



AFFséminaire



22^{ème} Séminaire francophone
de la collecte de fonds



27, 28 et 29 juin 2023

PROGRAMME

Mis à jour le 30/05/2023

Sous réserve de modifications



Les défis sociétaux et environnementaux auxquels nous sommes confrontés à tous les niveaux de la société dans nos organisations et personnellement ont de quoi nous donner le vertige ! Fundraisers, nous avons la chance de pratiquer des métiers au service des réponses à apporter à ces enjeux. Nous mobilisons les ressources pour agir et les besoins sont croissants.

C'est une chance oui, mais c'est aussi un immense défi pour nous professionnels : celui de savoir **renouveler et transformer nos pratiques**, de savoir répondre aux attentes de générations ayant des visions du monde aussi différentes que les **Baby-boomers ou la génération Z. Dans un monde d'ultra-connexion, de nouveaux comportements et de nouvelles formes d'engagement apparaissent**, parfois plus volatiles.

Autre enjeu majeur qui nous invite à la transformation : celui de la sobriété qui s'impose à nous dans un contexte de crises économique, énergétique et environnementale et nous invite à repenser nos pratiques pour tendre vers un fundraising plus durable et responsable.

De nombreuses questions se posent donc à nous pour faire cohabiter des générations de fundraising et de fundraisers : *Quid* de la pérennité de nos modes de collecte traditionnels avec des sollicitations papier à l'heure du digital roi ? *Quid* de la durée de vie du chèque à l'heure des nouvelles technologies de paiement mobile ? Il ne s'agirait pourtant pas de reléguer aux archives les méthodes traditionnelles du marketing direct car elles demeurent souvent pertinentes et riches d'enseignements. Loin de s'exclure, les pratiques et outils se cumulent, s'articulent, se conjuguent et nous amènent à décroquer notre vision des cycles relationnels pour établir une conversation de qualité avec nos donateurs mais aussi nos sympathisants.

Agilité, exploration, résilience sont des forces que nous avons su cultiver au fil des années. Face aux « mutations » en cours, la remise en question, le renouvellement des pratiques, l'anticipation, l'innovation s'imposent à nous, avec souvent trop peu de moyens et une culture du risque limité.

A l'occasion de cette 22^{ème} édition du Séminaire francophone de la collecte de fonds, nous vous invitons à venir écrire collectivement le fundraising d'aujourd'hui et de demain : grandir ensemble dans nos pratiques, partager vos expériences entre pairs, monter en compétences, réfléchir à nos enjeux pour transformer ces évolutions et mutations en opportunités au service de vos organisations et de leurs missions d'intérêt général.

Venez faire le plein d'idées pour co-construire des stratégies de fundraising pérennes et durables.



Yaële Aferiat
Directrice de l'AFF

22^{ème} SEMINAIRE FRANCOPHONE DE LA COLLECTE DE FONDS

Les objectifs de ces trois journées de séminaire :

- Permettre de connaître les outils, les techniques et les grandes tendances qui serviront au mieux la stratégie de collecte.
- Assister à des sessions animées par des experts reconnus, qui partagent leurs savoir-faire et leurs expériences en matière de fundraising.
- Echanger et partager : participer à ce séminaire offre également l'opportunité d'échanger et partager, de rencontrer et débattre avec ses pairs.
- Aborder des thématiques variées pour tous les niveaux : de la stratégie à sa mise en œuvre au jour le jour, nous avons à cœur de couvrir les thèmes qui font le quotidien des fundraisers : legs, grands donateurs, marketing direct, mécénat, partenariats entreprises...
- Proposer une ouverture internationale : chaque année, nous vous offrons un regard international avec des intervenants venus d'Europe et d'ailleurs.

Publics concernés

Professionnels du secteur associatif et personnes en reconversion professionnelle

Contenu du programme :

Le programme est construit par et pour les fundraisers, nous avons à cœur de couvrir les thèmes qui font le quotidien des fundraisers tels que :

De la stratégie à sa mise en œuvre au jour le jour - Mécénat et partenariat avec les entreprises - Fundraising des particuliers - Grands donateurs - Marketing direct - Legs - Transformation digitale - Cadre juridique et fiscal du fundraising.

Méthodes pédagogiques :

Chaque participant établit son propre parcours en fonction de ses objectifs et de son niveau d'expertise. Ce séminaire s'inscrit dans l'approche pédagogique de pair à pair, privilégiée par l'AFF : les participants apprennent à travers l'expérience des intervenants mais aussi grâce aux échanges entre participants.

Intervenants :

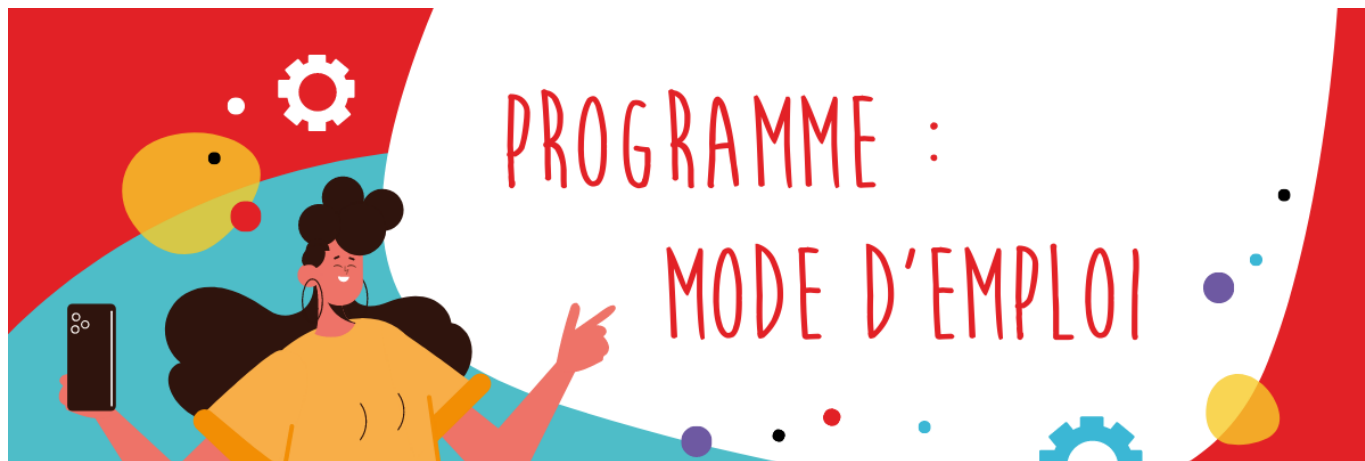
Les intervenants sont des experts, praticiens de la collecte de fonds.

