



## CONSEILS POUR SATISFAIRE DES DONATEURS COMME PHIL HARVEY

### REMERCIEZ LES DONATEURS EN TEMPS OPPORTUN.

Tout donateur qui fait don d'un chèque doit recevoir dans les deux semaines une lettre de remerciement précisant le montant et la date de réception du don.

### COMMUNIQUEZ PAR VOIE POSTALE.

En particulier pour les dons supérieurs à 500 dollars, envoyez à la fois un mot de remerciement par voie numérique et une lettre par la poste. Pour les dons plus conséquents, les donateurs apprécient des remerciements directs par téléphone.

### SOYEZ TRANSPARENTS SUR VOS DONNÉES FINANCIÈRES.

Publiez sur votre site Web les rapports financiers de l'organisation. Même si la plupart de ces données financières sont disponibles via d'autres sources en ligne, publier ces informations de son propre gré inspire confiance et transparence.

### PRÉSENTEZ AUX DONATEURS L'ÉQUIPE DE LEADERSHIP DE L'ONG.

Dressez sur le site Web la liste des principales figures dirigeantes de l'organisation ainsi que les affiliations professionnelles des membres du conseil d'administration. « Et par pitié, faites que ces informations soient faciles à trouver », ajoute l'entrepreneur. « Lorsque je laisse entendre qu'il manque une information, on me répond souvent que non, "l'information y est". Elle y est peut-être, mais on y accède seulement au bout de deux ou trois clics. Simplifions les choses. »

### ENVOYEZ AUX DONATEURS VOS RAPPORTS ANNUELS.

Incluez dans vos rapports annuels un bilan financier ainsi que les noms et les affiliations professionnelles des membres du conseil d'administration et des principales figures dirigeantes de l'organisation, sans oublier la mission de celle-ci, ses réussites et quelques photos. N'axe pas l'intégralité du contenu sur les activités du groupe ; attardez-vous sur leur impact.



## GUIDE DU DONATEUR : CONSEILS DE PHIL HARVEY

### N'ATTENDEZ PAS DE GRATITUDE DE LA PART DES BÉNÉFICIAIRES DE VOS ACTIONS.

Une relation d'inégalité entre les donateurs et les personnes bénéficiant d'une aide est néfaste pour tout le monde.

### COMMUNIQUEZ PAR VOIE POSTALE.

Vos efforts contribueront-ils réellement à résoudre un problème social systémique, ou l'impact sera-t-il temporaire ?

### QUESTIONNEZ-VOUS SUR LES EFFORTS INVESTIS.

Votre organisation caritative produit-elle des résultats quantifiables à un coût raisonnable ? Ces coûts sont-ils comparables à ceux d'autres organismes à but non lucratif ?

### DONNEZ AVEC LA RAISON, NON AVEC LE CŒUR.

Préservez votre potentiel sentimental pour les personnes que vous connaissez.

## DES SOLUTIONS PLUS EFFICACES

Harvey a pu financer ses activités caritatives grâce aux dizaines de millions de dollars de bénéfices engendrés par son autre invention : Adam & Eve, un empire aux revenus annuels de 100 millions de dollars, dont les batailles judiciaires contre la censure dans les années 70 et 80 ont conduit à des décisions qui feront jurisprudence avec l'affirmation des droits des commerçants de l'industrie pornographique (protégés par le Premier amendement de la constitution des États-Unis). Décisions qui, par ailleurs, mèneront à des réformes judiciaires offrant une protection aux acteurs du secteur face aux mesures anti-obscénité.

Ces luttes judiciaires joueront un rôle important dans la naissance de son tout dernier projet. Phil Harvey s'est retiré l'année dernière de son poste de PDG de DKT International pour se consacrer au développement du DKT Liberty Project, un groupe de plaidoyer en faveur des libertés civiles.

Les personnes qui le connaissent le mieux affirment que l'approche qu'il a adoptée de la philanthropie en tant qu'expert en matière d'efficacité émane de sa capacité unique à vider son esprit, identifier le problème, puis revenir avec une solution efficace.

