « je » ou « nous »; la position de co-énonciateur, dont le marqueur est « tu » ou « vous » et la position de non-personne, dont le marqueur est « il(s) » ou « elle(s) ». La situation de locution décrit l'échange verbal qui consiste en trois places: la place du locuteur, celui qui parle; la place de l'allocutaire, celui à qui s'adresse la parole et la place du délocuté, celui dont parlent le locuteur et l'allocutaire. Mais selon Maingueneau (ibid.), les positions de la situation d'énonciation ne correspondent pas toujours aux places de la situation de locution. Autrement dit: quand on trouve le « je » dans un énoncé cela ne veut pas nécessairement dire que son référent dans l'échange verbal joue le rôle du locuteur. En interprétant des énoncés, il faut donc prendre en compte la tension entre la position de l'énonciation et les places occupées dans la locution.

Ce changement de la perspective peut être vu comme une stratégie très directe, parce que le locuteur parle de la perspective de l'allocutaire sans qu'il le sache. En fait, le locuteur part du fait que l'allocutaire donne suite à sa demande au lieu de vraiment lui demander quelque chose. Cependant, nous ne trouvons pas que cette stratégie est aussi directe que l'impératif.

L'orientation vers le contenu de la demande ou vers le destinataire, ou bien le fait d'être explicite ou implicite forment ensemble la dernière dimension de House qui nous examinons. Nous la traitons à l'aide de la théorie du duo Hall qui porte sur des cultures de haut et de bas contexte, parce que cette théorie traite de la communication explicite et implicite.

Selon Hall (1990), on peut comparer toutes les cultures du monde sur une échelle de haut à bas contexte. Dans une culture de haut contexte, la plupart de l'information d'un message est déjà dans les connaissances de la personne. Seulement une petite partie de l'information est explicitement dans le message qui est transmis. Les personnes qui font partie d'une culture de haut contexte n'ont pas besoin de beaucoup d'informations sur le fond d'une question. Ils communiquent d'une façon implicite. Dans une culture de bas contexte la plus grande partie de l'information est dans le message transmis. Les personnes d'une culture de bas contexte ont besoin d'informations détaillées et profondes sur le fond d'une question. Leur communication est très explicite. Selon Hall, la culture française se trouve beaucoup plus haute sur l'échelle de contexte que la culture néerlandaise.

Outre les dimensions de House, c'est aussi intéressant d'analyser la politesse en ce qui concerne les demandes. La politesse joue un rôle très important, parce qu'on veut quelque chose de son destinataire. En plus, le fait d'être direct et la politesse sont parents: à quel point peut-on être direct pour que quelqu'un fasse encore ce qu'on demande? Ou dans ce cas: pour qu'il fasse encore un don? Il y a beaucoup de recherches qui traitent la relation entre le fait d'être direct et la politesse. C'est pourquoi nous la traitons aussi dans cette recherche.

Pour traiter la politesse, nous utilisons le rapport entre la longueur de l'énoncé et le degré de la politesse expliqué par Blum-Kulka et les stratégies de politesse de Brown et Levinson. Nous les utilisons, parce qu'ils montrent des manières d'examiner la politesse dans des énoncés.

Dans son article, Blum-Kulka (1987) décrit le rapport entre la longueur de l'énoncé et le degré de la politesse. Plus un énoncé est long, plus il peut être poli,, puisqu'il y a plus d'espace pour des mots atténuants. Brown et Levinson (1987) décrivent trois stratégies différentes pour faire des performatifs qui mènent à une perte de prestige et pour, en même temps, protéger le prestige de l'autre autant que possible. Ces stratégies sont décrites dans le tableau ci-dessous.

Tableau 3: Les stratégies de politesse de Brown et Levinson (1987) classées de la moins polie à la plus polie dans Houtkoop et Koole (2000, p. 72).

Stratégie	Description + exemple
Bald on record	La stratégie la moins polie; ouverte et directe. « Prête-moi 100€. »
On record	Une stratégie plus polie: raison. « Il faut que je paie 100€ à quelqu'un aujourd'hui, mais je n'ai pas assez d'argent en ce moment. Est-ce que je peux te les emprunter? »
Off record	Une stratégie encore plus polie; effectuer une suggestion. Seul l'auditeur peut offrir une solution. « Il faut que je paie 100€ à quelqu'un aujourd'hui, mais je ne reçois mon salaire que vendredi. Je ne sais pas comment il faut résoudre cette situation. »

Cependant, nous trouvons qu'une stratégie manque à ce tableau. Elle pourrait être placée entre « on record » et « off record ». C'est une stratégie classique qui consiste seulement à poser une question: « Tu aurais 100€? ». C'est une question qui a la valeur conditionnelle d'une demande. Ensuite, le destinataire fait semblant de ne l'interpréter pas comme une demande de prêter de l'argent, mais comme une question ordinaire et répond: « Oui, j'ai 100€ ».

3. Méthode

Dans cette recherche, nous étudierons des différences interculturelles en utilisant l'analyse contrastive. Nous avons choisi l'analyse contrastive, parce que nous comparerons des énoncés venant de textes néerlandais et français qui sont équivalents en termes d'objectif discursif. Nous avons choisi de comparer le néerlandais et le français, parce qu'on dit que le néerlandais est une langue très directe et le français est une langue moins directe. Nous allons étudier si c'est le cas en ce qui concerne les demandes de don.

3.1 Corpus

Pour faire la comparaison, nous avons utilisé les sites web de dix associations caritatives différentes qui sont actives aux Pays-Bas comme en France. Ce sont les associations caritatives suivantes: le Fond Mondial pour la Nature (WWF), Greenpeace, Unicef, Make-A-Wish, Amnesty International, Médecins Sans Frontières, Oxfam International, Plan International, Amref Flying Doctors et Terre des Hommes. Nous avons choisi ces dix associations caritatives, parce qu'elles sont internationales, ayant un site web néerlandais et français, et elles n'ont pas toutes le même but. Le WWF s'engage dans la protection de la nature, Greenpeace s'occupe des problèmes de l'environnement, Unicef se concentre sur le bien-être des enfants, Make-A-Wish œuvre pour des enfants qui ont une maladie mortelle, Amnesty International lutte pour les droits de l'homme, Médecins Sans Frontières donne de l'aide médicale à des gens dans le besoin, Oxfam International lutte contre la pauvreté, Plan International agit pour les droits des enfants et pour l'égalité garçon-fille, Amref Flying Doctors s'engage à améliorer la santé des communautés africaines les plus vulnérables et Terre des Hommes lutte contre l'exploitation des enfants. Comme nous nous dirigeons vers la demande de don, il est nécessaire que les sites web de ces associations caritatives contiennent une telle demande, c'est-à-dire une page via laquelle on peut faire un don.

Nous analysons le site web néerlandais et français de chaque association caritative. C'est-à-dire les sites .nl et .fr, donc au total vingt sites web. En rassemblant le corpus il faut faire attention à la terminologie néerlandaise et française quand il s'agit de donner. Aux Pays-Bas on a *donatie* et *gift*. *Donatie* renvoie souvent à un

petit montant mensuel et *gift* à un montant ponctuel qui est plus grand. En France un don peut être ponctuel ou mensuel et peut être un petit montant ou un montant plus important. Quand on parle d'une *donation*, il s'agit d'une partie de l'héritage. Ce sont en général des montants assez élevés pour lesquels il faut établir un testament devant un notaire. C'est pourquoi les donations ne font pas partie de cette recherche. Nous avons donc sélectionné des textes néerlandais et français qui portent sur à peu près le même type de don.

De ces vingt sites nous étudions la page où on peut faire le don et les autres pages du site web qui portent sur le fait de donner. La page où on peut faire le don est indiquée par un bouton sur la page d'accueil du site. Ce bouton contient souvent le texte « doneer » ou « faire un don ». Les autres pages qui portent sur le fait de donner sont souvent à trouver sous la catégorie « help mee », « doe mee », « agir » ou « nous soutenir » dans le menu du site. Les autres pages qui portent sur le fait de donner sont des pages qui donnent des informations sur des manières différentes pour donner. Sur la plupart des sites, il y a d'abord une page qui montre tous les manières différentes pour soutenir l'association caritative et ensuite chaque manière a son propre page. Sur ces pages, l'association caritative explique par exemple ce qu'une certaine manière de donner contient, pourquoi il faut donner (pourquoi cette manière de donner), quels buts elle peut atteindre avec cette manière de donner, quels buts elle a déjà atteint, etc. Comme nous avons déjà dit plus haut, nous avons sélectionné des pages qui portent sur à peu près la même manière de donner.

Les textes de toutes les pages qui sont analysées se trouvent dans l'annexe, y compris les adresses de toutes les pages et la date de consultation (chapitre 8). Nous avons indiqué la navigation à travers les sites en texte bleu. Ainsi, il est facile à voir où on peut trouver quelle page avec quel texte et où il faut cliquer pour l'atteindre. Nous étudions seulement la fonction et le contenu des textes. Nous ne faisons pas attention à l'apparence du site web (images/mise en page), donc ce n'est pas d'important de faire des captures d'écran des sites web. Nous avons seulement mis des images ou des graphiques dans le corpus quand ils soutiennent les stratégies de demandes de don.

Nous considérons la demande de don qui se trouve en haut de la page où on peut faire le don comme la vraie demande de don, vu que cette page est la page où on donne vraiment de l'argent. De plus, les autres pages qui portent sur le fait de donner mènent toujours à la page où on peut faire don par des boutons ou des

textes sur lesquelles on peut cliquer. On peut atteindre la page où on peut faire le don directement à partir de la page d'accueil du site. Ce n'est donc pas nécessaire de visiter d'abord les pages du site web qui portent sur le fait de donner. La demande de don est généralement le titre ou la première phrase de la page, suivi par un texte d'accompagnement dans lequel l'association caritative explique pourquoi il faut donner et ce qu'elle peut faire avec le don. Il y a seulement deux sites web dont la page consacrée au don ne contient pas un tel texte d'accompagnement (vous pouvez le voir dans le chapitre 4). Dans ce texte d'accompagnement se trouvent souvent des récapitulatifs de la demande de don pour fortifier les raisons données dans ce texte et accentuer l'importance du don. Ces récapitulatifs contiennent parfois une autre stratégie de demande de Le Pair et Korzilius que la vraie demande de don.

Voici le texte qui se trouve sur la page où on peut faire le don du site français de Greenpeace:

Soutenez Greenpeace

Analyser, enquêter, dénoncer, agir et mobiliser: ce sont les adhérents qui font et qui financent Greenpeace. Cette indépendance est le gage de notre liberté de parole et d'action, en toutes circonstances.

C'est grâce à vous que nous pouvons agir

Greenpeace est l'une des seules associations à ne pas accepter de financement de la part des gouvernements, d'entreprises ou de partis politiques. C'est ce qui garantit notre liberté de parole et d'action face aux industriels et aux gouvernements. C'est pourquoi nous dépendons entièrement des particuliers qui nous soutiennent.

Je donne une fois

30€ 50€ 80€ *Autre montant*

Je donne tous les mois

8€ 15€ 20€ *Autre montant*

Ce don de 30€ vous revient à 10,20€ après déduction fiscale. 66% de votre don est déductible de vos impôts dans la limite de 20% de vos revenus imposables.

Nous pouvons voir que la vraie demande de don est le titre de la page suivi par un texte d'accompagnement. Dans ce texte nous trouvons une autre stratégie pour faire une demande, à savoir: le changement de la perspective.

Sur les autres pages qui portent sur le fait de donner se trouvent aussi des demandes de don dans le texte. Comme les textes d'accompagnement sur la page où on peut faire le don, ces demandes de don peuvent contenir une autre stratégie de demande de Le Pair et Korzilius. Elles ont pour objectif de mener le donateur potentiel à la page où il peut faire le don. Sur quelques sites, ce sont mêmes des boutons qui nous mènent littéralement à la page où on peut faire le don. En analysant les demandes de don, nous avons donc analysé toutes les demandes qui se trouvent sur la page où on peut faire le don et sur les autres pages qui portent sur le fait de donner. Il y a seulement cinq sites web qui n'ont pas d'autres pages qui portent sur le don. Ce sont le site français de Greenpeace, le site néerlandais et français de Make-A-Wish, le site français de Médecins Sans Frontières et le site français d'Amref Flying Doctors.

3.2 Concepts de l'étude

Vu que notre recherche se porte sur les stratégies pour faire une demande, il est nécessaire de définir le concept de demande. Dans notre recherche le concept de demande est défini comme un acte de langage. Une demande est un acte de langage avec lequel le locuteur veut faire effectuer, par l'allocutaire, un acte qui a importance pour le locuteur et qui exige une certaine peine ou un certain effort de l'allocutaire (Searle, 1969). Dans ce cas il s'agit d'une association caritative qui veut que le visiteur de son site web (le donateur potentiel) fasse un don.

Nous avons défini le fait d'être direct comme une approche près de laquelle on dit les choses telles qu'elles sont et on ne tourne pas autour du pot.

Le fait d'être poli est défini sur la base de la théorie de Goffman concernant le « face-keeping » (Goffman, 1955). Le « face-keeping » veut dire que les gens essaient de garder leur prestige et de ne pas menacer le prestige d'autres personnes. Le fait d'être poli est vu comme un comportement grâce auquel on limite la perte de prestige.

Notre définition du fait d'être explicite est basée sur la définition de House (1996). Le fait d'être explicite veut dire qu'on dit expressément ce qu'on veut communiquer en donnant beaucoup d'informations sur le fond d'une question et en décrivant les choses en détail.

3.3 Procédure

En ce qui concerne la manière dont l'association caritative se présente, nous avons étudié quelles stratégies de discours de Patrick Charaudeau se trouvent en néerlandais et lesquelles se présentent le plus chez les locuteurs francophones. Nous avons regardé quelles stratégies se trouvent dans les textes par langue, par site web. Pour faire cela, nous avons compté combien de fois chaque stratégie se trouve dans le texte de chaque site web et nous avons exprimé cela en pourcentage du nombre total de stratégies trouvées dans le texte.