22^{ème} édition

81 sessions enrichies et renouvelées

130 intervenants experts et praticiens du fundraising

Plus de **700 professionnels** de la collecte de fonds attendus



Monter en compétences



LES MASTER CLASSES (3h)

Sur inscription préalable

Dans des conditions de travail privilégiées, une master classe permet d'approfondir un sujet en alliant méthodologie et travaux pratiques. Menée par un expert du sujet, la master classe se divise en une partie théorique directement suivie d'une mise en situation, permettant aux participants de s'approprier le sujet.



LES ATELIERS

(1h ou 1h30)

Des professionnels de la collecte présentent un aspect du fundraising et donnent aux participants les notions nécessaires à la bonne compréhension du sujet. Les ateliers durent entre 1h et 1h30 en fonction de la densité du sujet abordé et peuvent prendre la forme d'une présentation méthodologique ou pratiques.



LA TABLE RONDE

(1h)

Moment de prise de hauteur, la table ronde confronte les avis de 3 à 4 intervenants sur un sujet fondamental pour nos métiers. Le débat est modéré par un animateur chargé de recentrer les échanges.

.... Et échanger !



LES OPEN LABS (3h)

Sur inscription préalable via Swapcard (places limitées à 25 personnes)

Dans des conditions de travail privilégiées, un Open-Lab permet d'approfondir un sujet en alliant méthodologie et travaux pratiques, le tout dans une session participative animée par un expert du sujet.



LES APATAMS (1h30)

Sur inscription préalable via Swapcard (places limitées à 25 personnes)

Pendant 1h30, profitez des apatams pour rencontrer d'autres professionnels de la collecte proches de votre secteur d'activité. Animé par des experts, les apatams sont des moments d'échanges autour d'enjeux ou de questions communes vous permettant de partager vos expériences professionnelles et de vous inspirer de celles des autres.



LES COACHINGS PERSONNALISÉS (30MIN) ET ENTRETIENS CARRIERE (15MIN)

Sur inscription préalable via Swapcard (places limitées à 1 personne par créneau)

Ces rencontres en face à face avec un expert vous permettront de bénéficier de conseils sur-mesure sur une problématique bien spécifique au cours d'un échange confidentiel.



LUNCH LAB (1h)

Sur inscription préalable (places limitées à 25 personnes)

Profitez de la pause-déjeuner pour participer à une présentation menée par des spécialistes du fundraising sous la forme d'un atelier participatif.



Les essentiels pour profiter de la conférence

Mardi 27 juin

- 8h30 : Accueil café
- 09h00 à 12h30 : **Master Class**
- 10h30 à 11h : Pause Café
- 11h à 12h30 : **Master Class**
- 12h30 à 14h30 : Pause Déjeuner
- 13h15 à 14h15 : Coachings
- 14h : Accueil café
- 14h30 à 15h30 : **Plénière d'ouverture**
- 15h40 à 16h40 : **Ateliers**
- 16h40 à 17h10 : Pause-café
- 17h10 à 18h10 : **table-ronde**
- 18h15 à 19h30 : Apéro-quizz

Mercredi 28 juin

- 8h30 : Accueil café
- 09h-10h30 : **Ateliers ou Apatam ou Open Lab**
- 10h30-11h00 : Pause-café
- 11h00-12h30 : **Ateliers ou Apatam ou Open Lab**
- 12h30-14h30 : Pause Déjeuner
- 12h45-13h45: Coachings et LunchLab
- 14h30-15h30 : **Ateliers ou Apatam ou Open Lab**
- 15h30-16h00 : Pause-café
- 16h00-17h30 : **Atelier ou Apatam ou Open Lab**
- 17h30-19h : cocktail networking

Jeudi 29 juin

- 8h30 : Accueil café
- 09h-10h30 : **Ateliers et Open Lab**
- 10h30-11h00 : Pause Café
- 11h00-12h30 : **Ateliers et Open Lab**
- 12h30-14h30 : Pause Déjeuner
- 12h45-13h45: **Coachings et LunchLab**
- 14h30-15h30 : **Ateliers**
- 15h30-16h00 : Pause-café
- 16h45-17h30: **Plénière de clôture**
- 18h30-23h : Soirée

LIEU DE LA SOIRÉE FESTIVE

La péniche

Quai de la Tournelle - Paris

ACCÈS AUX ATELIERS

Vous n'avez pas besoin de vous préinscrire pour les ateliers, ils sont en libre accès. Nous vous conseillons cependant d'arriver dans la salle quelques minutes avant le début de chaque session pour être sûr d'avoir une place. Certains ateliers seront doublés.

DROIT À L'IMAGE

Lors du séminaire, vous êtes susceptibles d'être photographiés ou filmés. Si vous ne souhaitez pas apparaître sur les films et photos, merci de le préciser à l'accueil du séminaire.

SEMINAIRE 2.0

Un accès Wifi sera disponible gratuitement et les codes seront affichés pour vous permettre de vous connecter. Retrouvez toutes les informations sur le séminaire via le *hashtag* **#AFFseminaire** et n'hésitez pas à interagir lors des sessions sur Twitter et Swapcard.

PRÉSENTATIONS EN LIGNE

À l'issue du séminaire, les présentations des intervenants seront disponibles sur notre site www.fundraisers.fr et sur swapcard. Les identifiants pour y accéder vous seront envoyés par email.

RESTAURATION

Des pauses-café sont prévues et auront lieu dans le hall d'accueil aux heures indiquées sur le planning.

Les déjeuners et dîners des 27, 28 et 29 juin ne sont pas compris dans le prix du séminaire.

VESTIAIRES

Vous pourrez disposer vos affaires dans un vestiaire non gardé. L'AFF décline toute responsabilité en cas de perte ou de vol.



LA PLATEFORME DIGITALE ET NETWORKING DE LA CONFERENCE

Créez votre propre programme en vous pré-inscrivant aux sessions qui vous intéressent, connectez-vous avec vos pairs, discutez, échangez et accédez aux replays!

UNE APPLICATION POUR FAVORISER LE NETWORKING

Cette plateforme propose une expérience immersive car elle reproduit virtuellement un événement, avec **des salles de conférences**, des **espaces exposants** et des **espaces de discussions** pour favoriser les échanges entre pairs.

