

**L’EXEMPLE DE « TRADITION, FAMILLE, PROPRIÉTÉ »
UNE ORGANISATION DÉDIÉE
À LA COLLECTE DE DONS
ET À L’OBJET NON IDENTIFIÉ**

Les pouvoirs publics et, de manière à peine voilée, la MIVILUDES, font l’objet depuis quelques mois d’une campagne active de la part de l’association communément appelée « *Tradition, Famille, Propriété* » (TFP).

Ceci peut s’expliquer par l’engagement de plusieurs actions administratives et judiciaires à l’encontre de la branche française de cette organisation internationale, dans le prolongement de l’activité d’un groupe de travail interministériel constitué en janvier 2005 par la MIVILUDES, après qu’ait été conduite en son sein une analyse approfondie qui l’a amenée à conclure que le risque de dérives sectaires existait réellement du fait du mode de fonctionnement très caractéristique de cette organisation.

La Mission interministérielle se doit d’éclairer le Premier ministre sur les tenants et les aboutissants de l’activité de cette structure.

La *Société française pour la défense de la tradition, de la famille et de la propriété* est la branche française d’une organisation internationale fondée en 1960 par un Brésilien, Plinio Correa de Oliveira, à partir de l’*Associação dos Fundadores da TFP (Brazil)*. Elle a été fondée en 1975 sous la dénomination *Jeunes Français pour une civilisation chrétienne* et porte son nom actuel depuis 1977.

L’organisation internationale TFP est constituée de délégations nationales fortement liées entre elles, implantées dans vingt pays environ, ainsi que d’un grand nombre d’entités distinctes, de serveurs internet et de revues thématiques corrélées à TFP dans chacun des pays d’implantation.

La branche française, qui ne reconnaît pas toujours ses liens avec les associations partenaires, indique pourtant elle-même dans ses statuts (article 2) : « *L’association pourra promouvoir le développement de relations et d’aides mutuelles par tout moyen légal avec les associations françaises, étrangères et internationales poursuivant des objectifs désintéressés dans les domaines visés au présent article ; le groupement européen d’intérêt économique l’Européenne des Médias est une société d’imprimerie et de publipostage qui imprime et gère la diffusion et l’envoi du bulletin « Flash » d’« Avenir et Culture », du bulletin « Aperçu » de la Société de défense TFP, de Droit de Naître* ». Une dernière association, *Lumières de l’Est*, bien qu’ayant un rôle particulier dans la stratégie d’ensemble mérite d’être mentionnée pour information.

Les associations *Avenir de la Culture*, *l’Européenne des Médias* et *Volontaires pour une civilisation chrétienne* et le groupement européen d’intérêt économique (GEIE) sont implantées à Chateaufort-en-Thimerais (Eure) dans un château qui héberge imprimerie et atelier de publipostage. *Droit de Naître* est publiposté à partir du même lieu.

Le publipostage est l’activité fondamentale et centrale de l’ensemble *TFP*. Des dizaines de milliers de personnes sont en France destinataires ciblés de courriers les appelant à soutenir diverses campagnes thématiques par des dons.

La MIVILUDES a été très régulièrement interrogée sur les pratiques de cette organisation par des personnes recevant des appels aux dons insistants par courriers puis par prospection téléphonique ou même par visite chez les personnes intégrées dans les fichiers depuis plusieurs campagnes et ayant donné une suite favorable à certaines d’entre elles. Il s’agit de la pratique du « *fund-raising* » décrite plus loin.

La MIVILUDES a été également sollicitée par nombre de parlementaires et par l’Association des maires de France, les élus étant fréquemment interrogés sur la nature exacte de cette organisation et sur les risques que pouvaient encourir les personnes en contact avec elle.