Tableau 4: La stratégie de discours + un exemple du site d'une association caritative

Stratégie	Exemples
Légitimation	<p>« " Si le WWF est l'une des premières organisations mondiale de protection de la nature, c'est grâce à nos donateurs. Grâce à tous ceux qui ont décidé de s'engager à nos côtés pour préserver une planète vivante. Depuis 40 ans, la volonté qui nous anime et l'aide de nos donateurs ont déjà permis de sauver des espèces et d'inverser des processus destructeurs dans de nombreux espaces où la biodiversité était en danger. Fort de ces succès et de l'arrivée de nouveaux donateurs, la communauté du WWF peut s'atteler, avec toujours plus de détermination, aux projets qui nous mobilisent."</p> <p>Isabelle Autissier, Présidente du WWF France » (WWF France, 2018)</p> <p>« Dit is Greenpeace</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Meer dan 380.000 donateurs in Nederland ✓ Grenzeloos actief ✓ Actief in 55 landen »

	(Greenpeace Pays-Bas, 2018)
Crédibilité	<p>« Que fait l'UNICEF avec un don de 100 euros? » (expliqué en utilisant un graphique circulaire) (Unicef France, 2018)</p> <p>Waar geeft WNF je euro aan uit? (expliqué en utilisant un graphique circulaire) (WWF Pays-Bas, 2018)</p> <p>« Dit hebben we in 2016 samen bereikt</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ De Rosszee bij Antarctica, een belangrijke broedplaats voor pinguïns, walvissen en orka's, wordt officieel beschermd en is daarmee het grootste zeenatuurgebied ter wereld; ✓ Supermarktketens Jumbo en Albert Heijn gaan flinke stappen zetten om bestrijdingsmiddelen op Nederlandse aardappels, groenten en fruit te beperken; ✓ Na intensieve campagnes laat de Chinese overheid de bouw van 30 kolencentrales stilleggen en schrapt nog eens 30 nieuwe projecten; ✓ Het Canadese Great Bear Rainforest is het grootste intacte gematigd regenwoud van de wereld. Na 20 jaar actie is 85 procent van het gebied nu beschermd tegen houtkap! » <p>(Greenpeace Pays-Bas, 2018)</p>
Captation	<p>« Ensemble, nous sommes la solution. » (WWF France, 2018)</p> <p>« Grâce à vous nous agissons sur les causes profondes de la pauvreté et des injustices. » (Oxfam International France, 2018)</p> <p>« Maximaal voordeel dus voor jou én de natuur!</p> <ul style="list-style-type: none"> • Krijg tot 52% van je gift terug • Óf schenk tot 52% meer aan WNF zonder dat het je extra geld kost » <p>(WWF Pays-Bas, 2018)</p>

	« Met €10 kunnen wij ACT-combinatiepillenkuren kopen om 16 volwassenen binnen 3 dagen van malaria te genezen. » (Médecins Sans Frontières Pays-Bas, 2018)
--	--

Nous avons analysé le fait d'être direct dans les demandes de don à l'aide des sept stratégies pour faire une demande de Le Pair et Korzilius et le changement de la perspective expliqué par Maingueneau. Pour faire cela, nous avons compté combien de fois chaque stratégie se trouve dans une phrase du texte de chaque site web. Quand il y a une phrase qui contient plusieurs fois la même stratégie, nous l'avons compté comme une stratégie, vu que nous comptons au niveau de la phrase.

Tableau 5: La stratégie pour faire une demande + un exemple du site d'une association caritative néerlandaise et française (si possible).

Stratégie	Exemple
Impératif	« Doneer nu » (Terre des Hommes Pays-Bas, 2018) « Soutenez nos actions sur le terrain » (Plan International France, 2018)
Changement de la perspective	« Ja, ik help mee » (Oxfam International Pays-Bas, 2018) « Je fais un don mensuel pour les enfants du monde » (Unicef France, 2018)
Se référer à des préconditions, pas d'évidence	« Flex-donateur worden? » (Unicef Pays-Bas, 2018)
Se référer à des préconditions, bonne volonté	« Wil jij ook helpen? » (Plan International Pays-Bas, 2018)

Ensuite, nous avons utilisé deux manières pour exprimer ce nombre de stratégies en pourcentage. Nous avons utilisé ces deux manières parce que les textes des sites web diffèrent en longueur et il faut en tenir compte. En ce qui concerne la première manière, nous avons compté le nombre de phrases total d'un texte entier sur un site web et ensuite nous avons exprimé le nombre de phrases qui contient une certaine stratégie en pourcentage du nombre total de phrases. En ce qui concerne la deuxième manière, nous avons exprimé le nombre de phrases qui contient une certaine stratégie en pourcentage du nombre total de stratégies trouvées dans le texte d'un site web.

Exemple du calcul de la première manière

Le nombre total des phrases néerlandais est 458. 458 phrases correspondent donc à 100%. 88 de ces phrases contiennent l'impératif. Cela correspond donc à $(88/458) \times 100 = 19,2\%$.

Exemple du calcul de la deuxième manière

Le nombre total des phrases néerlandais qui contient une stratégie pour faire une demande est 107 phrases. 107 phrases correspondent donc à 100%. 88 de ces phrases contiennent l'impératif. Cela correspond donc à $(88/107) \times 100 = 82,2\%$.

Nous avons calculé les pourcentages dans toutes les tables de la même façon.

Le degré de la politesse est analysé en utilisant les stratégies de politesse de Brown et Levinson. Pour faire l'analyse nous avons examiné le texte qui accompagne la demande de don sur la page du site où on peut faire le don. Nous avons choisi de nous concentrer seulement sur cette page pour analyser la politesse, parce que la vraie demande de don se trouve sur cette page. La demande de don est souvent accompagnée d'un texte dans lequel l'association caritative décrit pourquoi elle a besoin de l'aide du visiteur du site (le donateur potentiel), elle donne des raisons de donner, et elle décrit ce qu'elle peut ou va faire avec le don. Nous avons examiné s'il y a un texte d'accompagnement ou pas et, si c'est le cas, quelle stratégie est utilisée dans ce texte. Sur le site web français de Plan International nous trouvons par exemple le texte d'accompagnement suivant:

POURQUOI DONNER A PLAN INTERNATIONAL?

Depuis 80 ans, Plan International agit dans les zones les plus pauvres pour les enfants et les jeunes, et plus particulièrement pour ceux qui sont exclus du fait de leur religion, de leur ethnie, de leur lieu de vie ou tout simplement parce que ce sont des filles...

Nos projets couvrent 4 domaines d'interventions pour les droits des enfants:

- *Satisfaire les besoins vitaux,*
- *Protéger contre la violence et l'exploitation,*
- *Eduquer et former,*
- *Permettre aux enfants et aux jeunes de faire valoir leurs droits.*

Plan International est une ONG de solidarité internationale indépendante, nos actions sont financées à 94.5% par des ressources d'origine privée en 2015.

Vos dons à Plan International France vous permettent de bénéficier d'une réduction de 66 % du montant du don sur votre impôt sur le revenu, dans la limite de 20 % du revenu imposable. Et si vous êtes redevable de l'ISF, vous pouvez déduire de cet impôt 75 % du montant de votre don (dans la limite de 50 000 € par an).

() exemples d'affectation de dons*

Notre service donateurs est à votre disposition pour répondre à toutes vos questions. N'hésitez pas à nous contacter par e-mail: contact@plan-international.fr

Ce texte d'accompagnement est un exemple de la stratégie « off record », parce que Plan International ne demande pas directement un don. L'organisation dit seulement ce qu'elle fait, qu'elle est une organisation indépendante dont les actions sont en grande partie financées des ressources d'origine privée et qu'un donateur peut bénéficier d'une réduction du montant du don sur l'impôt sur le revenu. Elle donne donc une suggestion.

Un exemple d'un texte d'accompagnement qui contient la stratégie « bald on record » est le suivant, du site néerlandais de Médecins Sans Frontières:

Onze hulpverleners zetten zich elke dag keihard in om wereldwijd medische zorg te geven aan mensen die dit het hardst nodig hebben.

Aan mensen die vastzitten in het kruisvuur van strijdende partijen. Aan vluchtelingen die alles kwijt zijn. Aan mensen die worden bedreigd door ondervoeding. Aan zieken die geen toegang hebben tot levensreddende medicijnen.

Artsen zonder Grenzen geeft deze hulp onafhankelijk van politieke, religieuze en economische belangen. Omdat wij vinden dat iedereen toegang moet hebben tot medische zorg.

Wij kunnen ons werk alleen doen dankzij de steun van mensen zoals jij. Help vandaag nog mee.

Steun onze teams

Onze hulpverleners zetten zich elke dag keihard in om levensreddende medische zorg te geven, wereldwijd, in crisisgebieden waar dit het hardst nodig is. Dat kunnen zij niet zonder u. Help vandaag nog mee.

Ce texte contient plusieurs impératifs et est donc ouvert et direct, ce qui correspond avec les caractéristiques de la stratégie « bald on record » de Brown et Levinson.

La relation entre la politesse et le fait d'être direct est analysée au moyen du rapport que Blum-Kulka a établi entre les deux. Nous analysons le rapport entre la stratégie utilisée pour faire la demande sur la page où on peut faire le don et la stratégie de politesse utilisée dans le texte d'accompagnement.

Nous avons examiné le fait d'être explicite, ou bien implicite, à l'aide de la théorie sur les cultures de haut et de bas contexte de Hall. L'analyse de cette théorie se compose de trois parties. Premièrement, nous avons regardé quels sites ont un texte d'accompagnement sur la page où on peut faire un don. Ensuite, nous avons examiné combien de texte porte sur le don quand il s'agit de la totalité de texte qui figure sur les pages du site traitant le don. Nous avons fait cela en rangeant la totalité du texte qui porte sur le don de chaque site web dans des catégories en fonction du nombre de mots. Finalement, nous avons regardé si les sites web qui ont les textes les plus longs n'utilisent cette quantité de texte que pour donner beaucoup d'informations, comme des raisons pour donner, ou s'ils l'utilisent vraiment pour formuler leur demande de manière plus explicite. Pour faire cela, nous avons examiné combien de phrases contenant une stratégie pour faire une demande de Le Pair et Korzilius se trouvent dans les textes les plus longs, c'est-à-dire à partir de 600 mots et plus. De chaque texte, nous avons exprimé le nombre de phrases qui contiennent une stratégie en pourcentage du nombre total de phrases. Après cela, nous avons comparé les pourcentages des textes longs néerlandais avec les pourcentages français pour voir s'il y a des différences.

4. Résultats

Le fait d'être direct

Quand nous regardons les stratégies pour faire une demande de Le Pair et Korzilius, nous voyons une grande différence entre les textes néerlandais et français concernant le fait d'être direct. Le pourcentage de phrases qui contiennent l'impératif, la stratégie la plus directe, par rapport au nombre total de phrases contenant une stratégie sur les sites web en néerlandais est presque deux fois plus haut que le pourcentage pour les sites web en français, à savoir 82,2% et 41,9% (tableau 6). En tenant compte de la longueur des textes, la même différence se présente. La différence est même plus grande, respectivement 19,2% et 5,9%, vu que les sites en français des associations caritatives étudiées utilisent moins de stratégies pour faire une demande (tableau 7). Ces sites utilisent surtout le changement de la perspective, ce qui n'est pas une stratégie de Le pair et Korzilius, mais un phénomène expliqué par Maingueneau. Elles le font dans 58,1% des demandes de don ce qui représente 8,2% des phrases. Sur les sites web en néerlandais, 15% des demandes de don sont faites au moyen du changement de la perspective, ce qui correspond à 3,5% des phrases. Il est remarquable que seulement les sites web néerlandais utilisent la stratégie indirecte « se référer à des préconditions ». Pourtant, ce n'est que dans 2,8% des cas, donc c'est un résultat qui est négligeable (tableau 6). En plus, nous remarquons que cette stratégie est toujours suivie d'une phrase contenant l'impératif, ce qui diminue l'effet indirect.

Tableau 6: Le nombre et pourcentage de phrases qui contiennent une stratégie pour faire une demande par rapport au nombre total de phrases contenant une telle stratégie, rendus par pays

Stratégie	PB (nombre)	%	FR (nombre)	%
Impératif	88	82,2	18	41,9
Changement de la perspective	16	15	25	58,1
Se référer à des préconditions, pas d'évidence	1	0,9	-	-
Se référer à des préconditions, bonne volonté	2	1,9	-	-
Total	107	100	43	100

Tableau 7: Le nombre et pourcentage de phrases qui contiennent une stratégie pour faire une demande par rapport au nombre total de phrases, rendus par pays

Stratégie	PB (nombre)	%	FR (nombre)	%
Impératif	88	19,2	18	5,9
Changement de la perspective	16	3,5	25	8,2
Se référer à des préconditions, pas d'évidence	1	0,2	-	-
Se référer à des préconditions, bonne volonté	2	0,4	-	-
Pas de stratégie	351	76,6	261	85,9
Total	458	100	304	100

En regardant les stratégies de discours de Charaudeau dans le tableau 8, nous voyons que les résultats sont à peu près les mêmes. La captation est la stratégie la plus utilisée dans environ la moitié des cas où une stratégie de discours est utilisée. La légitimation et la captation sont un peu plus utilisées sur les sites en français et la crédibilité est un peu plus utilisée sur les sites en néerlandais. Le nombre total de stratégies utilisées est presque le même.

Tableau 8: Le nombre et pourcentage de stratégies de discours utilisées, rendus par pays

Stratégie	PB (nombre)	%	FR (nombre)	%
Légitimation	13	28,3	16	32,7
Crédibilité	8	17,4	6	12,2
Captation	25	53,3	27	55,1
Total	46	100	49	100

La politesse

Beaucoup de pages où on peut faire un don contiennent un texte d'accompagnement dans lequel l'association caritative décrit ce qu'elle peut faire avec le don et pourquoi elle a besoin de l'aide du visiteur du site (le donateur potentiel). Dans le tableau 9, nous montrons par pays sur quels sites se trouve un texte d'accompagnement.

Tableau 9: Texte d'accompagnement, rendu par site web par pays

Site Web	Pays-Bas	France
WWF	Oui	Oui
Greenpeace	Oui	Oui
Unicef	Oui	Oui
Make a Wish	Non	Oui
Amnesty International	Oui	Non
Médecins Sans Frontières	Oui	Oui
Oxfam International	Oui	Oui
Plan International	Oui	Oui
Amref Flying Doctors	Oui	Oui
Terre des Hommes	Oui	Oui

De le tableau 9 ressort que seulement le site néerlandais de Make a Wish et le site français d'Amnesty International ne contiennent pas de texte d'accompagnement. Le nombre de sites dont la page via laquelle on peut faire un don contient un tel texte est donc le même pour les deux pays.

En ce qui concerne la politesse, il y a une très grande différence entre les Pays-Bas et la France. Sur les sites web d'associations caritatives néerlandais seulement se trouve la stratégie la moins polie, à savoir « Bald on Record », et sur les sites web d'associations caritatives en français seulement se trouve la stratégie la plus polie, à savoir « Off Record » (tableau 10).