Avec Swapcard vous pouvez :

- **Accéder au programme** de la conférence
- **Créer votre propre planning** en vous pré-inscrivant aux sessions qui vous intéressent
- **Prendre des RDV de coaching** avec des experts
- **Développer votre réseau** : connexion, chats, prises de RDV
- **Assister aux sessions digitales**
- **Retrouver les présentations des intervenants et les replays de certaines sessions** à l'issu de l'évènement

Comment ça marche ?

1. **Un email de l'AFF envoyé via Swapcard** vous informant de la création de votre compte vous sera adressé **2 semaines avant l'événement** : à vous de renseigner votre mot de passe de connexion.

2. **Remplissez votre profil** sur la plateforme. Vous pourrez d'ores et déjà vous connecter aux autres participants, échanger avec eux.

3. **Réservez vos places** : l'inscription sur Swapcard est nécessaire **pour les sessions apatams, open-lab, lunch-lab, coachings et entretiens carrière.**



Tout au long de ce séminaire, des invités inspirants nous feront part de leurs expériences et de leurs idées, de leurs visions du fundraising. Pour ces plénières, un invité au parcours exceptionnel nous fera l'honneur de leur présence.

Plénière d'ouverture

Mardi 27 juin, 14h30
GRAND TEMOIN

Co-fondateur de Make.org, **Axel Dauchez** nous fait l'honneur d'ouvrir le séminaire. Il interviendra sur le thème de **la transformation des modes d'engagement**.



Diplômé de l'École polytechnique, Axel Dauchez a dirigé de grands groupes et a, entre autres, été le PDG de Deezer et Publicis France puis il a tout remis en jeu. Les expériences professionnelles qu'il avait connues jusque-là avaient le goût de l'aventure, mais il lui manquait quelque chose. « Arrivé à 48 ans, je me suis dit que le moment était venu de courir après du sens. Je voulais être utile. Je me suis donc mis dans un schéma, comme au casino, de tout miser sur le rouge avec l'ambition que le projet qui en sortirait serve à quelque chose. » Axel Dauchez est, depuis 2015, le président de Make.org, une plateforme de consultations citoyennes qu'il a fondée. Sa méthode ? Consulter et mobiliser largement la société civile sur les points de consensus, là où la politique tend à diviser. En 6 ans, Make.org est devenu le leader européen de la « Civic Tech », a permis l'engagement de 8 millions de citoyens et réalisé plus de 60 actions civiques positives. Axel Dauchez a également cofondé le fonds de dotation, Make.org Foundation.

Table ronde

Mardi 27 juin, 17h10 à 18h10

L'impact en débat

La mesure d'impact est une petite musique qui peut parfois virer à la cacophonie. Il est difficile pour les organisations de s'inscrire dans ce concert qui monte. Tout le monde veut « faire de la mesure d'impact » qui est bien souvent vécue comme une injonction externe imposée par les bailleurs, des fondations de plus en plus en demande de garantie et d'éléments de réassurance qu'il trouvent dans ces fameuses mesures d'impact dont les méthodologies sont pourtant questionnées et diverses.

L'objectif de cette table-ronde sera donc de permettre aux fundraisers de comprendre les outils et les enjeux, de prendre de la hauteur sur ce sujet tout en restant pragmatiques et donnant des clés pour s'emparer du sujet.

Avec **Alexandra Perrier** (Fondation FDJ), **Louise de Rochechouart** (Avisé), **Emeline Stievenart** (Atelier de l'Impact) et **Emmanuel Vaillant** (Zone d'Expression Prioritaire). Animée par **Flavie Deprez** (Carenews)

Plénières de clôture

Jeudi 29 juin, 16h00 à 16h45

ETUDE

Baromètre de la générosité 2022

Collecte de dons en 2022 : accentuation de certaines tendances du fundraising !

France générosités et Novos présenteront en exclusivité les chiffres clés du Baromètre de la générosité 2022, basé sur les dons des particuliers de 2004 à 2022 de 56 associations et fondations représentant plus d'1 milliard d'euros de dons collectés en 2022.

Quels sont les effets de l'actualité 2022 sur la collecte ? Dons réguliers et dons ponctuels : des mêmes dynamiques d'évolution ? Quels sont les canaux privilégiés cette année, avec quelles tendances ? Quels principaux enjeux pour le futur de la collecte ?

Cette conférence apportera un décryptage de la générosité des Français en 2022, avec une mise en perspective des défis à relever pour le secteur, permettant d'alimenter vos stratégies de fundraising. Le Baromètre de la générosité 2022 a été réalisé par Novos pour France générosités, avec le soutien de La Banque Postale.

Avec **Pierre Lerouge** (Novos) et **Laurence Lepetit** (France Générosité)

Jeudi 29 juin à 16h45-17h30

IWITOT: I wish I'd thought of that

L'idée du siècle... si seulement je l'avais eue !



Sur une idée originale de **Sofii** (Show case of fundraising innovation and inspiration) et de **L'IFC** (International Fundraising Congress), venez-vous inspirer des idées d'hier et d'aujourd'hui avec de **vraies rock star du fundraising !**

En 7 min, chaque intervenant présentera une idée qui selon lui à changer le monde du fundraising. Une idée brillante qui l'a inspiré et qui l'inspire encore pour imaginer le fundraising de demain. 60 min de créativité et d'ambition, pour s'étonner et se réinventer !

Avec **Vincent Bodin** (Fondation de France), **Sylvie Cornu** (IDEAS), **Nora Meziane-Petersen** (E-Graine), **Adrien Poujade** (ADAPEI de la Gironde) et **Aurélie Reder** (Metz Mécènes Solidaires). Animé par **Christophe Herlédan** (MINT).

Jeudi 29 juin à 17h30

Mot de clôture et remerciements



Mardi 27 juin de 9h à 12h30

[Sur inscription préalable](#)

L'immersion dans un sujet spécifique pendant 3h en combinant théorie, études de cas et applications pratiques est l'objectif d'une master classe. Au programme de cette 22^{ème} édition, **6 master classes** :

1 | DIGITAL - NIVEAU INTERMEDIAIRE

Du lead au donateur : comment construire un programme d'acquisition digitale efficace ?

Comment recruter des leads qualifiés ? Comment les convertir en donateurs mensuels ou ponctuels ? Quels rôles jouent les différents canaux dans la conversion ?

Découvrez les rouages du modèle de Greenpeace France dont 45% de la prospection annuelle repose sur l'acquisition de leads et venez enrichir votre expérience avec Léa Schwarcz, responsable de l'acquisition digitale chez Greenpeace France, et Manon Ritter, consultante digitale.