À ce propos, A.C Bushnell, un ami et collègue de Harvey depuis les années 1970 et désormais directeur programme du Liberty Project, décrit le personnage ainsi : quand vous l'appellez pour connaître son avis sur une décision à prendre vis-à-vis d'un programme, à la place d'une réponse, il vous offre un silence. Et parfois ce silence peut durer une minute entière. En tout cas, le temps paraît long.

Les associés et amis proches de Harvey ont appris à prendre leur mal en patience. C'est qu'il est en pleine réflexion ; profonde. Et quand vient enfin la réponse, c'est soit pour donner des consignes précises, soit pour dire : « J'ai besoin d'un peu de temps pour y réfléchir. »

« Si vous lui parlez, il n'est pas du genre à divaguer. Il est peu bavard », décrit Bushnell. « Ce qui l'intéresse c'est le faire. Il est extrêmement efficace dans tout ce qu'il entreprend et accomplit de façon tout à fait étonnante plus de choses qu'une personne lambda. »

## UNE SOUDAIN REVELATION EN INDE

Phil Harvey ressent une modeste fierté à jouer le rôle d'un Robin des Bois du contrôle démographique, transformant les bénéfices engendrés par des adeptes de plaisir sexuel aux États-Unis en moyens de contraception destinés à réduire la pauvreté dans les pays en développement.

« C'est satisfaisant de savoir que Adam & Eve contribue à rendre les rapports sexuels aux États-Unis plus amusants et de meilleure qualité », ajoute-t-il. « Le sexe doit être vu comme quelque chose de sain et de bon, pas comme une pratique sale et honteuse. »

Portant une veste en tweed et ses lunettes loupe, le philanthrope ressemble davantage à un professeur d'université qu'à un magnat du porno. Harvey et sa femme, Harriet Lesser, sont mariés depuis 24 ans et vivent dans la banlieue de Washington. Il se rend au travail en écoutant la National Public Radio (NPR) et C-Span.

« Certains le considèrent comme un fondateur de la planification familiale », précise Bushnell. Mais Phil Harvey reste discret : « Il n'y aura jamais, par exemple, de bâtiment à son nom. »

L'attention du fondateur de l'ONG s'est portée sur la contraception à la suite de son expérience en tant qu'employé de l'ONG CARE dans le cadre d'un projet de distribution alimentaire en Inde pour des écolières et écoliers. Il s'est retrouvé en Inde à l'issue de ses études à l'université de Harvard, lancé dans un projet personnel de cinq ans durant lequel il aspirait à explorer le monde. Il y observa un nombre renversant d'enfants touchés par la famine et, en parallèle, le gouvernement des États-Unis déterminé à gorger les ports indiens de céréales américaines.

Selon lui, cette pratique avait un impact profondément néfaste sur les prix des produits d'agriculteurs locaux et ne proposait aucune solution pour remédier à une autre cause majeure de misère dans le pays : le nombre démesuré d'enfants dont les besoins ne pouvaient être satisfaits au sein du cercle familial.

Mais son ami et fonctionnaire indien, le défunt D.K. Tyagi, mijotait une idée ingénieuse. M. Tyagi, dont le nom inspira la désignation de l'ONG DKT International, déploya des campagnes visionnaires pour assurer la promotion de méthodes de contraception modernes. Il fit suspendre des triangles rouges sur des éléphants et des wagons de train pour promouvoir les cliniques de planification familiale. Une stratégie qui eut pour effet de sensibiliser les populations à la contraception, souvent pour la toute première fois dans les zones rurales.

DKT International diffuse des informations sur ses contraceptifs en Asie et dans des pays africains comme la République démocratique du Congo.

DKT International diffuse des informations sur ses contraceptifs en Asie et dans des pays africains comme la République démocratique du Congo.

DKT International diffuse des informations sur ses contraceptifs en Asie et dans des pays africains comme la République démocratique du Congo.

## DES COMBATS JURIDIQUES EN FAVEUR DES LIBERTÉS CIVILES

Ces réussites semèrent en Harvey une nouvelle idée. À la fin des années 60, en plein diplôme de Master en gestion de planification familiale à l'université de Caroline du Nord à Chapel Hill, Phil Harvey compare ses observations avec celles de son camarade et médecin britannique, Tim Black.

