

Le financement des organismes sans but lucratif écorécréatifs : étude du potentiel relationnel et sollicitatif de leurs sites Web

Jean-Jacques Prévost

Résumé :

L'avènement des technologies et la diminution des financements publics incitent les organismes sans but lucratif (OSBL) à inclure le Web dans leurs stratégies de communication. Si cette appropriation représente en théorie un enjeu pour la survie financière des organismes de petite taille, elle constitue un véritable défi pour eux, qui disposent rarement de ressources professionnelles spécialisées en communication sur le Web. Le présent mémoire étudie les sites Web de 5 OSBL de type écorécréatif. Sur les bases théoriques de la communication intégrée, de la communication dialogique et de la crédibilité Web, l'analyse passe en revue les facteurs de positionnement et de crédibilité affichés par les organismes, elle détaille le potentiel relationnel et dialogique des sites à l'étude, ainsi que le potentiel sollicitatif des dispositifs et contenus présentés. Les résultats indiquent qu'aucun organisme ne répond à tous les critères de positionnement efficace et de crédibilité, que les sites à l'étude mettent en valeur leur expertise en fournissant une documentation riche, assortie de dispositifs interactifs. Enfin, les organismes utilisent peu leurs sites pour procéder à la vente de produits, mais la vente de services est une pratique commune aux organismes de plus grande envergure. La plupart des OSBL s'est appropriée les principaux dispositifs permettant la communication bidirectionnelle mais la technologie seule ne garantit ni la construction de relations interpersonnelles basées sur la confiance, ni, ultimement, la collecte de fonds dont les résultats sont mitigés. Il apparaît que le Web est un outil certes précieux, qu'on ne saurait toutefois substituer à l'élément humain, du moins dans l'exercice périlleux de la persuasion à visée actionnelle.