Léa Schwarcz (Greenpeace France) et **Manon Ritter** (consultante digitale)

2 | PHILANTHROPIE

Du lead au donateur : comment construire un programme d'acquisition digitale efficace ?

Bien réussir un entretien avec un grand donateur potentiel demande un travail de préparation, de la méthode et des soft skills. Avez-vous déjà imaginé être une petite souris pour observer comment d'autres fundraisers font pour solliciter un grand donateur ? Cette session sera un véritable voyage au cœur de la sollicitation qui vous mènera de la théorie à la pratique : de la méthodologie de sollicitation, des exemples concrets et des bonnes pratiques pour convaincre et toucher un philanthrope prospect.

Marianne Maillot (Vision Philanthropie) et **Camille Jury** (Handicap International)

3 | ENTREPRISES

Partenariats entreprises : par temps de crise et d'évolution majeure des attentes des entreprises, identifier de nouveaux leviers pour enrichir sa stratégie

Crise sanitaire, climatique, socio-économique, guerre en Ukraine... Comment ces dernières années particulièrement agitées impactent-elles la collecte et les relations avec les entreprises ? Qu'en est-il pour Médecins Sans Frontières (MSF), association pourtant familière des urgences ?

Victoire Baillot (MSF) et Marine Conejero (consultante) vous proposent une master classe interactive et apaisée. Un cheminement mariant bouillonnement collectif et travail en sous-groupe. Venez partager avec vos homologues, comparer vos approches et identifier les leviers pour adapter vos pratiques. Un temps pour vous aider à lancer votre propre réflexion stratégique.

Victoire Baillot (MSF) et **Marine Conejero** (Consultante)

4 | **MARKETING RELATIONNEL**

Le marketing relationnel à l'heure de la transformation numérique de la collecte

L'impact du numérique sur la collecte de fonds est indéniable. La digitalisation des pratiques de générosité est devenue réalité avec 27% de la collecte effectuée désormais en ligne (+43% depuis 2019). La période du Covid a accéléré les transformations en marche. Pour autant 79% des organisations déclarent devoir progresser dans la transformation numérique de leur écosystème data et digital. L'arrivée massive de l'IA va aussi tout changer. L'heure du Fundraising Augmenté© a sonné !

Lors de cette Master Class, nous étudierons comment piloter cette transformation numérique du fundraising, via des études de cas, des présentations et quelques travaux pratiques :

- Sur le plan stratégique pour adresser le nouvel "Homo-numéricus" de plus en plus digitalisé dans sa consommation, sa communication... et ses pratiques de générosité.
- Sur l'orchestration des outils du marketing digital qui offrent une multitude de canaux pour atteindre et engager les sympathisants et donateurs potentiels.
- Sur le plan technologique du data management : Des outils CRM et CDP qui facilitent la centralisation et l'exploitation des données, aux solutions de Business Intelligence, aux outils de marketing automation, aux plateformes de monitoring.

Cette transformation numérique du fundraising ouvre des opportunités uniques mais présente aussi des nouveaux défis : le management de ces technologies, l'évolutions des compétences des Fundraisers, le besoin de "désiloter" les organisations, la cybersécurité et le RGPD.

Rejoignez-nous dans cette Master Class pour vous engager dans le fundraising technologique d'aujourd'hui et de demain ! ...

Eric Dutertre (Hopening) et autres intervenants à venir

5 | **LEGS – Niveau intermédiaire**

Stratégie et consolidation legs : trouvez auprès de vos testateurs les ingrédients miracles d'une recette parfaite

Alors que le legs connaît un vrai retour de hype depuis plusieurs années, la recette pour bien le pratiquer ne s'est pas encore imposée. Pourtant, vous disposez déjà du meilleur ingrédient pour concevoir des stratégies impactantes et efficaces : vos testateurs. Mais comment faire ?

Au-travers 3 cas client et un atelier en co-création, découvrez comment les contacter, mieux les connaître, répondre à leurs attentes... et en tirer des enseignements pour optimiser à la fois votre stratégie de prospection et votre cycle de consolidation.

Partons à la découverte des richesses de votre base, et repartez avec plein d'idées.

Mathilde Delhaume (Adfinitas), **Delphine Bisgambiglia** (AFM-Téléthon), **Céleste Gonnou** (CCFD-Terre Solidaire) et **Catherine Béchereau** (Médecins Sans Frontières)

6 | **INTERNATIONAL**

La collecte à l'international : lancez-vous !

L'international fait aujourd'hui de plus en plus partie de la stratégie de certaines structures qui souhaitent affirmer leur attractivité à l'échelle mondiale. Le potentiel de collecte apparaît comme immense. Cependant prendre le temps de se poser les bonnes questions est primordiale. Cette master classe vous donnera des clés afin de mener votre réflexion stratégique et vous donner envie de vous lancer. Venez découvrir les expériences inspirantes de deux structures !

Marie Caillat (Fondation de l'École polytechnique) et **Frédéric Théret** (Fondation de France)



L'immersion dans un sujet spécifique pendant 3h en combinant théorie, études de cas et applications pratiques, le tout dans un format participatif est l'objectif d'un open lab.

Limité à 25 personnes maximum (pas de réservation en amont, nous vous invitons donc à vous présenter assez tôt car les places sont limitées).

Sessions exclusivement réservées aux fundraisers membres d'une organisation d'intérêt général.

28 et 29 juin
[Sur inscription préalable](#)

Mercredi 28 juin de 9h à 12h30
OPEN LAB INNOVATION
Pierre-Marie Boutet (Salesforce)

Mercredi 28 juin de 14h30 à 17h30
OPEN LAB EN INTELLIGENCE COLLECTIVE
Coopérer, ça s'apprend !

Venez coopérer autour du thème : « comment engager ses donateurs, les nouvelles pratiques d'engagements ? »

Venez vivre un atelier en intelligence collective qui va vous permettre d'expérimenter les différentes étapes nécessaires à une coopération fructueuse avec une méthode avérée d'intelligence collective. Pour devenir acteur du changement au sein de votre organisation.

