

Natacha Harry, SPA : "il ne suffit pas d'aimer les animaux pour bien gérer la SPA"

Celle qui a pris les rênes de la Société protectrice des animaux en 2013 entend dépoussiérer son image et en améliorer l'efficacité grâce à des méthodes empruntées au monde de l'entreprise. Mission réussie : la crise de confiance est derrière elle et les adoptions montent en flèche



Natacha Harry, présidente de la Société protectrice des animaux

Dans le large bureau de la présidente, le grand panier positionné sous la fenêtre est vide. Max, fidèle golden retriever de Natacha Harry, n'est pas présent ce jour. Habitué aux plateaux de télévision et radio – sa maîtresse anime depuis 15 ans une chronique dans l'émission *Télématin* –, le chien a pris ses quartiers en juin 2013 à la Société protectrice des animaux. Il n'est pas le seul animal de compagnie à fréquenter l'illustre association. Les animaux ont leur refuge, mais "il ne suffit pas d'aimer les animaux pour bien gérer la SPA". Après plusieurs années de dérives en raison de "défaillances cumulées", selon l'expression de la Cour des comptes, l'association avait besoin de sang neuf. Passionnée de la cause animale, vétérinaire de formation et journaliste et productrice de métier, Natacha Harry est dotée du bon profil. Médiatique, énergique, innovante et conceptuelle, elle s'efforce de donner une nouvelle jeunesse à la vieille dame qui fêtera ses 170 ans en décembre prochain. À son actif notamment : une communication moins sinistre et une promotion de l'adoption à destination de tous les publics. Dépoussiérée, la SPA veut séduire le plus grand nombre. Un enjeu majeur pour l'association marquée par plusieurs années de crise de confiance.

Entretien mené par Edouard Laugier

“

La taille de la SPA d'aujourd'hui est celle d'une PME significative. La présidente bénévole que je suis depuis juin 2013 doit facilement consacrer la moitié de son agenda à l'association. À l'époque, la SPA sortait tout juste de 3 ans et demi d'administration judiciaire et reprenait un mode de fonctionnement plus "classique". Cette maison avait

connu quelques difficultés, le challenge m'a plu. L'aventure est passionnante même si les responsabilités et la charge de travail sont lourdes.

“Aujourd’hui la SPA recueille chaque année 40 000 animaux et se fixe pour ambition de leur trouver au plus vite une nouvelle famille”

Cette année, la SPA fête ses 170 ans. C'est un temps fort pour notre organisation qui est la plus ancienne association de protection animale en France. Cet anniversaire sera aussi l'occasion de réaffirmer notre mission. Aujourd'hui la SPA recueille chaque année 40 000 animaux et se fixe pour ambition de leur trouver au plus vite une nouvelle famille. La durée moyenne de séjours dans nos refuges était de 91 jours en 2013. Elle est passée à 71 jours en 2014, ce qui constitue à nos yeux un progrès significatif. Nous réalisons 35 000 adoptions par an. La progression est notable puisqu'en 2013, nous en étions à 29 500 et en 2012 à 27 000

Le respect du vivant

Il faut la voir comme le pan d'un combat plus large visant au respect du vivant, à la protection des êtres qui ne peuvent se défendre tous seuls. La protection animale comprend aussi des problématiques sociétales et environnementales. Un exemple parmi tant d'autres, l'agriculture intensive qui a inventé des vaches qui ne mangent pas un brin d'herbe de leur vie, qui ne voient jamais un rayon de soleil, parce qu'elles vivent dans de gros hangars et auxquelles on fait faire des veaux à répétition pour produire du lait. Cette agriculture n'est pas respectueuse du monde animal, et ne l'est pas davantage de l'être humain !

Les objectifs

Dépoussiérer la SPA, tout en conservant ce qui fait toute sa valeur et ses fondamentaux. Mon rôle est d'être un trait d'union entre la richesse historique de l'association et la société actuelle. L'association s'inscrit dans un mouvement citoyen qui va au-delà de la protection animale pure et simple, et dont l'enjeu est de mieux vivre dans le respect de nos environnements au sens large, la nature, les animaux mais aussi les êtres humains.

