

Raz-de-marée : l'ambiguïté des promesses de dons !

Microsoft s'est engagé à verser un montant de 3,5 millions de dollars pour venir en aide aux victimes des tsunamis ? une donation 'corporate' immédiate de 2 millions et le projet de lever 1,5 million auprès de ses employés à travers le monde.

La Fondation Michael & Susan Dell va verser 3 millions de dollars. Le géant des réseaux Cisco dit qu'il versera 2,5 millions de dollars, dont 460.000 en provenance de ses employés. Sur Internet, Amazon.com a ouvert à ses clients son système de paiement 1-click au profit de la Croix Rouge américaine, et levé en quelques jours environ 12 millions de dollars! Google, MSN, Yahoo! et eBay ont placé sur leurs pages d'accueil des liens vers des organisations caritatives qui encaissent des dons par Internet? Bref, dans un bel élan, l'Amérique des technologies se mobilise et participe à alimenter les dons qui convergent vers l'Asie du Sud après la catastrophe des tsunamis. Dons qui pourraient au final se chiffrer en milliards de dollars. Rien ne sera de trop, semble-t-il: le coût total des dégâts occasionnés et des travaux envisagés serait de l'ordre de 13 milliards de dollars, un montant colossal que, pourtant les compagnies de réassurance, comme Scor, relativisent; la série des terribles ouragans, qui ont sévi ces derniers mois, représenterait une note plus élevée! **L'envers du décor...** Certes, on ne peut que se féliciter d'une telle mobilisation. L'ampleur du désastre est telle que toutes les participations sont les bienvenues. Mais quelques questions sont soulevées ici et là. Tout d'abord, la contribution du gouvernement américain déçoit. Le pays le plus riche du monde devra montrer qu'il n'est pas un bien piètre contributeur ! Les entreprises privées et les particuliers vont-ils progressivement se substituer aux gouvernements pour financer les actions d'urgence ? Le risque est que l'engagement caritatif de certaines firmes ne devienne un outil de marketing et de communication -ce qu'il est déjà en partie. Car cette implication des entreprises, pas toujours désintéressée, pose question -par exemple, pour un groupe comme Total qui traîne un déficit d'image tragique suite à sa gestion du dossier de l'usine AZT de Toulouse. Et comme le soulignait un responsable de l'Unicef sur France Info, les promesses de dons des entreprises ne sont pas toujours tenues!