Emmanuelle Lamaison (consultante)

Jeudi 29 juin de 9h à 12h30
OPEN LAB PROSPECTIVE STRATEGIQUE

Atelier prospectif – Notre avenir fundraising

« La meilleure façon de prédire l'avenir c'est de le créer » - Peter Drucker

A quoi ressemblera le fundraising dans 10 ans? Comment pouvons-nous l'anticiper pour évoluer ? Comment pouvons-nous y préparer nos équipes, notre gouvernance, nos donateurs ?... A travers cet atelier interactif et collaboratif Philippe Doazan vous invite à découvrir les perspectives du fundraising et des fundraisers à l'horizon 2033 et à partager vos expériences, vos idées et vos attentes pour préparer votre mutation et celle de votre organisation.

Philippe Doazan (DUNIYA)



Pour un réel partage de savoir-faire, les intervenants vous présenteront des retours d'expériences et des cas pratiques.

Les ateliers sont structurés en 6 thématiques, de débutant à expert, des niveaux seront attribués aux ateliers afin que les participants assistent à une session qui leur corresponde.

STRATEGIE 360°

NOUVEAUX MODELES

Les modèles économiques au service de l'innovation sociale

Claire Dognin (Time for the Planet) et **Virginie Maupeou** (Ticket for Change)

INNOVATION

Comprendre les modèles économiques de la finance pour en faire des leviers de fundraising

Le secteur de la finance traverse les crises en démontrant sa résistance et une performance économique forte. Avec des modèles économiques et des mécanismes de rémunération souvent complexes, ce secteur représente, par sa croissance et sa transformation, un levier essentiel de l'avenir du fundraising.

Comment se structure et fonctionne ce secteur ? Quelles sont les évolutions réglementaires le contraignant à plus de responsabilité ? Comment s'inscrire dans ces modèles économiques préexistants pour développer votre fundraising ?

Venez découvrir et vous inspirer des mécanismes de la finance pour les mettre au service de votre développement !

Jonathan Hude-Dufossé (EPIC)

STRATEGIE EN 360 URGENCE

Quelles sont les bonnes pratiques d'une stratégie de collecte d'urgence multi-canal ?

Face à la multiplication des crises, comment mettre en place une stratégie de collecte d'urgence multi-canal ? Comment maximiser les dons mais également fidéliser les donateurs individuels et entreprises. Fidélisation qui commence dès l'accueil du donateur, la gestion des appels massifs devient alors un enjeu stratégique. A travers l'étude de cas de la Croix-Rouge, découvrez les bonnes pratiques d'une collecte d'urgence

Gwendoline Khoudi et **Aurore Nadaud** (Croix Rouge)

INFLUENCE

Tout ce que vous avez toujours voulu savoir sur l'influence et les influenceurs (sans jamais oser le demander)

L'influence n'est pas un gros mot et elle n'est pas répréhensible puisqu'elle s'exerce au quotidien à l'échelle interpersonnelle, dans les organisations, et dans le domaine des politiques publiques.

Pour les associations, elle permet tout à la fois de réussir une campagne de plaidoyer, d'augmenter sa notoriété, de recruter de nouveaux bénévoles ou d'acquérir des donateurs.

Venez découvrir quelques clés pour savoir utiliser au mieux réseaux sociaux, relations presse, actions de rue, et apprendre à travailler avec des influenceurs et influenceuses du web. Et repartez avec l'envie d'exercer de l'influence sans avoir honte de le faire !

Vincent David et **Marion Chantry** (Agence Relations d'Utilité Publique)

FINANCEMENTS INSTITUTIONNELS

Stratégie de levée de fonds : comment articuler au mieux fonds privés et fonds publics ?

La recherche de subventions publiques et de fonds privés est souvent gérée par des services différents, il est cependant important de savoir les articuler dans le cadre de financements de projets communs. Comment les associations alignent-elles fonds publics et fonds privés pour diversifier leurs ressources ? Comment les combiner sur un même projet ? A partir de cas concrets, issus de l'expérience des Petits Frères des Pauvres, nous aborderons les spécificités et les contraintes des subventions publiques, avec leurs règles et leurs usages, et le déploiement d'une stratégie qui allie subventions publiques et fonds privés. Venez échanger avec les intervenantes pour mieux comprendre les financements institutionnels et poser les premières briques d'une stratégie de financement mixte.

Lorraine De Bouchony (Welcomeurope) et **Dorothee Balbo** (Petit frères des pauvres)

TERRITOIRE/ BENEVOLES

Comment faire de la régionalisation et de l'ancrage territorial un levier de collecte de fonds privés et publics ?

Quelles sont les étapes de la régionalisation d'une association ? Comment articuler la mise en place de programmes régionaux et la recherche de financements locaux ? Comment organiser la levée de fonds à l'échelle d'une organisation territorialisée ? Comment animer un réseau de collectivités comme un partenaire classique ?

Les intervenants retraceront les étapes de la régionalisation de l'association Article 1 en montrant comment celle-ci leur a permis de développer au fur et à mesure la levée de fonds. Ils présenteront notamment la façon dont ils se sont appuyés sur les partenariats nationaux pour développer le local et sur les partenariats locaux pour fidéliser le national. Un atelier riche en enseignements pour tous ceux qui souhaitent se développer dans les régions pour doper leur collecte globale !

Benjamin Varron et **Christelle Ginapé** (Article 1)

ETUDE DE CAS – *Session en anglais*

Case study international : Mobilizing & Retaining Mass & High Value Support

This presentation will cover the 5 key aspects of attracting and retaining supporters from a mass charity brand in the UK. Covering both mass and high value audiences how a consistent and thoughtful approach can drive success and create efficiency as well as build longer term higher value relationships with donors. The presentation will include product case studies as well as different channels to build connections with different audiences."

Claire Rowney (Macmillan Cancer)

PREVENTION DES RISQUES

Parce que cela n'arrive pas qu'aux autres : Prévention (cartographie des risques) et gestion de crise

Comment raisonner quand on est confronté à une crise ? Comment s'y préparer pour ne pas perdre de temps, être pris au dépourvu et commettre des erreurs ? Comment communiquer en interne et en externe ?

Les intervenants évoqueront les différents types de crises avec les fondamentaux de la gestion des risques et d'élaboration d'une cartographie adaptée à chaque structure. Ils aborderont également la façon dont ils ont géré les impacts sur les donateurs et en particulier sur les mécènes entreprises. Du constat au plan d'urgence, l'Unicef témoignera de son expérience de la gestion de crises par des exemples concrets en retraçant les bonnes pratiques déployées pour en sortir. Un atelier inspirant pour apprendre à anticiper et gérer une crise avec des outils efficaces et des messages pertinents !

Laurent Terrisse (Agence Limite) et **Cathy Bony** (Unicef)

ARGUMENTAIRE

Bâtir un discours inspirant et convaincant : Connaissez-vous votre « Donor Value Proposition Circle » ?