L’analyse du fonctionnement d’ensemble et des modalités de collecte de dons et de legs permet de mettre en lumière un certain nombre de critères d’appréciation du risque de dérives sectaires :

- croissance des exigences vis-à-vis des personnes associées aux campagnes thématiques,
- opacité des structures, forte hiérarchisation et implication de quelques personnages clefs dans le management de l’ensemble,
- conditions incertaines d’emploi au sein de l’imprimerie et au niveau des tâches matérielles de publipostage,
- forte réactivité à l’égard des pouvoirs publics en cas de contrôle ou d’engagement d’une procédure judiciaire,
- absence de transparence dans la destination des fonds collectés,
- distorsion entre objet annoncé des campagnes et destination réelle des sommes recueillies,
- tromperie des personnes sollicitées par publipostage puis, éventuellement, par contact direct.

Le terme de publipostage désigne un ensemble de techniques utilisées dans le cadre d’opérations d’envoi de publicité par la poste. Les dirigeants de *TFP - Avenir de la Culture – Droit de Naître* ont hérité de ce savoir-faire élaboré aux États-Unis dans les années 70.

L’exploitation de la technique du publipostage par le réseau « *TFP* » se déroule en plusieurs étapes : la prospection, les « *envois au fichier de la maison* », la mise à disposition des fichiers aux autres associations du réseau, la demande de dons à domicile. Si l’on parvient à reconstituer l’ensemble de ces étapes pour un fichier d’adresses donné, il est possible d’établir un bilan global de l’opération faisant ressortir le niveau de ressources dégagé par chacune des opérations de publipostage.

Les campagnes de publipostage paraissent donc avoir pour finalité première le dégagement de bénéfices (à l’exception de celles organisées sous couvert de la dénomination *Lumières de l’Est*, visant à soutenir l’activité de *TFP* dans les pays ex-communistes d’Europe centrale).

La destination des sommes recueillies n’est connue que pour une petite partie : acquisition d’immeubles et ouverture de lignes de crédit dans certains établissements bancaires, lesquelles seraient garanties par des hypothèques sur les immeubles possédés en France.

Au-delà de cet aspect économique et financier du fonctionnement du réseau constitué autour de la *Société française de défense*, qui révèle des modes opératoires assez peu transparents et une intégration financière qui ne peut qu’être ignorée par les dizaines de milliers de donateurs recensés, d’autres critères d’appréciation permettent de penser que l’organisation et les finalités du réseau *TFP* correspondent d’avantage à un fonctionnement de type sectaire qu’à celui d’un mouvement politique ou d’un mouvement religieux.

Une première observation porte sur le nombre d’actions en justice engagées depuis 1982 et la mise en lumière de la difficulté à déterminer précisément dans le cadre de ces actions en justice, les finalités de ce réseau. Celui-ci est constitué d’une multitude d’organismes dont certains ont une vocation de prosélytisme, d’autres un objectif de collecte de fonds ayant pour support le publipostage et l’appel aux dons lié à l’envoi gracieux d’une « médaille miraculeuse », d’autres encore, ont pour raison d’être la contestation des régimes démocratiques et la mise en cause personnelle de dirigeants politiques de pays régis selon les principes d’un État de droit.

Cette mise en cause s’accompagne de temps à autre de recherche de légitimité auprès des élus, dont les parlementaires.

En second lieu, il convient de noter l’existence d’une opacité à peine dissimulée dans le fonctionnement du réseau et donc, également, sur les motivations réelles du « mouvement » international, comme en atteste la rédaction d’un renvoi au bas du courrier explicatif d’une campagne comportant un « coupon de participation financière » et faisant référence à la loi Informatique et Liberté. Ce texte de renvoi s’achève par la mention d’un autre renvoi qui n’existe pas :

« Les réponses ont un caractère facultatif et sont destinées à Tradition, Famille, Propriété et à tous les organismes agréés par elle, sauf opposition par écrit. Le droit d’accès et de rectification est assuré par ses soins. Je laisse Tradition, Famille, Propriété seule juge de l’utilisation de mon don pour cette campagne ou pour la réalisation de ses buts statutaires ».