Tableau 10: Le nombre et pourcentage de stratégies de politesse utilisées, rendus par pays

Stratégie	BP (nombre)	%	FR (nombre)	%
Bald on Record	9	100	-	-
On Record	-	-	-	-
Off Record	-	-	9	100
Total	9	100	9	100

Le fait d'être explicite

Comme nous l'avons discuté ci-dessus, la présence d'un texte d'accompagnement est montrée dans le tableau 9. Concernant la quantité de textes qui portent sur le don, nous avons rangé les textes des sites web dans des catégories en fonction du nombre des mots dans le tableau 11. Dans ce tableau nous pouvons voir que plus de textes français tombent dans la catégorie du nombre de mots le plus bas. Pourtant, ce sont seulement les textes français qui tombent dans les deux catégories du nombre de mots le plus haut, ce qui est intéressant, mais ne montre pas vraiment une différence. Quand nous divisons le tableau en deux, nous voyons que sept textes sur dix néerlandais tombent dans les trois catégories les plus basses. En ce qui concerne la France, six textes sur dix tombent dans ces trois catégories. Il y a donc seulement une petite différence quant à la quantité de textes qui portent sur le don.

Tableau 11: Le nombre total de mots sur toutes les pages du site qui portent sur le don, rendu par pays

Nombre de mots	Pays-Bas	France
0 à 200	2	4
200 à 400	3	2
400 à 600	2	-
600 à 800	3	1
800 à 1000	-	2
1000 +	-	1
Total	10	10

Nous pouvons voir dans le tableau 7 que 23,3% des phrases néerlandaises contiennent une stratégie pour faire une demande, contre 14,1% des phrases françaises. Mais est-ce que cette différence se présente aussi quand nous examinons seulement les textes les plus longs (à partir de 600 mots) ? Les textes néerlandais qui se composent de 600 à 800 mots, sont du WWF, d'Unicef et d'Oxfam International. Le texte français qui se compose de 600 à 800 est d'Unicef. Les textes français se composant de 800 à 1000 français sont d'Oxfam International et de Plan International. Et le texte français qui se compose de plus de 1000 mots est du WWF. Nous voyons dans le tableau 12 qu'en général les textes longs néerlandais ont un pourcentage de phrases qui contiennent une stratégie qui est plus haut que le pourcentage des textes longs français. À l'exception de Oxfam International France.

Tableau 12: Nombre et pourcentage de phrases contenant une stratégie pour faire une demande des textes longs néerlandaises en françaises

Texte	Nombre total de phrases	Nombre total de stratégies	%
WWF Pays-Bas	84	15	17,9
Unicef Pays-Bas	78	14	17,9
Oxfam International Pays-Bas	75	19	25,3
Unicef France	47	4	8,5
Oxfam International France	54	14	25,9
Plan International France	48	4	8,3
WWF France	81	6	7,4

5. Conclusion

Le fait d'être direct

Notre recherche montre que les associations caritatives néerlandaises sont plus directes que les associations caritatives françaises quand elles font des demandes de don. Cependant, les demandes de don françaises tombent aussi dans les catégories les plus directes: les associations caritatives néerlandaises utilisent surtout l'impératif sur leurs sites web, la stratégie la plus directe selon Le Pair et Korzilius, tandis que les associations caritatives françaises utilisent le plus souvent le changement de la perspective. Cette manière de demander peut aussi être vue comme très directe, parce que l'association caritative dit, en adoptant la perspective du donateur, qu'il fait un don au lieu de lui demander. Pourtant, nous ne le considérons pas comme une stratégie aussi directe que l'impératif. En utilisant le changement de la perspective, l'association caritative ne s'adresse pas directement au donateur potentiel et nous trouvons donc que cette stratégie pousse moins à une action de la part du donateur potentiel que l'impératif.

En ce qui concerne la manière dont se présentent les associations caritatives, nous avons vu qu'elles utilisent le plus souvent l'espace de « captation » dans les deux pays. Quand elles s'adressent aux donateurs potentiels qui visitent leurs sites web, elles tentent surtout de séduire ou de captiver ces donateurs potentiels en disant ce qu'ils sont susceptibles d'apprécier.

La politesse

Quant à la politesse, nous avons vu que les sites web d'associations caritatives néerlandaises sont considérés comme beaucoup plus impolis que les sites web français. Sur les sites web néerlandais qui contiennent un texte d'accompagnement sur la page via lesquelles on peut faire un don se trouve seulement la stratégie « Bald on Record », ce qui est la stratégie la moins polie. Par contre, sur les sites web français contenant un texte d'accompagnement se trouve seulement la stratégie « Off Record », ce qui est la stratégie la plus polie. En matière de politesse, les deux pays sont donc diamétralement opposés.

La relation entre le fait d'être direct et la politesse

Nous avons vu qu'aussi bien les associations caritatives néerlandaises que les associations caritatives françaises sont très directes quand elles font des demandes de don sur leurs sites web. Nous avons également constaté que les associations caritatives néerlandaises seulement utilisent la stratégie la moins polie dans le texte d'accompagnement sur la page via laquelle on peut faire un don et les associations caritatives françaises seulement utilisent la stratégie la plus polie. Cela veut dire que les associations caritatives néerlandaises sont toujours très directes ou même plus directes après leur vraie demande de don, tandis que les associations caritatives françaises essaient d'affaiblir leur demande de don au moyen du texte d'accompagnement qui la suit.

Le fait d'être explicite

Quand il s'agit de la présence d'un texte d'accompagnement sur la page où on peut faire un don, nous avons constaté qu'il n'y a pas de différence entre les associations caritatives néerlandaises et françaises. Le même nombre de sites contient un tel texte. En ce qui concerne la quantité de textes qui portent sur le don, nous avons vu qu'il y a une petite différence entre les deux pays. En général, le texte total qui porte sur le don sur les sites web d'associations caritatives françaises contient un peu plus de mots. Quant aux stratégies pour faire une demande dans les textes longs, nous avons vu qu'en général les textes longs néerlandais contiennent plus de stratégies que les textes longs français. Nous pouvons donc conclure que les associations caritatives françaises donnent plus d'autres informations au lieu d'utiliser la quantité de texte pour formuler leur demande de manière plus explicite. Les demandes de don françaises sont donc moins explicites que les demandes de don néerlandaises.

L'orientation vers le locuteur ou vers le destinataire

Sous la partie concernant le fait d'être direct, nous avons montré que les associations caritatives françaises utilisent plus souvent le changement de la perspective que les associations caritatives néerlandaises et que le changement de la perspective est la stratégie la plus utilisée sur les sites web français. Nous pouvons donc constater que les demandes de don françaises sont plus orientées vers le destinataire que les demandes de don néerlandaises.

En regardant les résultats, nous pouvons donc conclure qu'il y a plusieurs différences entre les demandes de don néerlandaises et françaises. Les demandes de don diffèrent en ce qui concerne le fait d'être direct, la relation entre le fait d'être direct et la politesse, le caractère explicite des demandes et la politesse et l'orientation vers le destinataire. Quand il s'agit de la politesse les deux pays sont totalement opposés. Seulement la manière dont les associations caritatives se présentent quand elles font une demande de don ne s'avère pas être vraiment différente.

6. Discussion

L'étude de Le Pair et Korzilius a montré que les locuteurs qui ont le néerlandais comme langue maternelle utilisent surtout des stratégies indirectes, comme se référer à des préconditions ou une indication, quand ils font une demande. En plus, l'usage de l'impératif serait négligeable. Cependant, notre recherche a montré que les demandes de don néerlandaises contiennent le plus souvent les stratégies les plus directes et que l'impératif est la stratégie la plus utilisée, à savoir dans 82,2% des cas. Il s'avère aussi que l'usage des stratégies indirectes, à savoir se référer à des préconditions, est négligeable. Les résultats de notre recherche et celui de Le Pair et Korzilius sont donc opposés. Malheureusement, nous ne pouvons pas comparer les résultats de notre recherche à des autres recherches concernant des demandes françaises, parce que nous n'avons pas trouvé de la théorie sur le fait d'être direct dans des demandes françaises. Il serait donc intéressant d'étudier les stratégies pour faire une demande utilisées par les locuteurs qui ont le français comme langue maternelle à l'aide du schéma de Le Pair et Korzilius.

Notre recherche a également montré que les associations caritatives néerlandaises sont toujours très directes ou même plus directes dans le texte d'accompagnement après leur vraie demande de don, tandis que les associations caritatives françaises essayent d'affaiblir leur demande de don au moyen du texte d'accompagnement qui la suit. Nous pouvons donc dire que l'hypothèse de Blum-Kulka, selon laquelle un énoncé plus long est plus poli, puisqu'il y a plus d'espace pour des mots atténuants, ne se vérifie pas pour les associations caritatives néerlandaises: les associations caritatives néerlandaises utilisent un énoncé plus long, c'est-à-dire l'explication dans le texte d'accompagnement, pour rendre leur demande plus directe en utilisant la stratégie « Bald on Record ».

Selon Hall, la culture française se trouve beaucoup plus haute sur l'échelle de contexte que la culture néerlandaise. Cela veut dire que, les Français communiquent de manière plus implicite que les néerlandais. Notre recherche a montré en effet que les demandes de don françaises sont moins explicites que les demandes de don néerlandaises. Les sites web francophones contiennent un peu plus de texte, mais ce texte est utilisé pour donner d'autres informations au lieu de formuler la demande de don de façon plus explicite.

En constituant le corpus, nous avons constaté que tous les sites sont différents. Même les sites en néerlandais et en français de la même association caritative ne se composent pas des mêmes textes ou discutent les mêmes types de don. Comme nous avons dit dans la partie de la méthode qui porte sur le corpus, nous avons fait de notre mieux pour sélectionner des textes néerlandais et français qui portent sur à peu près le même type de don. Cependant, il se peut que les différences entre les sites web aient influencé nos résultats un peu. C'est une conséquence inévitable.

En écrivant le compte-rendu de lecture, nous n'avons pas trouvé de la littérature qui porte sur des demandes de don ou des demandes de l'argent. De ce fait, nous ne pouvons pas comparer nos résultats aux résultats d'autres recherches qui portent sur le même sujet. On peut donc encore faire plus de recherches sur des demandes de don ou des demandes de l'argent. En faisant plus de recherche sur les demandes de don dans des langues différentes, on découvre si les demandes de don sont formulées autrement. Nous pouvons comprendre quelle manière de demander cadre avec quelle culture. Dans le cadre d'un stage pour une association caritative, on pourrait ensuite examiner si cette formulation de la demande de don est également la plus efficace et garantit l'obtention de plus d'argent. Puis, les demandes peuvent être formulées ainsi de sorte que les associations caritatives collectent plus d'argent.

7. Bibliographie

- Bazin, C., Duros, M. & Malet, J. (2016) La générosité des français – édition 2016. Consulté le 8 août 2018 par: <https://www.associations.gouv.fr/la-generosite-des-francais-edition-2016.html>
- Blum-Kulka, S. (1987) Indirectness and Politeness in Requests: Same or Different? *Journal of Pragmatics*, 11, 131-146.
- Charaudeau, P. (1995) Ce que communiquer veut dire. *Revue des Sciences humaines*, 51. Consulté le 17 mars 2018 par: <http://www.patrick-charaudeau.com/Ce-que-communiquer-veut-dire.html>
- Encyclo Desktop (2018). Consulté le 25 avril 2018 par: <http://www.encyclo.nl/begrip/goed%20Doel>
- Goede Doelen Nederland (2017) Feiten en Cijfers Goede Doelen. Consulté le 25 avril 2018 par: <https://www.goededoelen.nl/inkomsten>
- Hall, E.T. et Hall, M.R. (1990) *Understanding cultural differences*. Intercultural Press. Consulté le 24 mars par: <http://teaching.up.edu/bus511/xculture/Hall%20and%20Hall%201990,%20ch1.pdf>
- House, J. (1996). Contrastive Discourse Analysis and Misunderstanding: The Case of German and English. Hellinger, M. & Ammon, U. (eds.) *Contrastive sociolinguistics*. New York: Mouton de Gruyter. 345-361
- Houtkoop, H. & Koole, T. (2000) *Taal in Actie: Hoe Mensen Communiceren met Taal*. Muiderberg: Coutinho.
- Maingueneau, D. (2002). Situation d'énonciation, situation de communication. Figuerola, M.C. et al. (eds.) *La lingüística francesa en el nuevo milenio*. Lleida. 11-19. Consulté le 14 mars par: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4030069>
- Pair, R. le & Korzilius, H. (2000) Interculturele Communicatieve Competentie: Directheid in Verzoeken. Neutelings, R., Ummelen, N. & Maes, A. *Over de grenzen van de taalbeheersing*. Den Haag: Sdu Uitgevers. 337-348.

8. Annexe

WWF Pays-Bas

La page où on peut faire une donation (<https://www.wnf.nl/doe-mee/word-donateur.htm>, consultée le 6 mars 2018):

WORD DONATEUR VAN HET WERELD NATUUR FONDS

De natuur heeft jouw hulp nodig. Dankjewel alvast!

Word donateur en help zo mee de natuur structureel te beschermen. De donatie wordt maandelijks automatisch afgeschreven van de door jou opgegeven rekening.

Samen geven we de aarde door!

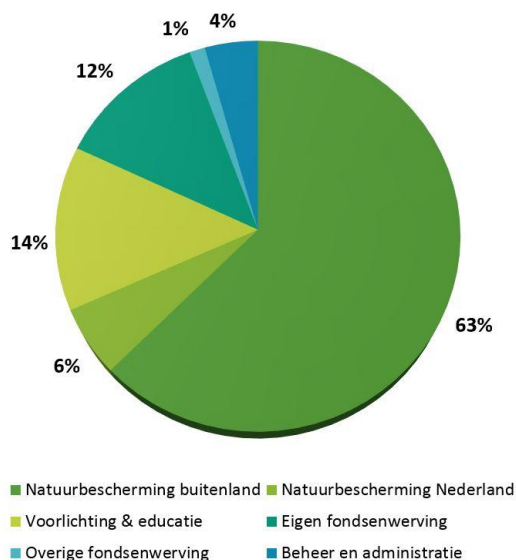
Maandbedrag*

- € 5,00
- € 10,00
- €

GRATIS VOOR NIEUWE DONATEURS

De WNF boodschappentas

WAAR GEEFT WNF JE EURO AAN UIT?



Nous cliquons sur le bouton « DOE MEE » dans le menu du site.
Sur la page qui s'ouvre, nous pouvons trouver des manières différentes pour soutenir l'association caritative (<https://www.wnf.nl/doe-mee.htm>, consultée le 6 mars 2018).

DOE MEE

Geef samen met het Wereld Natuur Fonds de aarde door. Word vrijwilliger bijvoorbeeld, geef een gift, of start een eigen actie voor WNF.

WORD DONATEUR

Steun ons werk als donateur en help zo mee om structureel de natuur te beschermen. Samen geven we de aarde door!

WORD NU LID → bouton qui nous mène à la page où on peut faire une donation

GEEF EEN EENMALIGE GIFT

Jij kunt ons helpen de natuur en haar inwoners te beschermen. Groot of klein, elk bedrag is welkom!