Votre cause est plus qu'importante et mérite pleinement sa place. Elle doit se distinguer parmi une multitude d'autres causes, susciter l'attention, toucher vos donateurs actuels et potentiels, provoquer l'engagement et assurer leur rétention. Le défi est grand. Le défi est toutefois possible ! Le concept DVPC - Donor Value Proposition Circles, inspiré d'un modèle développé pour le secteur des affaires, a été éprouvé par de grandes entreprises comme Apple mais aussi de grands leaders tel que Martin Luther King. Les organismes comme le vôtre présentent, racontent et informent. Aujourd'hui, nous vous proposons d'inverser votre méthode et de commencer à l'endroit où vous êtes le plus impactant, votre WHY !

Nathalie Ashby et **Isabelle Fontaine** (Cible)

ETUDE

Comment les organisations utilisent-elles les tendances dans le fundraising ? Etude sur les Tendances des donateurs et revenus mondiaux de l'International Fundraising Leadership Forum Sotta Long (UNICEF Suisse)

RSE

Quel fundraising à l'heure de la transition écologique ?

Le changement climatique va modifier en profondeur nos comportements et nos modes de consommation. Comment le secteur du fundraising peut (doit ?) s'emparer de cet enjeu pour accompagner la transition, transformer les manières de collecter, voire même, en faire un levier de croissance ?

Venez prendre part à la réflexion sur ce sujet aux côtés de l'agence Alteriade, qui vous présentera des exemples concrets de mise en œuvre pour avancer vers un fundraising raisonné et d'Oxfam, qui partagera ses bonnes pratiques en matière d'engagement et d'appels à la générosité.

Virginie Gagnaire, **Marine Laugier** (Alteriade) et **Jérémy Maurin** (OXFAM France)



MARKETING RELATIONNEL

PROSPECTION

Optimisation de la consolidation et de la prospection des donateurs dans une logique multicanale : Quelles inspirations issues du secteur marchand mettre en œuvre pour développer vos leads enrichis ? Quelle complémentarité entre le papier et le digital ?

Vos donateurs sont aussi des consommateurs et utilisent tous les canaux offline et online ! Aller voir les stratégies multicanales mises en œuvre par le secteur marchand pour une meilleure fidélisation de leurs clients et une optimisation de leurs campagnes de prospection peut donc vous donner des idées. Nous sommes tous à la recherche de leads vraiment qualifiés pour une meilleure rentabilité sur du long terme.

Lors de cet atelier, nous vous partagerons des stratégies multicanales mises en œuvre pour des clients. L'idée étant de vous permettre de repartir avec quelques nouvelles pistes concrètes à adapter à votre structure.

Virginie Goncalves (Adress Company) et **Anne-Sophie Jacob Chambert** (MV group)

RELATION DONATEURS

Les enjeux de la relation donateur et de la satisfaction client dans une relation à l'heure du cross-canal ?

Et si l'espace donateur pouvait être un levier d'optimisation de la relation client, simplifier la vie du donateur et constituer un levier de collecte et de fidélisation. A l'appui de cas clients, Carine Vincent et Margaux Dies illustreront l'espace de gestion ou de communication et d'animation de la relation donateur. Démystifier la charge de travail, pour entrevoir l'opérationnalisation de ce dispositif et de l'intégration dans votre stratégie de fidélisation et dans le quotidien de l'équipe.

Margaux Dies et **Carine Vincent** (EDIIS AID)

DATA

Les enjeux de l'analyse de données dans un monde en mutation

Dans un contexte d'enjeux d'acquisition et de fidélisation, quels sont les outils pour suivre et comprendre le comportement des donateurs et quelles sont leurs limites ? Les bases de données ont été créées pour apporter une information plus précise aux utilisateurs. Au-delà du volume de la base, ce sont surtout la réflexion, l'analyse des variables et la comparaison dans le temps qui apporteront des résultats utiles à la projection.

En se projetant sur des référentiels représentatifs de la population Française et de leurs lieux d'habitation, les associations pourront comprendre leur propre code ADN générationnel et territorial et anticiper les réactions de leurs donateurs en fonction des actions menées.

Renaud de Beaucorps (Okto) et **André Bonaly** (mathématicien, statisticien, pionnier dans l'analyse de données et conférencier en neurosciences)

PARCOURS DONATEURS

Améliorez la life time value de vos contacts en scindant les audiences et les parcours

Charlotte Cordel (Orixa) et **Mélissa Lesueurs-Spinelli** (CCFD-Terre Solidaire)

CONNAISSANCE DONATEURS

Génération X et générosité, c'est maintenant !

Intercalée entre la Génération des Boomers et celles des Y et des Z, la Génération X est probablement celle dont le marketing se préoccupe le moins. Et c'est d'autant plus vrai dans la collecte de fonds ! Pourtant, c'est la génération qui représente près de 30% de la population, dont le niveau de vie moyen est le plus élevé, à laquelle appartient le plus grand nombre de dirigeants d'entreprises, et qui est particulièrement sensible aux initiatives citoyennes ou caritatives... Alors, il est peut-être temps de prendre cette génération un peu plus au sérieux pour préparer l'avenir de la collecte. Au travers d'études qualitatives réalisées par le CerPhi et de cas pratiques, Isabelle et Roland vous apporteront des clés d'analyse et de compréhension pour mieux capter et fidéliser aujourd'hui cette cible stratégique pour le développement de la collecte de demain.

Isabelle Khuong (Centre d'Étude et de Recherche sur la Philanthropie – Cerphi) et **Roland Raymond** (Com&Sens – Fundraising Conseil)

ETUDE

Générosité : comprendre les déterminants du don et les leviers pour l'encourager

Comment s'opère la dynamique du don au sein du foyer ? L'usage du courrier est-il révolu et quels sont les réels impacts du digital sur la générosité ? Plus globalement, comment les donateurs perçoivent-ils les sollicitations reçues et comment s'activent les différents leviers dans le cycle relationnel ?

Autant de questions auxquelles l'étude, pilotée par ISOSKELE, apporte des enseignements riches et concrets. En restituant la parole des donateurs, cette session permettra de nourrir vos stratégies de collecte et de mieux articuler les dispositifs Print et digitaux.

Benoit Alain et **Gaëlle Kergus** (ISOSKELE)

TELEPHONE

Comment conquérir des donateurs en prélèvement automatique en grand nombre via le téléphone ?