« Tim répétait sans cesse que la planification familiale représentait davantage un enjeu de marketing qu'un enjeu médical », indique Phil Harvey. « J'étais complètement d'accord avec lui. »

Ensemble, ils mettent à l'épreuve leur hypothèse en créant Population Services International au début des années 70, et proposent des préservatifs à la vente par correspondance en faisant la publicité dans les bulletins universitaires.

À l'époque, la vente de préservatifs par voie postale était punissable par la loi, mais les poursuites que le duo craignait ne se sont jamais matérialisées. Pendant ce temps, les commandes abondèrent.

La petite entreprise commerciale qu'ils avaient lancée pour gérer la distribution de préservatifs deviendra ensuite Adam & Eve. Face à l'émergence de concurrents, Adam & Eve étendra son offre à la commercialisation de vidéos érotiques, de lingerie et d'accessoires sexuels, avec l'ouverture d'une cinquantaine de points de vente.

Au fil des prochaines décennies, Phil Harvey positionnera Adam & Eve et Population Services International au cœur de luttes en faveur des libertés civiles. Il engage des poursuites contre l'État de New York au sujet d'une loi pénalisant la vente de produits de contraception auprès de mineurs de moins de 16 ans.

DKT International diffuse des informations sur ses contraceptifs en Asie et dans des pays africains comme la République démocratique du Congo.

Cette lutte mènera en 1977 à une décision de la Cour Suprême des États-Unis qui contribuera à étendre aux mineurs la protection du droit à la vie privée.



DKT INTERNATIONAL

### FAIRE PASSER LE MOT

DKT International diffuse des informations sur ses contraceptifs en Asie et dans des pays africains comme la République démocratique du Congo.

DKT International diffuse des informations sur ses contraceptifs en Asie et dans des pays africains comme la République démocratique du Congo.

DKT International diffuse des informations sur ses contraceptifs en Asie et dans des pays africains comme la République démocratique du Congo.

DKT International diffuse des informations sur ses contraceptifs en Asie et dans des pays africains comme la République démocratique du Congo.

Dans les années 80, Harvey s'attaque au Département de la justice sous l'administration Reagan, laquelle avait engagé des poursuites visant à faire cesser l'activité de son entreprise Adam & Eve pour outrage aux bonnes mœurs. Victoire qu'il remporte et dont il raconte l'expérience en 2001 dans le livre The Government vs. Erotica: The Siege of Adam & Eve.

DKT International diffuse des informations sur ses contraceptifs en Asie et dans des pays africains comme la République démocratique du Congo.

DKT International diffuse des informations sur ses contraceptifs en Asie et dans des pays africains comme la République démocratique du Congo.

DKT International diffuse des informations sur ses contraceptifs en Asie et dans des pays africains comme la République démocratique du Congo.

## « Bien souvent, donner sert davantage à alimenter sa bonne conscience qu'à réellement porter assistance aux bénéficiaires. »

DKT International diffuse des informations sur ses contraceptifs en Asie et dans des pays africains comme la République démocratique du Congo.

DKT International diffuse des informations sur ses contraceptifs en Asie et dans des pays africains comme la République démocratique du Congo.

DKT International diffuse des informations sur ses contraceptifs en Asie et dans des pays africains comme la République démocratique du Congo.

## LA PLANIFICATION FAMILIALE : UNE AFFAIRE COMMERCIALE

La mission de Population Services International finit par s'étendre au-delà de la planification familiale pour inclure notamment des activités d'éradication du paludisme et d'assainissement de l'eau. Phil Harvey quitte la direction de l'ONG en 1977, estimant qu'un fondateur ne doit pas rester indéfiniment à la tête de son organisation. En 1989, il crée DKT International pour « rester dans la partie », dit-il.

Il remit le flambeau de la gestion de DKT International l'année passée, mais demeure le plus gros donateur individuel, contribuant jusqu'à 3 millions de dollars par an, selon le nouveau PDG de l'organisation, Chris Purdy.