En troisième lieu, il est utile d’analyser le dispositif de recueil de fonds, essentiellement par le moyen d’appels aux dons et aux legs : cloisonnement des campagnes de collecte, forte centralisation de la conduite des opérations, management très hiérarchisé des équipes de *fund-raising*.

Le publipostage étant le moteur essentiel de l’organisation, il convient d’en décrire les principes et modalités en distinguant quatre phases :

La première phase, celle de prospection, consiste à cibler les personnes les plus aptes à devenir donateurs d’une cause déterminée puis à choisir le fichier correspondant le mieux à ce ciblage. Il peut être procédé à la recombinaison d’un fichier à partir de plusieurs de ceux qui sont détenus par l’une ou l’autre composante du réseau.

La demande d’argent apparaîtra de façon insistante et répétitive dans le message.

Quelques règles simples sont suivies de manière stricte :

- ne pas être en fin de campagne en dessous d’un seuil raisonnable de rentabilité

- choisir le fichier le plus adéquat et tirer profit des campagnes précédentes
- cibler les personnes ayant déjà fait un don dans le passé à la *TFP*, les personnes ayant fait un don à un organisme similaire, les abonnés à des publications de sensibilité voisine, les donateurs d’œuvres en général.

La deuxième phase est celle des « *envois au fichier de la maison* ». L’expression tirée de l’anglais désigne l’ensemble des personnes ayant déjà versé une contribution financière à l’organisation propriétaire du fichier.

L’exemple suivant permet d’imaginer la rentabilité de ce procédé. À partir d’un échantillon de 1000 personnes dont les adresses ont été obtenues grâce aux techniques de prospection décrites précédemment, l’association pour laquelle elles ont déjà contribué financièrement leur envoie un appel de fonds soigneusement préparé. Le rapport coût/bénéfice est très favorable. Une estimation de la rentabilité de cette technique suffit pour réaliser à quel point une œuvre qui s’engage dans le publipostage, risque de dériver vers une activité de plus en plus commerciale. Ce risque est d’autant plus grand que le style d’action proposé par des messages comme ceux d’*Avenir de la Culture* ou de *Droit de Naître* n’a pas pour conséquence le financement d’un projet associatif.

Autrement dit, si les œuvres de charité sont obligées de dépenser un fort pourcentage du bénéfice net obtenu dans une opération de publipostage dans la réalisation effective d’un projet concret (l’envoi de l’aide humanitaire à un pays sinistré, la recherche médicale, etc.), dans le cas de campagnes par correspondance du type *Avenir de la Culture* ou *Droit de Naître*, le but de l’opération ne va pas au-delà de l’envoi lui-même (une pétition contre une chaîne de télévision, par exemple, n’entraîne aucune autre dépense, car le but poursuivi est atteint par la réception des signatures dans le même courrier que celui qui contient les dons). Ce genre d’envoi peut être posté huit fois par an, avec la même espérance de résultat pour chaque campagne.

La troisième phase a trait à l’utilisation des adresses par les autres associations membres du réseau. En effet, la production d’excédents de ressources ne s’arrête pas là. Il est encore possible d’exploiter ce même millier d’adresses pour en faire sortir de nouveaux bénéficiaires en créant de nouvelles associations. Le transfert de sommes recueillies vers un fond commun se fera par un mécanisme bien rôdé. De nouveaux appels de fonds à des mêmes personnes, portant un message de sensibilité voisine à celle du premier message, au nom de chacune des associations membres du réseau, permettent le lancement d’une série de nouvelles opérations rapportant de nouveaux bénéficiaires. Étant donné que l’intérêt potentiel du public touché pour les causes voisines est moins direct, les résultats ne seront pas aussi élevés que pour un envoi conçu spécialement pour le « *fichier de la maison* », mais resteront toujours suffisamment significatifs et intéressants financièrement. Ce genre d’envoi ne peut être répété que trois fois par an, car la motivation pour le message envoyé n’est pas la même que pour les envois spécifiquement préparés pour le « *fichier de la maison* ».