Alice Darmon et **Jean-Robert Iachella** (Fidelis) et autre intervenant à venir.

BOUTIQUE EN LIGNE

Engager, recruter et fidéliser de nouveaux profils de donateurs : idées, solutions et retours d'expériences

Les associations ont perdu 10% de nouveaux donateurs sur les 10 dernières années. Découvrez le retour d'expériences de l'association Surfrider Foundation qui se développe avec une croissance à 2 chiffres depuis les dernières années.

Nouvelles cibles dit nouvelles approches et techniques (UX/UI, contenu et ton, programme de reconnaissances avec contreparties réelles et/ou virtuelles, boutique en ligne, événementiel, collectif grand donateurs) pour engager, recruter et fidéliser des nouveaux profils (petits donateurs, donateurs réguliers, grands donateurs, entreprises et collaborateurs de ses mêmes entreprises).

Antoine Martel (Rgoods) et **Rémi Touja** (Surfrider Foundation Europe)

PODCAST

Donner pour recevoir : les nouvelles stratégies de conquête sur le digital

Recruter des sympathisants plus jeunes est au cœur de toutes les stratégies de collecte. Découvrez comment le calendrier de l'Avent historique de la fondation Apprentis d'Auteuil est devenu une expérience digitale pédagogique et innovante au service de la collecte !

Béatrice Brouet (Progressif Média) et **Nicolas Kyriakou** (Apprentis d'Auteuil)

INNOVATION

L'Intelligence artificielle remplacera-t-elle le fundraising ?

Peut-on bâtir une stratégie de collecte et des campagnes d'appels à don uniquement grâce à l'IA ? Production de contenus et d'images, développement d'un site internet, créations pour les réseaux sociaux, suivi des données... Venez découvrir le périple dans l'IA de Bertie Bosredon, consultant indépendant, et Léa Schwarcz, responsable webmarketing de Greenpeace France.

Bertie Bosredon (consultant indépendant) et **Léa Schwarcz** (Greenpeace)

ETUDE

Etude sur les modes de paiement du don en ligne

La DSP2 (Directive sur les services de paiement) et les nouvelles technologies ont bousculé les usages du don en ligne. Par ailleurs, certains nouveaux modes de paiement adressent de nouvelles cibles aux comportements très différents. Pour vous permettre d'explorer plus finement le sujet et identifier d'éventuelles opportunités, les intervenants présenteront en avant-première les principaux résultats de cette nouvelle étude France Générosité sur les habitudes des Français (et leurs évolutions) sur les modes de paiements du don en ligne, menée à partir des données anonymisées des principaux acteurs de formulaires de don en France : AssoConnect, Edii Aid, GiveXpert, HelloAsso et iRaiser.

Corentin Hue (France Générosité)

OUTILS ET INDICATEURS

Assurez un suivi clair et RGPD de vos actions digitales, tout en améliorant votre taux de conversion on-site (CRO - Conversion Rate Optimization)

Pour améliorer la performance de son site web et de ses campagnes digitales, les deux leviers sont le suivi des visiteurs (tracking) et l'optimisation du taux de conversion (CRO).

Cependant les exigences juridiques autour des outils de tracking, des cookies, des adresses IP et du consentement représentent un véritable challenge digital. Comment comprendre les comportements des visiteurs, identifier leurs difficultés, et améliorer leurs expériences avec ses propres outils, tout en étant en conformité avec le RGPD ?

Comment créer des scénarios utilisateurs qui augmenteront la conversion au don de ses visiteurs ? Comment effectuer des changements sur son site ou ses formulaires pour de meilleurs résultats ?

Rejoignez cet atelier pratique pour adopter la méthodologie CRO, apprendre à réaliser une nomenclature de tracking, utiliser un outil de heatmap, définir des échantillons et KPI, préparer un test, suivre, analyser ses résultats et déployer la version gagnante.

Julien Bricheux et **Anthony Smaghe** (Adfinitas) et autres intervenants à venir.

PROSPECTIF

Le Futur de la collecte de fonds dans l'ère du Web3 : Découvrez comment la Blockchain, les dApps et les contrats intelligents transforment les associations"

Durant un atelier participatif, plongez au cœur de l'univers du Web3 et découvrez comment les technologies de la blockchain, les applications décentralisées (dApps), les contrats intelligents et l'économie des jetons peuvent révolutionner la manière dont les associations et les organisations à

but non lucratif collectent des fonds, gèrent les projets et renforcent l'engagement avec leurs soutiens. Imaginons ensemble les champs des possibles.

Simon Romain (Iraiser)

INTERNATIONAL *Session en anglais*

Beyond digital fundraising. How a mobilisation model can harness people power and help you win ?

People have power and it's our responsibility to help them use it to change the world. Organisations from all over the world have used digital techniques as the catalyst to build or harness the energy of existing movements in order to bring about the change they want to see.

Greenpeace, grassroots campaigning groups and countless political campaigns from all over the world have applied movement building techniques to their successes and we can learn a lot from them.

Paul will explain the theory behind digital mobilisation and try to convince you that your organisation should explore the model to remain relevant in this ever changing world. He will give examples of how organisations have activated this thinking to drive successful public engagement, campaigning and fundraising activities. This session will leave you with the inspiration, knowledge and examples to enable you to explore digital mobilisation at your organisation.

Paul Di Gregorio (fondateur de l'organisme "Rally")

intervention à distance

SOCIAL LISTENING

Social listening, Network thinking, IA marketing : quels nouveaux outils d'acquisition pour détecter, écouter, cibler vos futurs donateurs ?

Analyser les nœuds d'interactions de vos publics cibles, comprendre leurs sentiments, attentes et enjeux, en faire vos meilleurs prospects.

Paul Bocquiny et **Alban Mathevet** (Maxyma)

CHEMIN PARCOURU

Collecte digitale en peer to peer : le chemin parcouru de l'AFM Téléthon

Du Défithon en 2013 à Ma collecte en 2023, Claire Schiller-Heuze et Elodie Jauneau reviendront sur l'évolution de la stratégie de collecte digitale en peer-to-peer de l'AFM Téléthon avec ses temps forts, ses succès et ses points d'améliorations et présenteront comment elles ont fait évoluer leurs outils pour la mettre en œuvre.

Claire Schiller-Heuze et **Elodie Jauneau** (AFM-Téléthon)

ETUDE DE CAS

Comment pérenniser sa collecte digitale en partant de zéro avant la pandémie ? L'exemple des Banques Alimentaires.