L'année dernière, DKT International a distribué 553 millions de préservatifs, près de 72 millions de cycles de contraceptifs oraux ainsi que d'autres formes de contraception à 28 millions de couples dans des pays tels que la Chine, le Myanmar et le Pakistan.

La stratégie de marketing social adoptée par DKT International s'appuie sur le même modèle de marketing et de distribution commerciale utilisé tant dans la vente d'automobiles que de mobilier, ou encore de soupes en conserve : un prix attractif, une diffusion sur des panneaux publicitaires ou dans la presse locale et une dynamique concurrentielle pour attirer la clientèle.

« Le fait qu'on utilise le sexe pour vendre toutes les choses possibles et imaginables sauf la contraception m'a toujours paru étrange », explique l'entrepreneur.

L'ONG soigne particulièrement l'emballage et la présentation des produits, attribuant même aux préservatifs les plus populaires des noms évocateurs comme « Fiesta » en Indonésie, « Josh » au Pakistan ou encore « Trust » aux Philippines. Parmi la clientèle de ces produits, l'organisation compte des gestionnaires de maisons closes et même des institutions militaires.

C'est le cas en Éthiopie, où DKT International a établi un partenariat avec les forces militaires nationales pour mettre des préservatifs à disposition des unités de l'armée.

Chaque programme opère de manière indépendante d'un pays à un autre. Par ailleurs, une grande latitude est laissée aux directeurs pays pour ajuster les programmes en fonction des besoins et coutumes locaux. Comme toute autre activité commerciale, l'organisation se focalise sur l'augmentation de ses parts sur le marché, le contrôle des coûts et une distribution des produits aussi efficace que possible.

La structure au sein de DKT International est décentralisée au point que le siège de l'ONG à Washington est composé de seulement six personnes. D'un ton amusé, Phil Harvey explique qu'il a structuré son organisation ainsi « par pure fainéantise ». « À l'instar de Tom Sawyer, je dirais que j'ai toujours réussi à faire appel à d'autres personnes pour réaliser le gros du travail », ajoute-t-il. « Et pour que ces personnes acceptent ce travail et prennent plaisir à le faire, il faut leur laisser de la liberté. »

Chris Purdy évoque cette journée il y a une dizaine d'années où un membre de l'équipe a débarqué dans le bureau de Phil Harvey, exposant un problème urgent avec l'un des programmes : un directeur pays d'un programme en Asie du Sud-Est était tombé malade et avait dû être démis de ses fonctions.

M. Harvey sortit son chéquier. « Il a signé un chèque en blanc et l'a remis au gars en disant : "Je vous laisse 100 000 dollars pour trouver une solution." Et voilà que le problème était réglé. »

Le marketing social répond aux profondes aspirations libertariennes de Phil Harvey. Les bénéficiaires des contraceptifs achètent leurs produits sur le marché ouvert, avec très peu, voire aucune connaissance des subventions apportées par l'ONG américaine pour garantir des prix abordables.

L'organisation s'est d'ailleurs rendu compte que faire payer une modique somme confèrait de la valeur et plus d'utilité aux produits. Une manière de contribuer au bien commun sans que qui que ce soit se sente redevable ou humilié.

DKT International diffuse des informations sur ses contraceptifs en Asie et dans des pays africains comme la République démocratique du Congo.

DKT International diffuse des informations sur ses contraceptifs en Asie et dans des pays africains comme la République démocratique du Congo.

DKT International diffuse des informations sur ses contraceptifs en Asie et dans des pays africains comme la République démocratique du Congo.

Étant donné l'importance qu'il a toujours accordée à l'efficacité, Phil Harvey est d'autant plus fier que ses ONG ont toujours réussi à générer des fonds propres. Jusqu'à 80 % des 130 millions de dollars annuels en coûts pour les programmes sont constitués de fonds propres et non de dons.