GEEF DIRECT → bouton qui nous mène au texte ci-dessous
(<https://www.wnf.nl/doe-mee/geef-een-gift/eenmalige-gift.htm>, consulté le 6 mars 2018)

Eenmalig schenken aan het Wereld Natuur Fonds

Wat fijn dat je de natuur wilt steunen met een eenmalige gift! Groot of klein, elk bedrag is welkom. Zo kunnen we samen de prachtige rijkdom aan dier- en plantensoorten op aarde beschermen.

Vul hieronder je gegevens in. Liever zelf overmaken? Dat kan ook, via rekeningnummer **NL31 RABO 030 0000 030**, t.n.v. Wereld Natuur Fonds te Zeist.

JA, IK GEEF → bouton pour faire la donation après de remplir tes données

WAT WNF MET JE GIFT DOET

Met jouw gift kunnen we veel doen om de natuur en haar inwoners te helpen, zoals:

Extra anti-stroperijpatrouilles

We kunnen extra rangers inzetten om stroperij en illegale handel in bedreigde dieren tegen te gaan.

Meer beschermde gebieden

Met jouw gift kunnen we het aantal beschermde gebieden verder uitbreiden.

Duurzame visserij

We kunnen duurzame visserij stimuleren en meer zeegebieden beschermen.

GEEF EEN GROTE GIFT

Met jouw grote gift kun je een substantieel verschil maken voor de natuur. We betrekken je graag bij ons veldwerk op een manier die bij je past.

GEEF EEN GIFT → [bouton qui nous mène à une autre page qui contient le texte ci-dessous \(https://www.wnf.nl/doe-mee/geef-een-gift.htm, consultée le 6 mars 2018\)](https://www.wnf.nl/doe-mee/geef-een-gift.htm):

GEEF EEN GROTE GIFT AAN DE NATUUR

Steun het Wereld Natuur Fonds op een manier die bij je past.

Samen maken we het verschil

Onze missie is even uitdagend als helder: werken aan een wereld waarin de mens leeft in harmonie met de natuur. Een vitale en veerkrachtige natuur, die we vol trots kunnen doorgeven aan de generaties na ons.

Ook jij kunt onderdeel worden van de oplossing door met jouw grote gift echt een verschil te maken. Sluit je aan bij ons wereldwijde netwerk van natuurbeschermers, lokale bevolking, regeringen, het bedrijfsleven, donateurs en vrijwilligers. Mensen met dezelfde passie voor de natuur en de wilskracht om deze te beschermen.

Meer impact door samenwerking

Door samen te werken met het Wereld Natuur Fonds maak je het mogelijk om acute bedreigingen aan te pakken zoals stroperij, ontbossing en overbevissing. Tegelijkertijd investeer je ook in toekomstig natuurbehoud door innovatieve projecten te steunen waarbij de problemen op de lange termijn structureel worden aangepakt.

"NEUSHOORNPOPULATIE IN KWAZULU-NATAL MET 21% GESTEGEN"

Persoonlijk contact

Neem contact op met één van onze adviseurs om jouw wensen en ideeën te bespreken.

Fiscaal voordeel

Een gift of schenking aan WNF is fiscaal aftrekbaar. Wanneer je je voor minimaal 5 jaar aan WNF verbindt kan je de volledige gift fiscaal aftrekken en geldt er geen aftrekdrempel of –plafond. Bovendien hoeft over een gift aan WNF geen schenkbelasting betaald te worden.

Maximaal voordeel dus voor jou én de natuur!

- Krijg tot 52% van je gift terug
- Óf schenk tot 52% meer aan WNF zonder dat het je extra geld kost

Lees hier meer over de mogelijkheden en voorwaarden of bespreek het met onze adviseurs.

CLUB VAN 100 - VANAF € 1.000

- Je draagt bij aan één concreet project
- Je kan je expertise inzetten voor WNF
- Kinderen worden gratis lid van WNF-jeugdclubs
- Inspirerend netwerk en een gezellige familiedag
- De jaarlijkse donatie vanaf € 1.000 is fiscaal aftrekbaar.

WNF CIRCLE - VANAF € 5.000

- Je kiest en ondersteunt één concreet project
- Je ontvangt persoonlijke updates uit het veld
- Je kan eens in de vijf jaar mee met een avontuurlijke buitenlandse veldreis

- Meerdere events per jaar met (inter)nationale topsprekers en belevenissen in de natuur
- De jaarlijkse donatie vanaf € 5.000 is fiscaal aftrekbaar

FAMILY CIRCLE - VANAF € 50.000

- Je adopteert één zelfgekozen project
- Jullie worden tot in detail betrokken bij de voortgang en resultaten
- Een unieke veldreis met de familie naar je eigen project
- Volledig verzorgd familieprogramma naar eigen wens
- De jaarlijkse donatie vanaf € 50.000 is fiscaal aftrekbaar

PERSOONLIJKE INVULLING VANAF € 1.000

Uiteraard is het ook mogelijk om op je eigen manier invulling te geven aan een (eenmalige) grote gift. Op basis van jouw wensen stemmen we graag een invulling op maat af.

WWF France

La page où on peut faire une donation (<https://faireundon.wwf.fr/b/mon-don>, consultée le 6 mars 2018):

Votre don est notre force.


D'avance, merci pour votre générosité.

JE DONNE UNE FOIS

- 80 €
- 100 €
- 120 €
- 150 €
- 300 €
-  Montant libre €

Votre don ne vous coûte réellement que 34 € après réduction fiscale (réduction de 66 € à hauteur de 20% du revenu imposable).

JE DONNE CHAQUE MOIS

- 10 €
- 20 €
- 30 €
- 50 €
- 80 €
-  Montant libre €

POURQUOI DONNER ?

Votre don est notre force. Grâce à vous et aux milliers de personnes qui nous soutiennent. Le WWF est la première organisation mondiale de protection de l'environnement.

Votre don vous permet également de bénéficier d'une déduction fiscale (valable 5 ans) :

- 66 % du montant de votre don au profit du WWF peut être déduit de votre impôt sur le revenu. Le plafond de la déduction s'élève à 20% de votre revenu imposable.

- 75 % du montant de votre don au profit du WWF peut être déduit de votre ISF. Le plafond de la déduction s'élève à 50 000 €.

Les comptes de l'association sont contrôlés et certifiés par un commissaire aux comptes. Ils sont consultables dans notre rapport d'activité.

Notre Service Relations Donateurs est à votre disposition, n'hésitez pas à nous contacter :

Par e-mail : fr.relations-membres@wwf.fr

Par téléphone : 01 71 86 40 70

RESPECT DE VOTRE VIE PRIVEE

Vos coordonnées nous sont indispensables pour vous envoyer votre reçu fiscal. Toutes les données collectées sont également conservées à des fins de gestion des donateurs et de prospection, mais conformément à la loi informatique et libertés du 6 janvier 1978, vous disposez d'un droit d'accès, de modification, de rectification et de suppression des dites données.

Pour exercer ce droit, adressez-vous à :

WWF France Service Relations Donateurs

35/37 rue Baudin, 93310 Le Pré-St-Gervais

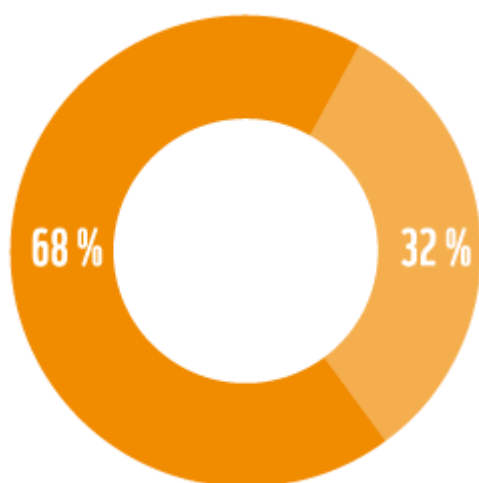
Par e-mail : fr.relations-membres@wwf.fr

Par téléphone : 01 71 86 40 70

Toutes les informations bancaires pour traiter le paiement sont totalement sécurisées. Elles ne sont en aucun cas conservées sur nos systèmes informatiques.

LES MISSIONS SOCIALES DU WWF

Pour l'année fiscale 2016/2017, les dépenses liées aux missions sociales du WWF France représentent 11 M€. Elles sont représentées sur le graphique ci-dessous :



Nous cliquons sur le bouton « S'ENGAGER » dans le menu du site (<https://www.wwf.fr/sengager-ensemble>, consultée le 6 mars 2018). Sur la page qui s'ouvre, nous pouvons trouver des manières différentes pour soutenir l'association caritative.

S'engager ensemble

Aujourd'hui, pour continuer de mener à bien toutes nos actions en faveur de la planète et entreprendre de nouveaux combats, nous avons besoin du soutien de chacun.

Ensemble, nous sommes la solution

Rejoignez ceux, membres et donateurs, partenaires et sympathisants, qui ont bâti avec nous une association riche aujourd'hui de 220 000 donateurs et de milliers de bénévoles, toujours disponibles pour se mobiliser et démultiplier notre capacité d'action !

Faire un don

Le WWF œuvre à la conservation des écosystèmes sur tous les continents. Aidez-nous à poursuivre nos actions de conservation et de sensibilisation au plus près du terrain. C'est grâce à votre soutien que nous pouvons agir pour préserver notre planète. → [Nous pouvons cliquer sur ce texte](#). Quand nous le faisons, cela nous mène à un autre page qui contient le texte ci-dessous (<https://www.wwf.fr/sengager-ensemble/votre-don-est-notre-force>, consultée le 6 mars 2018):

Votre don est notre force

C'est grâce à votre soutien que le WWF peut agir pour sauvegarder la biodiversité de notre planète.

Faire un don → [bouton qui nous mène à la page où on peut faire une donation](#)

Faire un don

" Si le WWF est l'une des premières organisations mondiale de protection de la nature, c'est grâce à nos donateurs. Grâce à tous ceux qui ont décidé de s'engager à nos côtés pour préserver une planète vivante. Depuis 40 ans, la volonté qui nous anime et l'aide de nos donateurs ont déjà permis de sauver des espèces et d'inverser des processus destructeurs dans de nombreux espaces où la biodiversité était en danger. Fort de ces succès et de l'arrivée de nouveaux donateurs, la communauté du WWF peut s'atteler, avec toujours plus de détermination, aux projets qui nous mobilisent."

Isabelle Autissier, Présidente du WWF France

Pourquoi faire un don au WWF ?

Le Fond Mondial pour la Nature (WWF) est l'une des toutes premières organisations indépendantes de protection de l'environnement dans le monde. Depuis 1973, le WWF France agit au quotidien afin d'offrir aux générations futures une planète vivante depuis Paris, Marseille, les Alpes, la Guyane et la Nouvelle-Calédonie.

Faire un don au WWF, c'est :

Mettre un frein à la dégradation de l'environnement dans le monde et construire un avenir où les êtres humains pourront vivre en harmonie avec la nature.

Agir à nos côtés pour la préservation de la vie sauvage, des forêts, des océans et du climat, et pour le développement d'une alimentation durable.

Soutenir un réseau actif dans plus de 100 pays avec près de 6 millions de membres dans le monde.

Avoir la certitude que votre don sera utilisé efficacement à la mise en œuvre de solutions concrètes en durables pour la sauvegarde de la biodiversité et la protection des espèces sauvages menacées.

Quels sont les différents types de dons ?

Vous pouvez choisir de nous soutenir au quotidien de plusieurs façons. Pour chaque situation et chaque souhait, il existe le don qui y correspond.

Don ponctuel

Aujourd'hui, pour continuer de mener à bien toutes nos actions en faveur de notre planète et entreprendre de nouveaux combats, nous avons besoin du soutien de chacun. Il n'y a pas de petit don, chaque don compte !

Don régulier

Grâce au don régulier, le WWF connaît à l'avance les moyens dont il dispose pour engager des programmes sur le long terme et préserver notre planète. Voilà pourquoi votre engagement régulier et durable est essentiel.

Don dans le cadre de l'IFI

Si vous êtes assujetti à l'IFI (ancien ISF), vous pouvez bénéficier d'une déduction fiscale de 75% du montant de votre don. Pour échanger sur votre projet de don, contactez Delphine Lefranc, Responsable philanthropie privée, au 01 71 89 54 94 ou par mail sur slefranc@wwf.fr

Nous pouvons cliquer sur les trois textes ci-dessus et quand nous faisons cela, nous nous retrouvons sur le page où nous pouvons faire une donation.

Comment faire un don au WWF ?

Nous mettons à votre disposition différents moyens pour recueillir votre geste de générosité.

Don par Internet

Via le site du WWF, vous pouvez effectuer votre don en toute sécurité. Toutes les informations bancaires pour traiter le paiement sont totalement sécurisées.

Don par SMS

Vous pouvez choisir le don par SMS en envoyant le mot "WWF" au 92888. Chaque envoi de votre part équivaut à un versement de 5€ au WWF et vous donne droit à une déduction fiscale.

Don par courrier

Si vous souhaitez faire un don par courrier, vous pouvez envoyer un chèque à l'ordre du WWF France à :
Fondation WWF France, Service Relation Donateur, 35-37 rue Baudin, 93310 Le Pré-Saint-Gervais.

Service donateur

Pour toute question concernant un don, un changement de coordonnées, l'envoi de votre reçu fiscal, l'envoi de courriers, merci de contacter Sonia, ou adressez-nous vos courriers à l'adresse postale du siège. Nous répondons aux mails sous un délai moyen de 3 jours.

Ensemble, agissons

Le WWF œuvre à la conservation des écosystèmes sur tous les continents. Aidez-nous à poursuivre nos actions de conservation et de sensibilisation au plus près du terrain.

Greenpeace Pays-Bas

La page où on peut faire une donation (<https://www.greenpeace.org/nl/doneren/>, consultée le 6 mars 2018):

ONZE OCEANEN VERDIENEN BESCHERMING

Ja, ik help mee om plasticvervuiling te stoppen
en word donateur van Greenpeace!

Ik wil Greenpeace graag steunen met een bedrag van

€ 8,- € 10,- € 12,- anders, nl: € per

Stop de verstikking

Onze oceanen zijn de bron van het leven maar miljarden kilo's plastic flesjes, tasjes en ander zwerfafval verstikken ze langzaam maar zeker.

Elk jaar sterven meer dan 100.000 zeezoogdieren door plastic.

Eén op de drie zeeschildpadden heeft al plastic in zijn maag en zal een langzame en pijnlijke dood sterven.

Jouw steun is nú nodig.

Dankzij supporters komt Greenpeace al 45 jaar in actie voor de oceanen:

- Onze schepen doen wetenschappelijk onderzoek in alle uithoeken van de aarde.
- Grote vervuilers zoals Coca-Cola zetten we onder druk om wegwerpplastic uit te faseren.
- Wereldwijd mobiliseren we de steun van miljoenen mensen voor het instellen van zeereservaten. Daar zijn alle schadelijke activiteiten waaronder visserij verboden en kan het zeeleven zich herstellen.