“ La SPA doit s'imprégner des grands principes de fonctionnement des entreprises qui ont fait leurs preuves.”

Nous nous efforçons de nous moderniser et de devenir plus professionnels dans notre gestion. Afin de poursuivre toujours plus efficacement ses missions, la SPA doit s'imprégner des grands principes de fonctionnement des entreprises qui ont fait leurs preuves. Ce projet passe aussi par des recrutements de compétences capables de gérer des budgets élevés

La stratégie

Mon objectif est de m'adresser au plus grand nombre. La protection animale ne peut pas être cantonnée à une action militante extrême qui exclurait un large public. Pour être efficace, il faut être capable de s'adresser à tout le monde. Nous devons faire comprendre ce que l'on fait et pourquoi on le fait, sans exprimer des revendications insensées. Nous devons être pragmatiques afin de viser et atteindre des objectifs réalistes. Heureusement, nos sociétés évoluent très vite, et ce qui nous paraissait hors de portée hier peut tout à fait devenir accessible demain. Nous communiquons d'avantage sur l'adoption que sur l'abandon. Le contexte économique de la société française est déjà suffisamment anxigène. Nous privilégions des messages positifs qui mettent en valeur l'acte d'adoption.

Le marché des animaux de compagnie

C'est un marché important incluant 11 millions de chats et 10 millions de chiens, qui génère environ 3,3 milliards d'euros de chiffre d'affaires chaque année. Ces données nous les connaissons, mais la SPA n'est pas un acteur de ce marché, elle ne vend pas d'animaux. Nous les proposons à l'adoption en demandant une contribution de 90 euros pour un chat et 150 euros pour un chien, destinée à couvrir une infime partie des charges de structures, nourriture et soins. Je nous considère comme un acteur moral du secteur des animaux de compagnie. Notre combat est de garantir la préservation du bien-être des animaux. Quotidiennement, nous menons des actions contre les trafics, les trafics d'élevages, la maltraitance... Nous sommes un peu des empêcheurs de tourner en rond. Cela a été le cas pour la loi sur le nouveau

statut des animaux. Certains n'avaient pas intérêt à ce que ce statut évolue. En particulier ceux qui font commerce d'animaux ou encore les chasseurs. La SPA a choisi de se battre de manière intelligente. Nous croisons parfois le fer mais dans un premier temps, nous privilégions toujours le dialogue

L'organisation

La SPA est une structure centralisée. Tous les services communs sont installés au siège à Paris. Récemment, nous avons créé un "Pôle protection animale" qui sert de relais avec nos structures de terrain. Des méthodes de travail plus rationnelles et des processus de décision plus organisés ont été mis en place, comme dans une entreprise. Les salariés adhèrent pleinement à ces nouvelles méthodes. Ils savent que la Cour des comptes avait reproché à la SPA sa gestion non professionnelle. Ils se souviennent de ces années difficiles qui ont valu à notre association trois ans et demi de mise sous tutelle judiciaire.

"Je nous considère comme un acteur moral du secteur des animaux de compagnie"

Ce fut extrêmement traumatisant pour les sympathisants, les salariés et tous les bénévoles. J'ai été élue après cette période avec pour objectif, parmi d'autres, de faire en sorte que les erreurs du passé ne se reproduisent pas. La crise de confiance est derrière nous, même si personne n'est jamais à l'abri d'une erreur. Il ne suffit pas d'aimer les animaux pour bien gérer notre association, il faut beaucoup de rigueur et de ténacité. À mon arrivée, j'ai quand même été surprise par l'ampleur du travail à accomplir. Il a fallu tout reconstruire. À cette époque, j'ai passé plus de temps à m'occuper des hommes que des animaux.