« Résultat, vous avez une organisation avec une dynamique et une culture très différente par rapport à une ONG conventionnelle », explique Harvey. « Cela vous permet de refuser certains fonds qui sortent de la vision de l'organisation et ainsi de maintenir votre ligne d'action telle que vous l'aviez imaginée. »

Il ajoute : « Lorsque votre financement est généré par 25 millions de clients individuels, ce n'est pas comme si vous courriez le risque qu'ils changent tous soudainement d'avis. Ces fonds sont donc plus fiables et plus prévisibles. »

L'expertise de l'ONG en matière de marketing, et ses rapports bien établis avec les autorités locales expliquent son rôle en tant qu'acteur clé du secteur de la santé reproductive à l'échelle internationale,

précise Margot Fahnestock, agente de programme pour la fondation William and Flora Hewlett, dont la contribution à l'organisation depuis 2002 s'élève à 6,2 millions de dollars.

Lors d'une visite dans les bureaux de l'organisation en Afrique, Margot Fahnestock se souvient de sa rencontre avec Phil Harvey il y a de nombreuses années, à ses débuts au sein de la fondation Hewlett où on lui avait confié la responsabilité de gérer le partenariat de la fondation avec DKT International. Elle avait été impressionnée par le fait que le directeur de l'ONG accepte de s'entretenir avec une nouvelle agente de programme. Elle se souvient notamment de l'enthousiasme du philanthrope à lui signifier un tableur rassemblant les dernières données du programme.

« Il était si passionné », ajoute Fahnestock. « Sans vouloir tomber dans l'adulation, je l'admire. C'est quelqu'un de vraiment unique. »

DKT International diffuse des informations sur ses contraceptifs en Asie et dans des pays africains comme la République démocratique du Congo.

## UNE ATTENTION RENOUVELÉE SUR LES ÉTATS-UNIS

Phil Harvey ne se déplace plus autant pour se rendre dans les bureaux de l'organisation à l'international. Le décalage horaire est désormais plus difficile à supporter qu'il y a une trentaine ou quarantaine d'années. Ayant cessé la gestion quotidienne d'Adam & Eve l'année dernière, il pourrait désormais prendre sa retraite, mais il refuse : « Ce serait mauvais pour ma santé mentale. »

Au lieu de partir à la retraite, il focalise désormais son attention sur les États-Unis. Il dit que le travail qu'il réalise pour développer le DKT Liberty Project lui permet de faire renaître sa vocation libertarienne apparue lors de ses débuts dans l'humanitaire.

DKT International diffuse des informations sur ses contraceptifs en Asie et dans des pays africains comme la République démocratique du Congo.

Selon lui, les pays en développement réussissent à sortir de la pauvreté dès lors qu'ils disposent de tribunaux intègres, d'un système judiciaire honnête, d'une monnaie stable et d'un gouvernement qui laisse suffisamment de liberté à sa population pour développer des activités.

« Ce sont des règles plutôt simples », ajoute-t-il. « Et ce sont des règles libertariennes. »

Le Liberty Project vise à promouvoir cette façon de penser aux États-Unis. Selon Harvey, l'État providence moderne, la guerre contre les stupéfiants et d'autres campagnes gouvernementales ont fait plus de dégâts que de bien. Il parvient aussi à mettre en œuvre les principes qu'il défend au travers du prisme politique : des rapports publics font état d'une contribution de 5 000 dollars de sa part au mois de décembre au comité d'action Reinventing a New Direction PAC du sénateur Rand Paul, potentiel candidat républicain à l'élection présidentielle américaine.

Lorsqu'il s'exprime, Harvey économise souvent sur les qualificatifs, mais ces derniers déferlent à l'évocation de la guerre « complètement absurde » contre les stupéfiants, ou l'ancienne tradition de l'administration américaine consistant à poursuivre au civil les personnes suspectées de crimes liés à la drogue pour saisir leurs biens. Pour lui, il s'agit d'une escroquerie pure et simple.

Le Liberty Project entend utiliser la voie judiciaire et d'autres stratégies de plaideroy pour faire front. Parmi les axes d'intérêt du projet, on trouve le droit à la vie privée dans le contexte numérique. En ce sens, le groupe a soumis un amicus curiae l'année passée dans le cadre d'une affaire à la Cour Suprême des États-Unis dont la décision finale aura pour effet d'entraver le pouvoir des agents de police à saisir sans mandat préalable le contenu des téléphones portables de suspects.