Help onze oceanen, word donateur.

Kernproeven, dumping van giftige stoffen, overbevissing en nu ook plasticvervuiling: onze oceanen bezwijken bijna. Help het tij keren, word nu donateur. Bedankt!

Nous cliquons sur le bouton « Doneren » dans le menu du site (<https://www.greenpeace.org/nl/doneren/>, consultée le 6 mars 2018).

Sur la page qui s'ouvre, nous pouvons trouver des manières différentes pour soutenir l'association caritative.

Steun Greenpeace

Onze aarde is in gevaar en heeft jouw hulp nodig. Kom in actie en help het tij te keren. Met jouw steun kunnen wij onderzoek doen en campagnes opzetten en uitvoeren.

Doe een donatie en geef onze kwetsbare aarde een stem!

- ✓ Wij werken volledig onafhankelijk
- ✓ 100% afhankelijk van particuliere donaties
- ✓ 3x per jaar Greenpeace Magazine

Help mee, doneer → [bouton](#)

'Milieuproblemen zijn grensoverschrijdend. De Amazone wordt kaalgekap voor soja in het Nederlandse veevoer. Dat klopt toch niet? Om dit soort fundamenteel verkeerde dingen te veranderen, is een organisatie als Greenpeace pure noodzaak.'

André Bakker, donateur

Dit is Greenpeace

- ✓ Meer dan 380.000 donateurs in Nederland
- ✓ Grenzeloos actief
- ✓ Actief in 55 landen

Hoe helpt jouw donatie?

Greenpeace doet onderzoek naar milieuproblemen en biedt oplossingen, voert campagne en overtuigt bedrijven en overheden van schone alternatieven. Als dat niet helpt, voeren we actie; opvallend en altijd geweldloos.

Steun Greenpeace en werk mee aan een groene, vreedzame aarde

Dit hebben we in 2016 samen bereikt

- ✓ De Rosszee bij Antarctica, een belangrijke broedplaats voor pinguïns, walvissen en orka's, wordt officieel beschermd en is daarmee het grootste zeenatuurgebied ter wereld;
- ✓ Supermarkketens Jumbo en Albert Heijn gaan flinke stappen zetten om bestrijdingsmiddelen op Nederlandse aardappels, groenten en fruit te beperken;
- ✓ Na intensieve campagnes laat de Chinese overheid de bouw van 30 kolencentrales stilleggen en schrapt nog eens 30 nieuwe projecten;
- ✓ Het Canadese Great Bear Rainforest is het grootste intacte gematigd regenwoud van de wereld. Na 20 jaar actie is 85 procent van het gebied nu beschermd tegen houtkap!

Lees meer over onze successen

Doneer nu → [bouton](#)

DE AARDE IS OOK **• VAN MIJ**

Greenpeace France

La page où on peut faire une donation (https://faire-un-don.greenpeace.fr/?codespec=N18FD&_ga=2.234479518.1097084290.1533997331-1480218925.1528054156, consultée le 6 mars 2018):

Soutenez Greenpeace

Analyser, enquêter, dénoncer, agir et mobiliser : ce sont les adhérents qui font et qui financent Greenpeace. Cette indépendance est le gage de notre liberté de parole et d'action, en toutes circonstances.

C'est grâce à vous que nous pouvons agir

Greenpeace est l'une des seules associations à ne pas accepter de financement de la part des gouvernements, d'entreprises ou de partis politiques. C'est ce qui garantit notre liberté de parole et d'action face aux industriels et aux gouvernements. C'est pourquoi nous dépendons entièrement des particuliers qui nous soutiennent.

Je donne une fois

30€ 50€ 80€ Autre montant

Je donne tous les mois

8€ 15€ 20€ Autre montant

Ce don de 30€ vous revient à 10,20€ après déduction fiscale. 66% de votre don est déductible de vos impôts dans la limite de 20% de vos revenus imposables.

Faire un don → [bouton](#)

Unicef Pays-Bas

La page où on peut faire une donation (<https://www.unicef.nl/doneren>, consultée le 6 mars 2018):

Help nu en doneer

Ik doneer eenmalig/maandelijks/per kwartaal/jaarijks

€ 10 € 20 € 50

Of kies een ander bedrag

Kies een bedrag

Voor € 20,- geef je vier kinderen een warme deken.

Doneer nu → [bouton](#)

ONLINE DONEREN GAAT SNEL EN EENVOUDIG

“Miljoenen kinderen zijn ondervoed, op de vlucht, ziek of gaan niet naar school. Zij hebben je hulp hard nodig.”

Doneer en help kinderen

Nog nooit werden zoveel kinderen geconfronteerd met oorlog en geweld. Kwetsbare kinderen, die niets liever willen dan de ellende achter zich laten. Ze willen spelen, leren en gezond opgroeien. En dat is voor velen van hen vaak moeilijk, maar niet onmogelijk. Als ze de kans maar krijgen. Help je mee? Een online donatie waarderen we enorm. Je kunt bij UNICEF eenmalig of bijvoorbeeld maandelijks doneren.

Samen geven we kinderen wereldwijd!

Nous cliquons sur le bouton « Help mee » et puis sur le bouton « Help mee en doneer » sous la catégorie « STEUN MET GELD » dans le menu du site (https://www.unicef.nl/help-mee?filter=steun_met_geld, consultée le 6 mars 2018). Sur la page qui s'ouvre, nous pouvons trouver des manières différentes pour soutenir l'association caritative.

Word maandelijks donateur

€ 10 € 20 € 50

Of kies een ander bedrag

Doneer nu → [bouton qui nous mène à la page où on peut faire une donation](#)

SMS « UNICEF » NAAR 4333

En help gevluchte Syrische kinderen → [bouton qui nous mène à une autre page qui contient le texte ci-dessous \(https://www.unicef.nl/sms-donatie, consultée le 6 mars 2018\)](#):

SMS "UNICEF" NAAR 4333 EN HELP GEVLUCHTE SYRISCHE KINDEREN

Miljoenen kinderen worden op dit moment in Syrië en omliggende landen opgevangen. UNICEF zet zich met man en macht voor hen in. Help ook mee en zet je in voor gevluchte Syrische kinderen in nood. Sms 'unicef' naar 4333 en doneer éénmalig 3 euro.

Hoe werkt het?

Sms het woord '**unicef**' naar 4333. Een sms kost je € 3,-. Dit bedrag wordt automatisch van je telefoonrekening afgeschreven en overgeboekt naar UNICEF. Lees voor meer informatie de actievoorwaarden.

Wie help je?

Met jouw gift kan UNICEF direct gevluchte Syrische kinderen in nood helpen. Met schoon water, voeding en vaccinaties. En nu de winter eraan komt, met warme dekens om hen te beschermen tegen de kou. Ook krijgen de kinderen psychosociale hulp en zorgen we voor onderwijs. We hopen dat de Syrische kinderen op jouw hulp kunnen rekenen. Help nu, zodat zoveel mogelijk Syrische kinderen het conflict overleven.

FLEX-DONATEUR WORDEN?

Bepaal zelf hoe veel en hoe vaak je geeft → [bouton qui nous mène à une autre page qui contient le texte ci-dessous \(https://www.unicef.nl/help-mee/steun-met-geld/flex-donateur, consultée le 6 mars 2018\)](#):

FLEX-DONATEUR WORDEN?

Bepaal zelf hoe veel en hoe vaak je geeft

Soms komt doneren financieel even niet goed uit. Daarom kun je nu ook flex-doneren. Als flex-donateur bepaal je zélf of je geeft of niet.

Ons leven is flexibel en dat vinden we prettig. We vinden het vaak fijn om niet aan bepaalde dingen 'vast te zitten'. Daarom kun je nu bij UNICEF ook flex-doneren. Als flex-donateur bepaal je zélf of een gift je deze maand uitkomt of niet. Even krap bij

kas? Dan sla je gewoon een maandje over. Eenvoudig en snel, gewoon via je mobiel met slechts één sms'je.

Hoe werkt flex-doneren?

Flex-doneren werkt via je mobiele telefoon en je bankrekeningnummer. Elke maand ontvang je een sms waarin staat wanneer je donatie wordt afgeschreven. Als je niets doet, gebeurt dat afschrijven automatisch. Sla je liever een maandje over? Stuur dan binnen 48 uur een sms met de tekst 'overslaan' naar 3669.

Je kunt je lidmaatschap natuurlijk op elk moment weer beëindigen. Doe je dat, dan ontvang je van ons een schriftelijke bevestiging van je opzegging.

Verwacht je dat je niet of zelden van de mogelijkheid gebruikmaakt om een maandje over te slaan? Kies dan voor het 'gewone' lidmaatschap van UNICEF. Zo kunnen we nog meer kinderen helpen met de sms'jes die we niet hoeven te versturen.

Wat je ook besluit: welkom bij UNICEF!

“Ik vind UNICEF een heel goed doel. Maar omdat ik op dit moment geen vast werk heb, komt doneren me soms heel slecht uit. Dan is het ideaal als je een maandje kunt overslaan”

Mellammie Willems, Bruchterveld

Waarom besteden we je gift?

Syrische kinderen lijden al zeven jaar onder een oorlog van volwassenen. In Oost-Ghouta, Idlib en op heel veel andere plekken in Syrië en daarbuiten leven ze elke dag met geweld, voedseltekorten en andere ellende.

Wat kun jij hieraan doen? Ons steunen bijvoorbeeld. Wij helpen Syrische kinderen waar we maar kunnen. Zo brengen we samen met het Rode Kruis en andere VN-organisaties voedsel en andere hulpgoederen naar Oost-Ghouta. Dat is dringend nodig, want in deze belegerde voorstad van Damascus is 1 op 8 kinderen ernstig ondervoed en heeft de bevolking amper medische zorg of andere basisvoorzieningen. Met je donatie maak jij deze hulp mogelijk. Alvast bedankt voor je steun!

Unicef France

La page où on peut faire une donation (<https://www.unicef.fr/don-unicef>, consultée le 6 mars 2018):

POUR NOUS SOUTENIR

vous pouvez :

FAIRE UN DON CHAQUE MOIS

FAIRE UN DON EN LIGNE

Les deux phrases ci-dessus sont des boutons qui nous mènent à la page où on peut remplir ses données et ensuite faire une donation (<https://don.unicef.fr/Don-Mensuel/~mon-don/>, consultée le 6 mars 2018).

Je fais un don mensuel pour les enfants du monde

12€ 15€ 20€ Montant libre

JE DONNE → bouton pour faire la donation

Je soutiens l'UNICEF

65€ 105€ 160€ Montant libre

Je valide mon don ! → bouton pour faire la donation

Quand nous revenons à la dernière page nous trouvons encore le texte ci-dessous :

VOUS POUVEZ AUSSI

Faire un don ponctuel, devenir donateur régulier, rejoindre notre réseau de bénévoles pour mener des actions en France, agir depuis chez vous, acheter nos produits solidaires ou encore transmettre votre patrimoine... Il y a mille façons de vous engager à nos côtés et grâce à votre aide nous pouvons construire un monde meilleur pour tous les enfants.

VOTRE DON EN TRANSPARENCE

Chaque enfant, sans distinction et sans exception, a le droit de grandir dans un environnement sûr et aimant, d'être soigné, d'aller à l'école ... Et vous pouvez vous engager de plusieurs façons afin de les aider. Mais comment sont utilisés vos dons ?

Vu sur: <https://www.unicef.fr/don-unicef>

Ici nous pouvons cliquer sur le + et puis nous nous trouvons sur un autre page qui contient le texte ci-dessous (<https://www.unicef.fr/article/le-don-en-transparence>, consultée le 6 mars 2018):

Le don en transparence

Faire un don ponctuel, devenir donateur régulier, rejoindre notre réseau de bénévoles pour mener des actions en France, agir depuis chez vous, devenir entreprise partenaire, acheter nos produits solidaires ou encore transmettre votre patrimoine... Il y a mille façons de vous engager à nos côtés pour les enfants. Mais comment sont utilisés vos dons ?

A qui donnez-vous lorsque vous donnez à l'UNICEF ?

L'UNICEF, Fonds des Nations unies pour l'enfance, est né en 1946. C'est l'agence des Nations unies (ONU), entièrement dédiée à la survie, à la santé, à la protection et à l'éducation des enfants. L'UNICEF est implanté dans 191 pays.

À quoi servent vos dons ?

L'UNICEF est présent sur **sept domaines d'action** :

- Santé
- VIH/ SIDA
- Eau/ Assainissement et hygiène
- Nutrition
- Education/ Egalité
- Protection
- Inclusion sociale

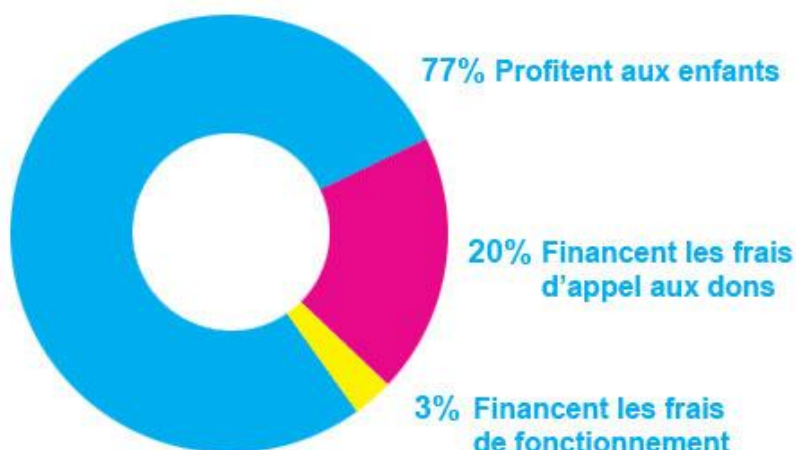
Ses modalités d'action vont de l'intervention d'urgence lors de conflits ou de catastrophes pour porter secours aux enfants et à leurs familles, à l'action institutionnelle auprès des États, en passant par les programmes de développement sur le long terme.

En savoir + : Votre don en action

L'emploi de votre don

Sauf mention spéciale ou situation d'urgence, l'affectation de vos dons se fait en fonction des besoins des programmes de terrain. **Merci de votre confiance et de votre soutien.** Toutefois si vous désirez soutenir un programme spécifique visitez nos campagnes de don en cours.

Que fait l'UNICEF avec un don de 100 euros ?



Donner en toute confiance

- **Transparence**

Les comptes de l'UNICEF France sont systématiquement audités et surveillés, étant données les spécificités de sa mission sociale et de son statut associatif d'utilité publique. Ces procédures de contrôle garantissent la bonne utilisation des fonds et participent à l'amélioration de l'efficacité de l'UNICEF France.

- **Paiement 100% sécurisé**

Toutes les informations bancaires qui nous permettent de traiter **vos paiements sont totalement sécurisés**. Elles ne transitent en aucun cas sur nos systèmes informatiques.