Le modèle économique

Il repose quasi exclusivement sur les dons et les legs. Notre levier économique numéro 1 est l'accroissement du nombre de nos adhérents. Nous vendons quelques produits dérivés mais c'est anecdotique. Nous devons composer avec une restriction importante : nous sommes une association loi 1901 reconnue d'utilité publique. Toute forme de profit nous est interdite : nous n'avons pas le droit de réinvestir, de même si nous héritons par un legs d'un bien immobilier, nous n'avons pas le droit de le conserver. Ces contraintes ne nous empêchent pas d'innover. Nous montons par exemple une opération de financement participatif pour la mise en place d'une structure qui s'appelle le Grand refuge. Elle est en lien direct avec l'histoire de la SPA : le Grand refuge accueille des chevaux, poneys et ânes. L'association a été créée en 1845 pour sauver les chevaux de la maltraitance dont ils étaient les victimes de la part de certains cochers parisiens. Le crowdfunding ne nous permet pas de lever des fonds considérables, mais il nous permet de trouver un public nouveau et le fidéliser à notre cause.

Le don en France

Même si le contexte économique est complexe et la pression fiscale forte, le montant des dons et des legs ne diminue pas. Sans cette générosité, tout s'arrête. Le budget annuel de la SPA est de plus de 40 millions d'euros. Aujourd'hui, 81 % de nos ressources sont directement allouées à la mission de protection animale. Les autres 19 % sont consacrés aux frais de fonctionnement de l'association. Nous avons largement amélioré ce chiffre. Nous ambitionnons d'obtenir l'agrément du comité de la charte. Ce n'est absolument pas une obligation, mais nous nous imposons ce label qualité qui garantit le bon usage des fonds et une totale transparence dans les modes de gestion. Notre dossier a été considéré comme recevable et nous sommes actuellement en phase d'audit.

Les maisons SPA

Beaucoup de familles françaises ont envie d'un animal, mais elles ne sont pas prêtes à aller dans un refuge. Le lieu est imaginé comme trop triste, larmoyant, avec des animaux malheureux, bref un endroit qui fait peur. Pour combattre cette image, nous avons donc créé des Maisons SPA qui constituent des points de rencontre avec notre association dans les centres-villes. Ce concept nouveau permet de communiquer sur nos actions et nos besoins.

"Le crowdfunding ne nous permet pas de lever des fonds considérables, mais il nous permet de trouver un public nouveau et le fidéliser à notre cause"

Une maison SPA n'est pas une animalerie. Nos équipes présentent les animaux à adopter sur des écrans et conseillent les visiteurs. Parce que les chats sont plus faciles à héberger dans un espace restreint, nous aurons peut-être des chats dans nos futures Maisons parisiennes.

Le public

Dans l'imaginaire collectif, notre public est plutôt âgé et féminin. Il est probablement féminin, mais pas si âgé que cela. Beaucoup de jeunes gens rejoignent la SPA. Des clubs jeunes ont été ouverts. Ils sont réservés à des 11-17 ans qui viennent aider bénévolement nos équipes dans les refuges. Il n'y a pas de profil type du militant SPA. Je l'explique par le fait que les animaux concernent tout le monde. Plus d'un foyer sur deux en France possède un animal de compagnie. La plupart des gens aiment les animaux quelle que soit la catégorie socioprofessionnelle ou la géographie. Les animaux sont un sujet fédérateur.

Bio express

Le trait d'union

A 42 ans, **Natacha Harry** a fait toute sa carrière dans les médias. Diplômée de l'école vétérinaire de Maison Alfort et d'un troisième cycle à HEC, elle n'a jamais exercé. Trait d'union entre des grands spécialistes des animaux et le grand public, elle anime des chroniques animalières depuis 15 ans sur Télématin. La quadra participe aussi à une émission sur Europe 1. Sa société de production 2H réalise aussi des programmes télé sur les animaux. Natacha Harry préside la SPA depuis juin 2013.

Chiffres clés

La SPA

Budget 2013 : 41,6 millions d'euros

Trésorerie 2013 : 64,1 millions d'euros

Effectif: 600 salariés

3 000 bénévoles

25 000 adhérents

57 refuges

12 dispensaires.