Graham Boyd rencontre Phil Harvey pour la première fois après avoir fondé le Drug Law Reform Project de l'Union américaine pour les libertés civiles à la fin des années 1990, projet dont Harvey sera un contributeur dès ses débuts. « Mais il était différent d'autres donateurs en ce qu'il s'intéressait réellement à s'asseoir autour d'une table et à discuter d'idées », précise Graham Boyd. « C'est un homme intelligent et stratégique, dont les contributions intellectuelles sont précieuses. »

Désormais directeur de New Approach PAC, un groupe d'action politique pour la légalisation du cannabis, M. Boyd compte Phil Harvey parmi une quinzaine de donateurs qui soutiennent les activités du groupe, et se réjouit de l'engagement de Harvey dans ce nouveau partenariat.

« Je pense que c'est une excellente initiative de sa part », indique Boyd à propos du Liberty Project. « D'autres organisations travaillent sur ces problématiques depuis quelque temps, mais Phil s'y attèle à travers une approche rigoureuse et précise, en considérant les enjeux sous l'angle des libertés individuelles. »

Phil Harvey se montre optimiste vis-à-vis de l'avenir du groupe naissant, d'autant que le mariage homosexuel et la légalisation du cannabis gagnent du terrain dans les États du pays. En somme, le vent souffle dans sa direction.

DKT International diffuse des informations sur ses contraceptifs en Asie et dans des pays africains comme la République démocratique du Congo.

C'est pourquoi il prend son temps pour réfléchir à la meilleure manière de déployer le Liberty Project. En attendant, il termine l'écriture d'un livre sur le système de sécurité sociale. (La fiction a toujours été un de ses passe-temps favoris ; il a d'ailleurs publié quelques nouvelles. Ce qu'il apprécie par-dessus tout dans la fiction, c'est la résolution d'intrigues, impliquant des personnages en danger. Une passion qui fait écho à la détermination qu'il a toujours eue pour concevoir des solutions et à les mettre en œuvre.)

Il passe une bonne partie de son temps à réfléchir ces jours-ci, et pas juste dans le but de poursuivre ses loisirs ou convictions. En fin d'année dernière, Harvey s'est rendu en Angleterre pour assister aux obsèques de Tim Black. Son vieil ami et cofondateur d'Adam & Eve, de seulement un an son aîné, fut foudroyé par une crise cardiaque alors qu'il se promenait. Il succomba des suites de l'attaque un jour plus tard.

À la cérémonie des obsèques, les filles du défunt racontèrent des anecdotes amusantes de leur enfance, se souvenant des choses que leur père leur avait apprises. Pour Harvey, cette élocution dynamique et tournée vers l'espérance l'a fait réfléchir à sa propre mortalité et à ce que diraient ses proches à ses propres obsèques.

À la question de savoir quels enseignements tirer de sa carrière, il se plonge dans un silence. Mais seulement quelques instants.

« Poursuivez vos passions, ne les lâchez pas, et persévérez. »

DKT International diffuse des informations sur ses contraceptifs en Asie et dans des pays africains comme la République démocratique du Congo.

DKT International diffuse des informations sur ses contraceptifs en Asie et dans des pays africains comme la République démocratique du Congo.

DKT International diffuse des informations sur ses contraceptifs en Asie et dans des pays africains comme la République démocratique du Congo.

### SENSIBILITÉ AUX DIFFÉRENCES CULTURELLES

DKT International, une organisation caritative fondée par le philanthrope Phil Harvey, commercialise des produits contraceptifs auprès des populations de pays en développement en adaptant sa communication à la culture locale (exemple de l'Éthiopie ci-dessous). L'ONG se sert souvent du désir sexuel pour attirer l'attention, non sans franchir des limites. En 2013 notamment, les autorités pakistanaïses avaient pris des mesures pour interdire une publicité pour préservatifs jugée trop risquée. Un coup médiatique pour lequel DKT International s'était néanmoins félicitée d'avoir ouvert la conversation autour de la santé reproductive.