- **Vie privée et données**

Vos données sont susceptibles d'être échangées avec des associations caritatives ou des sociétés commerciales scrupuleusement sélectionnées par l'UNICEF France. Conformément à la Loi Informatique et Libertés n°78-17 du 6 janvier 1978 modifiée, vous disposez d'un droit d'accès, de modification, de suppression et d'opposition au traitement de vos données personnelles et à leur utilisation à des fins de prospection en nous écrivant par email ou par courrier :

Unicef France
3 rue Duguay-Trouin
75282 PARIS Cedex 06

Déduction fiscale

Pour les dons réalisés entre le 1er janvier 2017 et le 31 décembre 2017 :

La réduction d'impôt **est égale à 75%** des versements effectués, dans la limite de 531 € (art. 200 du Code Général des Impôts). Pour la part des dons comprise entre 531 € et 20% de votre revenu imposable, la réduction est de 66%.

Exemple : si vous faites un don de 100€, il ne vous coûtera en réalité que 25€.

Afin de bénéficier de la réduction d'impôt, c'est très simple : il suffit de joindre à votre déclaration de revenus le reçu fiscal que l'UNICEF vous adresse.

Si vous avez des questions concernant **le reçu fiscal**, vous pouvez nous contacter à travers ce formulaire.

Vu sur: <https://www.unicef.fr/article/le-don-en-transparence>

Make a Wish Pays-Bas

La page où on peut faire une donation (<https://makeawishnederland.org/word-donateur>, consultée, le 6 mars 2018):

DONEER NU

Ik:

- Word donateur
- Doe eenmalig een gift

Ik doneer vanaf nu

maandelijks ▼

Een bedrag van

€3 ▼ - €5 - €10 - €20 - €50 – Anders

Per kwartaal: €3 - €5 - €10 - €20 - €50 – Anders

Per halfjaar: €5 - €10 - €20 - €50 – Anders

Per jaar: €10 - €20 - €50 - Anders

Quand on donne une fois on peut seulement remplir un montant.

Make a Wish FR

La page où on peut faire une donation (<http://www.makeawishfrance.org/donation>, consultée le 6 mars 2018):

Faire un don

En faisant un don à Make-A-Wish France, vous nous aidez à diffuser la Magie du vœu et donnez ainsi du courage et de l'espoir à des enfants gravement malades.

Nous vous rappelons que les dons sont déductibles de vos impôts à 66% (impôt sur le revenu) ou 60% (impôt sur les sociétés).

Ainsi, **un don de 30€ vous reviendra à 10.20€** après déduction.

Montant de votre don

Veillez entrer des nombres entiers seulement - Montant de 5€ minimum.

Amnesty International Pays-Bas

La page où on peut faire une donation (<https://secure.amnesty.nl/donatie>, consultée le 7 mars 2018):

STOP ONRECHT. STEUN AMNESTY.

Wereldwijd worden mensenrechten geschonden. Mensen worden gemarteld omdat ze hun mening geven. In elkaar geslagen omdat ze homo zijn. Achtergesteld omdat ze vrouw zijn. Veroordeeld tot de doodstraf of zonder eerlijk proces. Vreedzame demonstranten verdwijnen achter de tralies.

Amnesty maakt onrecht zichtbaar en zet de daders onder druk

Amnesty onderzoekt het onrecht en maakt het zichtbaar aan de wereld. Dit doen we via rapporten, persberichten, lobby, acties en campagnes. Zo worden regeringen en bedrijven onder druk gezet om de schendingen te stoppen, slachtoffers vrij te laten of hun beleid te veranderen. Daarnaast steunt Amnesty lokale organisaties en activisten die opkomen voor de mensenrechten in hun land.

Ieder mensenleven is een strijd waard

Amnesty boekt successen. Mensen worden vrijgelaten, martelingen worden gestopt, beleid wordt veranderd. Al duurt het decennia om wetgeving aangepast te krijgen, of jaren om een gevangene vrij te krijgen, Amnesty geeft niet op.

Jouw donatie geeft mensen vrijheid

Helaas blijft onze strijd nodig. Met jouw bijdrage, kunnen we meer onderzoek doen, meer acties voeren en meer mensen redden. Jouw donatie geeft mensen vrijheid. Met een jaarlijkse bijdrage vanaf € 10,- ben je ook lid van Amnesty en geef je ons jouw stem. Vul vandaag het formulier nog in.

Andere manieren om Amnesty te steunen

Er zijn meerdere manieren om ons mensenrechtenwerk te steunen. [Bekijk hier alle mogelijkheden](#).

Uiteraard is het ook mogelijk om een donatie te doen door geld over te maken naar onze rekening NL45 TRIO 0198100000.

JOUW DONATIE

Met een jaarlijkse bijdrage van € 10,- ben je al lid. Een hogere bijdrage is van harte welkom.

Kies betaalfrequentie en bedrag:

- Eenmalig
€ 15 € 30 € 50 Anders
 Maandelijks

€ 3 € 5 € 10 Anders

Jaarlijks

€ 20 € 30 € 50 Anders

JA, IK STEUN AMNESTY → [bouton pour faire la donation](#)

Nous cliquons sur le bouton « STEUN ONS » dans le menu du site (<https://www.amnesty.nl/steun-ons>, consultée le 7 mars 2018).

Sur la page qui s'ouvre, nous pouvons trouver des manières différentes pour soutenir l'association caritative.

Doe een donatie

Wereldwijd worden mensenrechten geschonden. Mensen worden gemarteld omdat ze hun mening geven. In elkaar geslagen omdat ze homo zijn. Achtergesteld omdat ze vrouw zijn. Veroordeeld tot de doodstraf, na een oneerlijk proces. Vreedzame demonstranten verdwijnen achter de tralies. Met jouw bijdrage kunnen we meer onderzoek doen, meer acties voeren en meer mensen redden.

Amnesty International France

La page où on peut faire une donation (<https://soutenir.amnesty.fr/b/mon-don>, consultée le 7 mars 2018):

OUI, JE SOUHAITE SOUTENIR AMNESTY INTERNATIONAL FRANCE

SI VOUS SOUHAITEZ FAIRE UN DON DEDUCTIBLE DE L'ISF A LA FONDATION AMNESTY INTERNATIONAL FRANCE, CLIQUEZ SUR [FONDATION AMNESTY INTERNATIONAL FRANCE](#)

Je donne tous les mois

- 6 €
- 10 €
- 15 €
- 20 €

Montant libre €

Je donne une fois

- 50 €
- 80 €
- 100 €
- 500 €

Montant libre €

Nous cliquons sur le bouton « Faire un don » sous la catégorie « Nous soutenir » dans le menu du site (<https://www.amnesty.fr/soutenir/don>, consultée le 7 mars 2018). Sur la page qui s'ouvre, nous trouvons le texte ci-dessous:

FAIRE UN DON

Nous sommes dépendants de vous pour maintenir notre indépendance. Cette indépendance nous garantit un pouvoir de dénonciation et d'action libre de toutes contraintes ou pressions extérieures.

N'attendez pas pour changer des vies

Faites un don aujourd'hui.

En nous soutenant, vous agissez au nom de la justice et de la liberté, vous nous aidez à prévenir, alerter, enquêter, dénoncer, diffuser et faire pression chaque jour pour défendre les droits humains, partout dans le monde. nous avons besoin de vous pour continuer à lutter en toute indépendance et impartialité. Ensemble, changeons des vies.

Faire un don : grâce à vos dons ponctuels ou mensuels nous pouvons continuer à lutter en toute indépendance et impartialité.

Impôt sur le revenu

Défiscalisation : 66 % du montant de votre don peuvent être déduits de votre impôt sur le revenu (*dans la limite de 20 % de votre revenu net imposable*). L'excédent net éventuel peut être reporté sur les 5 années suivantes. Vous devez effectuer votre don à Amnesty International France **au plus tard le 31 décembre de l'année en cours** pour bénéficier de votre réduction d'impôt lors de votre déclaration de l'année prochaine.

Ensemble, changeons des vies

Nous avons besoin de vous pour continuer à lutter en toute indépendance et impartialité.

FAIRE UN DON → bouton qui nous mène à la page où on peut faire une donation

Médecins Sans Frontières Pays-Bas

La page où on peut faire une donation (<https://form.artsenzondergrenzen.nl/doe-een-gift>, consultée le 7 mars 2018):

Steun onze teams wereldwijd

Onze hulpverleners zetten zich elke dag keihard in om wereldwijd medische zorg te geven aan mensen die dit het hardst nodig hebben.

Aan mensen die vastzitten in het kruisvuur van strijdende partijen. Aan vluchtelingen die alles kwijt zijn. Aan mensen die worden bedreigd door ondervoeding. Aan zieken die geen toegang hebben tot levensreddende medicijnen.

Artsen zonder Grenzen geeft deze hulp onafhankelijk van politieke, religieuze en economische belangen. Omdat wij vinden dat iedereen toegang moet hebben tot medische zorg.

Wij kunnen ons werk alleen doen dankzij de steun van mensen zoals jij. Help vandaag nog mee.

Steun onze teams

Onze hulpverleners zetten zich elke dag keihard in om levensreddende medische zorg te geven, wereldwijd, in crisisgebieden waar dit het hardst nodig is. Dat kunnen zij niet zonder u. Help vandaag nog mee.

- eenmalig
- €20
- €50
- €100
- ...

Met € 50 kunnen wij speciale voeding kopen om 2 ondervoede kinderen in 5 weken weer op de been te helpen.

- maandelijks
- €5 €5
- €10
- €25
- ...

Met € 10 kunnen wij ACT-combinatiepillenkuren kopen om 16 volwassenen binnen 3 dagen van malaria te genezen.

Doneer nu → [bouton pour faire la donation](#)

Quand nous cliquons sur le bouton « Help mee » dans le menu du site, nous trouvons le texte ci-dessous (<https://www.artsenzondergrenzen.nl/help-mee>, consultée le 7 mars 2018):

Doneren

Help onze hulpverleners snel in actie komen bij noodsituaties. Jouw donatie, klein of groot, kan een enorm verschil maken voor de mensen die zij helpen.

Word donateur → [bouton qui nous mène à la page où on peut faire une donation](#)

Médecins sans frontières France

La page où on peut faire une donation (https://soutenir.msf.fr/b/mon-don?_ga=2.109681349.1117185845.1534002588-1565990782.1534002588, consultée le 7 mars 2018):

Je fais un don ponctuel

- 50 €
- 100 €
- 150 €
- 500 €

Montant libre €

Je donne tous les mois

- 5 €
- 10 €
- 15 €
- 20 €

Montant libre €

Mon don sera affecté à l'ensemble des programmes de Médecins Sans Frontières.

Pourquoi donner à Médecins Sans Frontières ?

*** Depuis plus de 40 ans, Médecins Sans Frontières apporte une assistance médicale à des populations dont la vie ou la santé est menacée** par des conflits armés, des épidémies, des pandémies ou des catastrophes naturelles.

* Indépendante, MSF agit en toute impartialité. Cette indépendance d'action s'enracine dans son financement, assuré à 97.7% par des ressources d'origine privée en 2016. **C'est pourquoi votre soutien est ESSENTIEL.**

* En 2016, **91.6% de nos dépenses ont été directement consacrées aux missions sociales**. Pour en savoir plus sur les comptes de Médecins Sans Frontières, <http://www.msf.fr/comptes>.

* 75% du montant de votre don au profit de Médecins Sans Frontières peut être déduit de votre impôt sur le revenu dans la limite de 537€ de don, 66% au delà.

Oxfam Novib

La page où on peut faire une donation (<https://secure.oxfamnovib.nl/algemeen>, consultée 7 mars):

Ja, ik help mee

Ik doneer eenmalig

- € 6
- € 10
- € 15
- € 20
- € 50
- Anders

Ik doneer maandelijks

- € 25
- € 50
- € 100
- € 500
- € 1000
- Anders

Doneer → [Bouton pour faire la donation](#)

Een op de negen mensen in de wereld gaat met honger naar bed. Maar talloze mensen in ontwikkelingslanden hebben de inzet en energie om iets aan hun eigen situatie te doen. Help hen en strijd mee voor een rechtvaardige wereld zonder armoede.

Oxfam Novib maakt zich sterk voor:

- Een eerlijk inkomen
- Voldoende voedsel
- Betere toegang tot land en water
- Eerlijke arbeids- en handelsvoorwaarden
- Goed onderwijs
- Goede gezondheidszorg
- Kleine leningen voor kleine ondernemers

Bijvoorbeeld: met slechts €24,- kunnen boeren als Keo al een training krijgen op een veldschool. Op de veldschool deelt ze onderling zaden met andere boerinnen en leert ze ook welke zaden ze moet bewaren. Ze leert ook nieuwe landbouwtechnieken. Hierdoor kan ze haar oogst aanzienlijk verbeteren.

Versla ook armoede en doneer nu.

Meer informatie over schenken met belastingvoordeel of nalaten aan Oxfam Novib.

Armoede verslaan, het kan. Met uw gift steunt u de projecten, publiekscampagnes en acties die dit mogelijk maken

Nous cliquons sur le bouton « Doe mee » et puis sur le bouton « Word donateur » dans le menu du site (<https://www.oxfamnovib.nl/doe-mee/word-donateur>, consultée le 7 mars 2018). Sur la page qui s'ouvre, nous pouvons trouver des manières différentes pour soutenir l'association caritative.

Word donateur

Word vandaag nog supporter van de wereldwijde beweging tegen armoede. Met jouw steun krijgen boeren een betere oogst, maken meer kinderen hun school af en geef je ondernemers een kans op een zelfstandig bestaan. Doe mee en kies jouw manier van doneren.

Maandelijks doneren

Als donateur steun je ons werk duurzaam. Solide en volhardend. Al met 10 euro per maand breng je baanbrekende veranderingen teweeg in het leven van mensen. Doe mee en versla armoede.

WORD DONATEUR → [bouton qui nous mène à la page où on peut faire une donation](#)

Partnerplan: doneer op thema

Doneer nu op een specifiek thema dat bij jou past. Als donateur van Oxfam Novib Partnerplan kun je een van de drie thema's kiezen. Doneer voor voedselzekerheid, onderwijs & voorlichting of voor water.

ONTDEK HET PARTNERPLAN → [bouton qui nous mène à une autre page qui porte sur le Partnerplan \(https://www.oxfamnovib.nl/doe-mee/word-donateur/doneren-op-thema, consultée le 7 mars 2018\)](https://www.oxfamnovib.nl/doe-mee/word-donateur/doneren-op-thema). Cette page contient le texte ci-dessous:

Onderwijs & Voorlichting

Wij geloven in de kracht van vrouwen én in de kracht van onderwijs. Daarom streven wij naar een wereld waarin meisjes net als jongens recht hebben op onderwijs. Dat is nodig want wereldwijd gaan nog altijd zo'n 57 miljoen kinderen, veelal meisjes, niet naar school. Wij geven voorlichting over onderwijs aan meisjes, we trainen leerkrachten en geven trainingen aan werkloze jongeren. In Niger gaan we de strijd aan tegen kindhuwelijken, zodat minder meisjes vroegtijdig school verlaten.