Enfin, la quatrième phase concerne la demande de dons mensuels à domicile. Avec les données obtenues dans les phases précédentes et grâce à une série de critères de sélection assez complexes, il est possible de dresser une liste de candidats à devenir « *donateurs mensuels* » de chacune des associations. La demande est personnalisée. Ce sont les *fund raisers* qui en sont chargés à domicile, suite à une prise de rendez-vous établie par téléphone. Le planning est optimisé aussi bien au point de vue des horaires que du parcours routier, grâce

à un programme informatique pointu. Chaque représentant visite une moyenne de quatre personnes par jour. L’engagement du donateur mensuel se fait par la signature d’un accord de prélèvement automatique sur compte bancaire. Les résultats de cette opération de prélèvements automatiques peuvent être estimés à environ 10% du fichier de départ.

À la suite de l’analyse menée et de multiples réunions du groupe de travail et d’échanges entre la MIVILUDES et diverses administrations, des actions ont été engagées. Pour sa part, la MIVILUDES interrogeait en 2005 le ministre de l’Économie, des Finances et de l’Industrie à propos de mentions portées sur les courriers publiés, laissant entendre aux destinataires qu’ils pouvaient faire usage d’un reçu fiscal délivré par TFP à la suite d’un don ; la MIVILUDES faisait part au ministre de l’imprécision sur les buts réels des associations en question et de la mention « *Je laisse TFP seul juge de l’utilisation de mon don pour cette campagne ou pour la réalisation de ses buts statutaires* ».

Le 14 avril de cette année, le Ministre adresse la réponse suivante : « *Pour bénéficier d’un avantage fiscal, les dons et versements doivent être effectués au profit d’œuvres ou d’organismes d’intérêt général ayant un caractère philanthropique, éducatif, scientifique, social, humanitaire, sportif familial, culturel ou concourant à la mise en valeur du patrimoine artistique, à la défense de l’environnement naturel ou à la diffusion de la culture, de la langue et des connaissances scientifiques françaises. (...) La condition d’intérêt général implique que l’activité de l’œuvre ou de l’organisme ne soit pas lucrative, que sa gestion soit désintéressée et que son fonctionnement ne profite pas à un nombre restreint de personnes. (...) De plus, le don doit être effectué à titre gratuit sans contrepartie directe ou indirecte au profit de son auteur* ». Le ministre poursuivait en indiquant qu’« *au regard de ces considérants, l’appréciation de l’activité de l’organisme est déterminante* » et que « *au cas particulier, l’activité de l’association qui consiste à diffuser une médaille ne répond à aucun des objets prévus par la loi* ».

En conséquence, les versements effectués au profit de l’association *Tradition, Famille, Propriété* ne peuvent bénéficier de la réduction d’impôts prévue à l’article 200 du Code général des impôts.

Au demeurant, l’activisme de TFP à l’égard de l’État semble indiquer que les procédures en cours qui appellent l’audition de son ou ses dirigeants pourraient mettre en difficulté l’architecture d’ensemble.

Il peut enfin être fait référence aux questions parlementaires de Mme Claude Darciaux, députée de la Côte d’Or et de M. Jean-Claude Lefort, député du Val-de-Marne, et aux réponses qui leur a été apporté par le ministre de l’Economie, des Finances et de l’Economie¹.

L’expérience acquise dans le traitement de ce dossier met assurément en valeur l’intérêt du travail pluridisciplinaire et l’utilité d’une coordination des moyens de l’État face à des mouvements marqués par l’opacité de leur fonctionnement et l’incertitude sur leurs finalités.

¹ Voir Annexe n°2 : Activité parlementaire / Questions écrites : Fiscalité.