DONEER OP THEMA ONDERWIJS & VOORLICHTING → [bouton qui nous mène à la page où on peut devenir donateur du Partnerplan](#)

Voedselzekerheid

Nog steeds gaat 1 op de 9 mensen elke dag met honger naar bed. Wij werken aan een wereld waarin iedereen genoeg te eten heeft. We leren boeren om te gaan met klimaatverandering. We maken werk van eerlijke prijzen voor boeren en het beschermen van landrechten. In Zimbabwe leren we boeren op veldscholen hun eigen sterkere zaden te kweken die beter bestand zijn tegen extreem weer.

DONEER OP THEMA VOEDSELZEKERHEID → [bouton qui nous mène à la page où on peut devenir donateur du Partnerplan](#)

Water

Schoon drinkwater is levensbehoefte nummer een. Maar 1 op de 11 mensen op de wereld heeft nog geen toegang tot schoon drinkwater. Wij zorgen voor schoon drinkwater bij een ramp. Bij overheden en bedrijven pleiten we voor heldere afspraken over de verdeling van water. We steunen kleine boeren en vissers op te komen voor hun recht op water. In Zimbabwe helpen we kleinschalige boeren die kampen met extreme droogte door klimaatverandering, onder meer met irrigatiesystemen.

DONEER OP THEMA WATER → [bouton qui nous mène à la page où on peut devenir donateur du Partnerplan](#)

Zo besteden we ons geld

Jouw gift voor Partnerplan wordt zoveel mogelijk ingezet voor programma's, projecten en beleidsbeïnvloeding en daar waar de situatie er om vraagt. Van elke euro die Oxfam Novib uitgeeft, gaat 93 cent naar armoedebestrijding. Wil je weten hoe we het geld besteden?

Van iedere euro gaat

- 94 eurocent naar armoedebestrijding
- 6 eurocent naar fondsenwerving
- 1 eurocent naar beheer en administratie

La page où on peut devenir donateur du Partnerplan (<https://www.oxfamnovib.nl/doe-mee/word-donateur/doneren-op-thema/aanmeldformulier-partnerplan>, consultée le 7 mars 2018):

JA, ik word donateur van Partnerplan

Hierbij machtig ik Oxfam Novib om iedere maand onderstaand bedrag van mijn rekening af te schrijven (minimaal € 12,00 per maand).

Le texte ci-dessous se trouve en bas de la page « word donateur » après les manières différentes de soutenir l'association caritative (<https://www.oxfamnovib.nl/doe-mee/word-donateur>, consultée le 7 mars 2018).

Zo helpt jouw gift

Microkrediet

Duurzame toekomst met microkrediet

Een eigen bedrijf starten of uitbreiden, daar heb je kapitaal voor nodig. In veel ontwikkelingslanden zijn banken echter geen betrouwbare of toegankelijke kredietverstrekkers. Wij steunen beginnende ondernemers met microkrediet en trainingen: een eerlijke kans op een duurzame toekomst.

Een duurzame toekomst, het kan

Noodhulp

Levensreddende noodhulp

Wij redden levens bij rampen, oorlogen, hongersnood en crisis. Noodhulp is van levensbelang. Samen met lokale partnerorganisaties wereldwijd helpen we burgers met schoon drinkwater, voedsel en sanitaire voorzieningen. In het bijzonder de meest kwetsbaren.

Zo redden wij levens

Klimaatverandering

Boeren sterker met eigen zaden

Veel kleine boeren kampen met de gevolgen van klimaatverandering: extreem weer en mislukte oogsten. Wij ondersteunen boeren op veldscholen. Hier leren ze beter om te gaan met klimaatverandering en kweken ze eigen sterkere zaden die beter bestand zijn tegen extreem weer.

Ontdek hoe boeren honger verslaan

Oxfam France

La page où on peut faire une donation

(http://www.oxfamfrance.org/donner/donner_oxfam.htm, consultée le 7 mars 2018):

Faire un don

Non partisane et non confessionnelle, Oxfam France est financée en priorité par les dons des citoyens qui partagent nos convictions.

Ce sont eux qui garantissent notre indépendance et notre liberté de parole et d'action !

Je donne chaque mois

7 € 15 € 20 € 30 €

Autre montant mensuel

Je donne maintenant

30 € 70 € 100 € 200 €

Autre montant cette fois

Votre don en actions

Votre don sera affecté à l'ensemble des actions d'Oxfam France.

Grâce à vous nous agissons sur les causes profondes de la pauvreté et des injustices.

Pour cela, nous menons des travaux de recherches et d'analyse géopolitique, nous dénonçons les injustices au travers d'actions de sensibilisation ou de mobilisation citoyennes et faisons pression sur les décideurs.

Nous cliquons sur le bouton « Donnez » sous la catégorie « A vous d'agir » dans le menu du site (<http://www.oxfamfrance.org/agir/donnez>, consultée le 7 mars 2018). La page qui s'ouvre, porte sur donner en général.

Donner : le meilleur moyen de concrétiser vos convictions !

Engagez-vous dans la citoyenneté active et changez dès aujourd'hui la vie de milliers de personnes. Par votre don, construisez avec nous un futur plus respectueux des droits humains fondamentaux.

JE DONNE

→ bouton qui nous mène à la page où on peut faire une donation

En nous soutenant financièrement, vous affirmez vouloir combattre les causes profondes des injustices et de la pauvreté, vous affirmez que chaque personne, dans le monde, doit pouvoir contrôler son propre destin.

Oui, par votre don, vous devenez force d'influence et moteur de véritables changements ! Grâce à vous, nous faisons prendre conscience aux décideurs de l'importance des combats à mener contre la pauvreté. Nous leur proposons des solutions concrètes et impulsions la volonté politique de les mettre en œuvre. Avec l'appui de toutes les personnes qui soutiennent nos actions, nous les amenons à modifier les politiques et règles à l'origine des inégalités.

Sans don, pas d'action : c'est vous qui rendez possible chacun de nos pas dans la lutte contre les injustices et la pauvreté. **Devenez acteur du changement dès aujourd'hui !**

- Soutenez-nous régulièrement et inscrivez ainsi votre action dans la durée :

JE DONNE

→ bouton qui nous mène à la page où on peut faire une donation

- Si vous le préférez, soutenez-nous de façon ponctuelle, dès aujourd'hui :

JE DONNE

→ bouton qui nous mène à la page où on peut faire une donation

Quand nous cliquons sur le bouton « Le don régulier, un soutien durable » dans le menu au côté gauche de la page, nous nous trouvons sur le page qui porte sur le don régulier (<http://www.oxfamfrance.org/agir/donnez/don-regulier-soutien-durable>, consultée le 7 mars 2018).

Le don régulier, un soutien durable

Le don régulier est le don le plus efficace

- Il permet de planifier les actions sur le long terme, jusqu'à l'obtention de résultats significatifs.
- Il engendre moins de frais de collecte puisque vous ne recevez que des courriers ou emails d'information et de participation à nos actions !
- Et il est utilisé là où il est le plus utile, en soutien de l'ensemble de nos programmes, en fonction des besoins et des urgences réelles et non de ce qui fait la une des médias.

JE DONNE

→ bouton qui nous mène à la page où on peut faire une donation

La puissance du don régulier pour construire un monde plus juste, jour après jour :

Pour faire face aux imprévus

Pouvoir être réactif et mener un "plaidoyer d'urgence" et dénoncer les "fausses promesses" - lorsqu'on ne peut pas attendre d'être financé.

A l'été 2013, la France s'engage à venir en aide aux réfugiés syriens à hauteur de 85 millions d'euros.

Suite à cette annonce, nous avons mené une enquête auprès des différents cabinets ministériels et avons découvert et pu prouver la supercherie : ce soutien est en réalité la continuité de financement de projets déjà lancés, et non pas des ressources en plus pour faire face à la grave crise en Syrie. Pire : il s'agit de prêts !

Afin d'obtenir une véritable aide complémentaire pour les réfugié-e-s dans le besoin et une réflexion plus profonde du gouvernement sur le financement de l'aide humanitaire, nous avons mis au grand jour la réalité et la duperie dans les médias.

C'est pour nous permettre de réagir chaque fois qu'il le faut, rapidement et efficacement, que votre soutien régulier nous est indispensable !

Pour agir dans la durée jusqu'à l'obtention d'un changement

Février - décembre 2011 : nous faisons campagne pour une taxe Robin des bois. Notre demande : taxer les transactions financières à hauteur de 0,05% seulement et reverser une grande partie des revenus de la taxe aux pays pauvres, pour leur développement.

Actions : nombreux rendez-vous politiques, rédaction de plusieurs rapports, une contre-manifestation lors du sommet du G20 en France et des actions régulières de sensibilisation et de mobilisation.

Été 2012 : premier résultat avec la mise en place d'une taxe sur les transactions financières en France.

Mai 2013 : deuxième résultat - le gouvernement annonce que 30 millions d'euros issus de cette taxe doivent servir des programmes d'accès aux soins pour les enfants du Sahel.

Et le combat ne s'arrête pas là : avec d'autres affiliés Oxfam, nous menons un travail de plaidoyer et de pression pour qu'une taxe similaire soit adoptée par d'autres pays en Europe.

Ces avancées vers plus de justice et moins de pauvreté sont la preuve que notre méthode fonctionne et que c'est pas à pas et ensemble que nous pouvons construire un monde sans pauvreté.

Pour cela, nous avons besoin de chacun d'entre vous.

Affirmez vous aussi votre envie d'agir :

Affirmez, vous aussi, votre envie d'agir et soutenez-nous dès aujourd'hui de façon régulière :

JE DONNE

→ bouton qui nous mène à la page où on peut faire une donation

Le don régulier est un engagement simple

Votre don est un engagement dans la lutte contre la pauvreté. Il reste pour autant très souple : à tout moment, vous pouvez modifier le montant de votre soutien, le suspendre pour quelques mois ou le stopper, par courrier simple ou par e-mail : dons@oxfamfrance.org

Vous avez des questions ? Contactez-nous en demandant notre service de relations donateurs / donatrices : 01 56 98 24 40 ou dons@oxfamfrance.org

Plan International Pays-Bas

La page où on peut faire une donation
(<https://www.planinternational.nl/forms/investeer-in-meisjes>, consultée le 7 mars 2018):

Steun Plan

Steun het werk van Plan en geef meisjes de kans op te groeien tot krachtige vrouwen!

Ik doneer:

Betaalfrequentie

▼

- € 5,00
- € 15,00
- € 25,00
- € 50,00
- Ander bedrag

Ja, ik steun Plan → [bouton pour faire la donation](#)

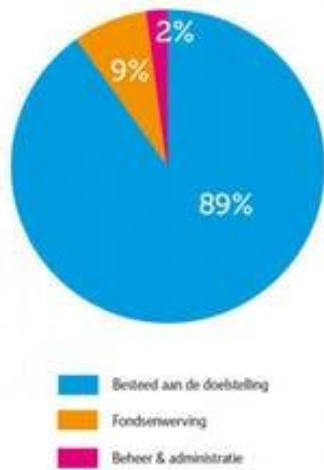
Investeer in meisjes

Meisjes in ontwikkelingslanden worden achtergesteld en gediscrimineerd. Vaak mogen ze hun school niet afmaken of worden ze gedwongen te trouwen als ze zelf nog kind zijn. Plan zet zich elke dag in tegen kindhuwelijken, geweld, misbruik en uitbuiting van meisjes.

Toegang tot onderwijs is de belangrijke pijler, want dit vergroot hun kans op het vinden van werk. Bovendien verdient een meisje met een jaar extra onderwijs later 20 procent meer. Zo kunnen meisjes de armoedespiraal doorbreken.

Investeren in meisjes is investeren in een betere toekomst voor iedereen.

Hoe wordt mijn geld besteed?



Quand nous cliquons sur « Investeren in meisjes » dans le menu du site, nous trouverons le texte ci-dessous qui porte sur la donation (<https://www.planinternational.nl/investeer-in-meisjes>, consultée le 7 mars 2018):

Hoe kun jij helpen?

Steun onze meisjesprojecten

In meisjesprojecten investeren:

- Eén jaar extra onderwijs voor een meisje.
- Geeft haar later tot 20% extra inkomen.
- Van dat inkomen besteedt zij 70% aan haar gezin.
- Door betere zorg heeft zij gezondere kinderen.
- Haar kinderen gaan vaker en langer naar school.

Meisjes in ontwikkelingslanden zijn vaak gevangen in een vicieuze cirkel van armoede en discriminatie. Altijd in de schaduw van hun broertjes krijgen ze zelden de kans hun vleugels uit te slaan. Terwijl juist meisjes het verschil kunnen maken, als ze de kans krijgen naar school te gaan. Want met een jaar extra onderwijs verdienen zij later 20 procent meer en besteden van hun inkomen maar liefst 70 procent aan hun gezin. Investeren in meisjes is investeren in een betere toekomst voor iedereen.

Wil jij ook helpen? Steun Plan en geef zo meisjes een kans op te groeien tot krachtige vrouwen.

Onderwijs

Wereldwijd gaan 61 miljoen meisjes nog steeds niet naar school. Ze moeten werken of trouwen als ze nog heel jong zijn. Daarmee zijn hun kansen op betaald werk meestal verkeken en blijven ze levenslang afhankelijk. Een opleiding is een betere garantie voor een baan, voldoende inkomsten en zelfstandigheid. Daarom geeft Plan zoveel mogelijk meisjes de kans naar school te gaan en hun opleiding af te maken.

Bescherming

Een op de drie meisjes wereldwijd krijgt in haar leven te maken met geweld, misbruik en uitbuiting. Plan doet er dus alles aan om hen hiertegen te beschermen. Plan werkt nauw samen met overheidsinstanties, politie en justitie en vecht voor het uitbannen van kinderhandel, kindprostitutie, discriminatie en schadelijke tradities als kindhuwelijken en meisjesbesnijdenis.

Werk en voedselzekerheid

In de strijd tegen ondervoeding en voedseltekort steunt Plan families met betere productietechnieken, betere gewassen, erosiebestrijding en voedingsvoorlichting. Om een beter inkomen mogelijk te maken, organiseert Plan spaar- en leengroepen voor vrouwen en voor jongeren beroepsopleidingen met baangarantie. Van de deelnemers is minstens de helft een jonge vrouw.

Water en hygiëne

Gebrek aan veilig drinkwater en slechte hygiëne kost dagelijks honderden kinderen het leven. Meisjes missen bovendien school, omdat ze vaak uren moeten lopen om water te halen. Plan werkt daarom aan betere hygiëne en toegang tot veilig drinkwater. Plan geeft hygiënevoorlichting en trainingen en ondersteunt het aanleggen van drinkwatersystemen en wc's, ook op scholen. Voor meisjes is dat vaak een voorwaarde om naar school te gaan.

"I am happy because I don't have to go far to collect the water and can go to school on time now"

Lees hier het verhaal van Ludivina

of

lees andere verhalen van meisjes

Steun Plan Nederland en geef deze meisjes de kans om naar school te gaan en uit te groeien tot krachtige vrouwen.

Investeer in meisjes

Hoe kun jij helpen ?

Steun onze meisjesprojecten

bedrag kiezen maandelijks/eenmalig

Investeer in meisjes → [bouton qui nous mène à la page où on peut faire une donation](#)

Plan International France

La page où on peut faire une donation (<https://formulaire.plan-international.fr/projets-prioritaires/~mon-don/>, consultée le 7 mars 2018):

FAITES UN DON POUR NOS PROGRAMMES PRIORITAIRES

Je donne tous les mois

- 10 €
- 20 €
- 30 €

Montant libre €

Je donne une fois

- 60 €
- 120 €
- 300 €

Montant libre €

POURQUOI DONNER A PLAN INTERNATIONAL ?

Depuis 80 ans, Plan International agit dans les zones les plus pauvres pour les enfants et les jeunes, et plus particulièrement pour ceux qui sont exclus du fait de leur religion, de leur ethnie, de leur lieu de vie ou tout simplement parce que ce sont des filles...

Nos projets couvrent 4 domaines d'interventions pour les droits des enfants :

- **Satisfaire les besoins vitaux,**
- **Protéger contre la violence et l'exploitation,**
- **Eduquer et former,**
- **Permettre aux enfants et aux jeunes de faire valoir leurs droits.**

Plan International est une ONG de solidarité internationale indépendante, nos actions sont financées à 94.5% par des ressources d'origine privée en 2015.

Vos dons à Plan International France vous permettent de bénéficier d'une réduction de **66 % du montant du don sur votre impôt** sur le revenu, dans la limite de 20 % du revenu imposable. Et si vous êtes redevable de l'ISF, vous pouvez déduire de cet impôt **75 % du montant de votre don** (dans la limite de 50 000 € par an).

(*) exemples d'affectation de dons

Notre service donateurs est à votre disposition pour répondre à toutes vos questions. N'hésitez pas à nous contacter par e-mail : contact@plan-international.fr

Nous cliquons sur le bouton « **DONNER** » sous la catégorie « **J'AGIS** » dans le menu du site (<https://www.plan-international.fr/soutien/don>, consultée le 7 mars 2018). Sur la page qui s'ouvre, nous pouvons trouver des manières différentes pour soutenir l'association caritative.

Donner

Pour permettre aux enfants démunis d'améliorer leurs conditions de vie et leur offrir un avenir meilleur, différents moyens d'action s'offrent à vous pour nous aider, selon vos envies.

Faire un don

Grâce à nos généreux donateurs, nous pouvons mettre en place des programmes de développement d'envergure pour aider des millions d'enfants démunis. → nous pouvons cliquer sur ce texte. Quand nous le faisons, cela nous mène à un autre page qui contient le texte ci-dessous (<https://www.plan-international.fr/soutien/don/faire-un-don-humanitaire>, consultée le 7 mars 2018):

Grâce à la contribution financière de millions de donateurs à travers le monde, Plan International mène des programmes de développement auprès des enfants les plus vulnérables dans 52 pays d'intervention.

Faire un don* à notre fondation, c'est participer à l'amélioration des conditions de vie d'un-e enfant, à sa protection et à la défense de ses droits, afin de lui permettre de choisir et de construire librement son avenir.

C'est aussi lui permettre d'accéder à l'éducation, un levier efficace contre l'exploitation, les violences et le mariage précoce, mais aussi un levier de développement qui permet à un pays de sortir de la pauvreté.

Soutenez nos actions sur le terrain, faites un don dès maintenant !

**66 % du montant de votre don est déductible de vos impôts, dans la limite de 20 % de votre revenu net imposable. Et si vous êtes redevable de l'ISF, vous pouvez déduire de cet impôt 75 % du montant de votre don (dans la limite de 50 000 € par an).*

Comité de la charte et Label IDEAS

En juin 2017, la Commission d'agrément du Comité de la Charte du don en confiance a décidé de renouveler son agrément à Plan International France, pour une durée de 3 ans, jusqu'en juin 2020. Notre organisation a également le label IDEAS (Institut de Développement de l'Ethique et de l'Action pour la Solidarité).

Faire un don pour nos programmes prioritaires

Plan International France soutient des programmes de développement prioritaires dans 13 pays pour venir en aide aux enfants les plus vulnérables et défendre leurs droits.

Venir en aide aux enfants en situation d'urgence

Plan International récolte des fonds toute l'année pour pouvoir intervenir en urgence auprès des enfants et des communautés lors de crises humanitaires.

Agir pour les droits des filles

Notre fonds de soutien aux droits des filles permet à Plan International d'agir pour la défense de leurs droits dans le monde : santé, éducation, protection et lutte contre les discriminations qu'elles subissent.

Faire un don ISF

Vous pouvez faire un don ISF pour soutenir les actions de la fondation Plan International France.

[Nous pouvons cliquer sur les quatre textes ci-dessus. Quand nous le faisons, cela nous mène à la page où on peut faire une donation.](#)

Faire un don par SMS

Nouveau ! Vous pouvez maintenant faire un don ponctuel par SMS en quelques secondes de 5€ ou 10€ à la fondation Plan International France.

[Nous pouvons aussi cliquer sur le texte qui porte sur le don par SMS ci-dessus. Quand nous le faisons, cela nous mène à une autre page qui contient le texte ci-dessous \(https://www.plan-international.fr/le-don-par-sms-un-nouveau-moyen-simple-et-solidaire-de-donner, consultée le 7 mars 2018\):](https://www.plan-international.fr/le-don-par-sms-un-nouveau-moyen-simple-et-solidaire-de-donner)

Le don par SMS : Un nouveau moyen simple et solidaire de donner !

Vous pouvez maintenant faire un don ponctuel par SMS en quelques secondes de 5 € ou 10 € à la fondation Plan International France !

Pour cela, il vous suffit d'envoyer un SMS au **92 400** en tapant :

- **PLAN5** pour faire un don de **5 €**
- **PLAN10** pour faire un don de **10 €**

Ce service est disponible en France métropolitaine pour les clients de Bouygues Telecom, Orange et SFR.

Le coût d'envoi du SMS est gratuit, seul le montant du don vous sera facturé et sera reporté sur votre facture mobile ou déduit de votre compte prépayé mobile. Votre don sera intégralement reversé par votre opérateur à Plan International France.

Pensez-y : après avoir effectué votre don par SMS, vous recevrez un SMS de confirmation. Si vous souhaitez recevoir un reçu fiscal, qui vous sera envoyé entre mars et avril de l'année suivante, il vous suffira de cliquer sur le lien présent dans ce SMS pour renseigner vos coordonnées.

Amref NL

La page où on peut faire une donation:

SMS KIND naar 4004 óf doneer hieronder

Brenda haalt misschien haar eerste verjaardag niet. Want als je in Afrika wordt geboren met een hazenlip kan dat de dood betekenen. Omdat Brenda niet goed kan drinken, kan zij ondervoed raken en zelfs sterven.

Simpele operatie

Maar een simpele operatie kan haar leven redden. De Afrikaanse artsen van Amref Flying Doctors doen ook wat ze kunnen. Ze hebben op dit moment alleen niet genoeg geld om álle kinderen te opereren.

Wilt ú een kind als Brenda die operatie geven? Help dan nu mee! Zo zorgt u ervoor dat onze artsen geen NEE meer hoeven te zeggen tegen de wachtende moeders met baby's. En redt u het leven van een kind als Brenda.

Zo kunt u helpen:

U helpt al mee vanaf € 1,95 per maand. Klik hier. Of geef een gift zoals hieronder:

Medische vlucht

Geef € 50 en draag zo bij aan een medische vlucht naar de meest afgelegen gebieden in Afrika. **Doneer hier** → [bouton](#)

Trainingsmateriaal

Met € 25 geeft u trainingsmateriaal waarmee Amref Flying Doctors lokale artsen op kan leiden. **Doneer hier** → [bouton](#)

Gevulde dokterstas

Als u € 20 doneert, helpt u een Afrikaanse arts aan operatiemateriaal waarmee hij zoveel mogelijk kinderen kan opereren. **Doneer hier** → [bouton](#)

JA, ik help een kind met een hazenlip met een donatie van:

€ 50,- € 25,- € 20,-

Of €

Doneer nu → [bouton pour faire la donation](#)

Nous cliquons sur le bouton « WORD DONATEUR » sous la catégorie « ZO KUNT U HELPEN » dans le menu du site (<https://www.amref.nl/zo-helpt-u-amref-flying-doctors/word-donateur>, consultée le 7 mars 2018). Sur la page qui s'ouvre, nous trouvons le texte ci-dessous:

Help een kind met een hazenlip!

In Afrika wordt 1 op de 1.000 baby's geboren met een hazenlip (schisis)! Help mee om een kind te opereren.

U helpt al mee vanaf € 1,95 per maand. SMS KIND naar 4004 (tegen uw eigen SMS-tarief). Of klik hieronder om online te doneren.

Doneer nu → [bouton qui nous mène à la page où on peut faire une donation](#)

Word donateur

Steun het belangrijke werk van Amref Flying Doctors in Afrika. Word donateur. → [nous pouvons cliquer sur « Word donateur » et cela nous mène à la page où on peut faire une donation](#)

Amref Frane

La page où on peut faire une donation (<https://amref.iraizer.eu/b/mon-don>, consultée le 7 mars 2018):

JE DONNE UNE FOIS

- 25 €
- 50 €
- 150 €
- 500 €

Montant libre €

JE DONNE CHAQUE MOIS

- 5 €
- 10 €
- 20 €
- 40 €

Montant libre €

Pourquoi donner ?

Avec 9 millions de personnes aidées chaque année, l'Amref Flying Doctors est aujourd'hui la première ONG de santé publique en Afrique. L'organisation mène plus de 160 programmes dans une trentaine de pays africains, jusque dans les zones les plus isolées et avec une priorité donnée aux femmes et aux enfants. Pour favoriser des changements durables en santé, l'Amref travaille toujours main dans la main avec les gouvernements et les communautés et axe ses programmes sur la formation du personnel de santé.

En donnant à l'Amref vous soutenez un acteur reconnu, récompensé par de nombreux prix internationaux dont le prix de la Banque Africaine de Développement en 2013 et le prix de la fondation Bill et Melinda Gates en 2005.

Nos comptes sont audités chaque année et sont publiés au journal officiel et sur notre site internet.

Terre des hommes Pays-Bas

La page où on peut faire une donation (<https://www.terredeshommes.nl/uw-onmisbare-steun>, consultée le 7 mars 2018):

- MEER DAN DUIZEND DADERS VAN SEKSUELE UITBUITING OPGESPOORD
- MEER DAN 40.000 KINDEREN GEHOLPEN
- NU DE REST NOG...

Ja, ik strijd mee tegen kinderuitbuiting

- € 10
- € 25
- € 50
- Andere

Andere

/maandelijks



Uw onmisbare steun

- Door speurwerk van Terre des Hommes zijn 78 verdachten van kindersekstoerisme in Azië gearresteerd, 25 daders veroordeeld en 207 kinderen bevrijd. Meer dan duizend online kindermisbruikers werden opgespoord met het virtuele meisje Sweetie.
- Meer dan 40.000 kinderen werden opgevangen en ondersteund. Zij kregen bijvoorbeeld met medische en psychosociale zorg of konden weer naar school.
- Terre des Hommes strijdt tegen seksuele uitbuiting van kinderen, kinderarbeid, kinderhandel en kindermisbruik.
- Daarbij is uw steun onmisbaar. Strijd mee tegen kinderuitbuiting. Doneer nu.



Nous cliquons sur le bouton « Help mee » sous la catégorie « Wat kunt u doen ? » dans le menu du site (<https://www.terredeshommes.nl/help-mee>, consultée le 7 mars 2018). Sur la page qui s'ouvre, nous pouvons trouver des manières différentes pour soutenir l'association caritative.

Doneer nu

Uw donatie maakt het verschil. Met uw steun zorgen wij dat kinderen niet meer worden uitgebuit en weer een toekomstperspectief hebben.

Nous pouvons cliquer sur le texte ci-dessus. Quand nous le faisons, cela nous mène à la page où on peut faire une donation.

Terre des hommes France

La page où on peut faire une donation (<https://terredeshommes.fr/agir-ensemble/faire-un-don/>, consultée le 7 mars 2018):

Faire un don

POURQUOI FAIRE UN DON À TERRE DES HOMMES FRANCE ?

⇒ C'est grâce à vos dons que notre association, reconnue d'utilité publique, peut remplir sa mission : la défense et la promotion des droits humains et plus particulièrement des droits économiques, sociaux et culturels partout dans le monde.

⇒ C'est grâce à ces dons qu'elle peut soutenir financièrement et techniquement ses partenaires en Asie, en Afrique et en Amérique latine, des associations locales qui agissent auprès des populations victimes de violations de leurs droits, afin de leur permettre d'accéder à une vie digne.

Information sur le don

Je voudrais faire un don d'un montant de :

€5 €10 €20 €50 €100 Autre



DONNER EN CONFIANCE

Reconnue d'utilité publique, Terre des Hommes France est membre du Don en confiance. L'association communique sur son action par la publication chaque année de L'Essentiel, un rapport qui donne une information claire sur les fonds reçus ainsi que sur leur utilisation. De plus, ses comptes sont contrôlés et certifiés tous les ans par un commissaire aux comptes indépendant. Ils sont disponibles sur simple demande au siège de l'association.

Un reçu fiscal correspondant au cumul de vos dons de l'année vous sera envoyé au mois de mars de l'année suivante. Joint à votre déclaration de revenus, celui-ci ouvre droit à une réduction d'impôts de 66 % du montant des dons, dans la limite de 20 % du revenu imposable.

Faire un don par chèque, télécharger le formulaire de don

Nous cliquons sur le bouton « AGIR ENSEMBLE » dans le menu du site (<https://terredeshommes.fr/agir-ensemble/>, consultée le 7 mars 2018). Sur la page qui s'ouvre, nous pouvons trouver des manières différentes pour soutenir l'association caritative.

Faire un don → bouton qui nous mène à la page où on peut faire une donation

Donner à Terre des Hommes c'est participer directement pour soutenir des associations locales qui agissent auprès des populations victimes de violations de droits.

En donnant, vous permettez à ces populations de pouvoir défendre leurs droits pour l'amélioration durable de leurs conditions de vie !