Alexandre Ayad (GiveXpert) et **Jeanne Merck** (Banques Alimentaires)

LEAD NURTURING

Lead nurturing : Quel contenu pour maintenir l'intérêt de sa cible ?

Mathieu Chang (Association de Prévention Routière)



PHILANTHROPIE, GRANDS DONATEURS

STEWARDSHIP

Lucie-Anne Henry (Fondation ESSEC) et **Sophie Lemaire** (Assistance Publique - Hôpitaux de Paris)

CAMPAGNE – Niveau intermédiaire

Stratégie grands dos : Et si vous vous lanciez en campagne !

Caroline Giboulet (Institut Pasteur) et **Benjamin de Poncheville** (W/WF)

INTERNATIONAL

Target your next generation of major donors

As we look to a new generation of major donors, it is now more important than ever for charities to align their understanding of what drives and engages donors and prospects.

Explore how you can set out to create a robust and forward-thinking engagement strategy for future major donors and understand why there will be a shift in our major donors' portfolio and their profile.

Lynda Harwood-Compton (The Brain Tumor Charity) *intervention à distance*

GOVERNANCE ET CULTURE INTERNE

Stratégie grands donateurs et culture interne : péripéties, succès et limites

Développer les grands dons nécessite de créer les conditions favorables en interne. Quels sont les défis à relever ? Comment faire évoluer cette culture et identifier les leviers pour l'amener à se transformer ? Quid de sa gouvernance ? de ses parties prenantes en interne ? Les intervenants retraceront le chemin parcouru par le Secours Catholique pour approcher et convaincre les grands donateurs avec des avancées pragmatiques, des succès et des reculs. Ils témoigneront notamment de la façon dont ils ont dû faire face aux changements de gouvernance.

Emmanuel Perrin et **Aurélié Rose** (Secours Catholique)

ARGUMENTAIRE

L'argumentaire : au cœur de l'engagement de vos Grands Donateurs

Un don majeur est le résultat d'un engagement. Les premiers rendez-vous sont clés pour embarquer vos Grands Donateurs potentiels dans un cycle relationnel dans lequel l'émotion ne suffira pas. Comment passer d'une simple présentation de votre structure à un argumentaire construit pour engager dans la durée ? Comment répondre aux logiques d'investissement des Grands Donateurs ? Entre méthodologie et retour d'expérience, cet atelier visera à vous donner des clés pour élaborer ou renforcer votre argumentaire, ainsi que pour le déployer efficacement dans vos rendez-vous en face à face.

Martine Godefroid (Factory Europe) et **Laure Kepes** (Café Joyeux)

IFI - Niveau intermédiaire

Trouvez les Grands Donateurs qui manquent à votre structure

Imaginez faire parler vos données pour donner de la plus-value à vos campagnes Grands Donateurs. Pas besoin d'imagination, c'est tout à fait possible !

L'exploitation de vos bases de données n'est pas toujours un réflexe systématique. Ce processus est même capital tant pour connaître et fidéliser vos donateurs que pour en cibler et conquérir de nouveaux.

Comment procéder, avec quelle stratégie, en s'appuyant sur quels outils, c'est ce que nous découvrirons ensemble dans un atelier pratique au cours duquel l'association Action Education partagera son retour d'expérience.

Eric Huignard et **Sabah Mensague** (HSK Partners) et **Maud Thibault** (Action Education).



LEGS

GRANDS DONATEURS ET TESTATEURS

Comment construire et gérer les complémentarités entre ces deux fonctions ?

Croisine Martin Roland (Société Générale Private Banking) et **Isabelle Sepulchre** (Fondation de France)

METIER RELATIONS TESTATEURS

Relations testateurs : pas à pas, se doter des bons outils en déontologie et en éthique

Vincent Lazzarin (Ordre de Malte) et **Sophie Rouppert** (Amnesty International)

DIGITAL

De quelle manière le digital remet-il en question les stéréotypes associés au legs ?

Si le digital nous permet de conquérir de nouvelles cibles, il transforme la relation testateur et nous incite à repenser nos pratiques online et offline pour collecter des leads libéralités et les convertir. Comment rencontrer, attirer et informer les internautes ? Comment recruter des demandeurs d'informations libéralités (DIL) qualifiés sur les réseaux sociaux, en particulier sur Facebook, et déclencher une relation digitale ? Quelle stratégie de fidélisation déployer ? Comment définir son budget ? Quels outils devons-nous concevoir : landing pages, contenus audiovisuels, call-to-actions, ... ?

Venez découvrir les bonnes pratiques et les retours d'expérience de la SPA, l'un des plus gros acteurs des libéralités.

Antoine Gache (SPA) et **Corinne Josephides** (ForceForGood)

FIDELISATION

Dans la relation avec les testateurs : comment choisir le bon niveau d'investissement relationnel ?

Laure Bigarré (APF France Handicap) et **Pierre-Henri Ollier** (Hôpital américain)

ETUDE DE CAS

Identifier des légataires potentiels parmi ses donateurs en utilisant le média téléphone

A l'heure où les ressources provenant des legs et des assurances-vie sont en progression constante, les donateurs représentent un vivier de légataires potentiels. Qualification de fichier, détection d'intérêt pour les libéralités, prise de rendez-vous... A travers la présentation d'un cas pratique, venez découvrir comment l'utilisation du média téléphone permet d'identifier des demandeurs d'informations sur les legs et des testateurs potentiels au sein de sa base de données, et de développer une stratégie de promotion des legs, même avec un budget limité !

Fanny Guidoni (Qualicontact), **Virginie Maujean** (Sidaction) et **Amandine Ponsard** (Qualicontact)



PARTENARIATS ENTREPRISES

ETHIQUE, PHILANTHROPIE ET ENTREPRISES

Ethique Philanthropie/Partenariats Entreprises et bonnes pratiques

Comment garder son indépendance vis-à-vis de nos financeurs privés ? Comment assurer l'adéquation des valeurs entre une entreprise mécène / un grand donateur et votre association ? A partir des exemples de Sciences Po et de la LPO, nous vous proposons d'échanger sur cette thématique qui revêt de plus en plus d'importance aux yeux de nos sympathisants. L'objectif est que vous puissiez repartir avec quelques actions à mettre en place (ou à éviter 😊) au sein de vos structures.

Charlotte Aumâtre (Sciences Po) et **Claire Parrot Morétain** (Ligue pour la Protection des Oiseaux)

CO-CONSTRUCTION/ETUDE DE CAS - NIVEAU INTERMEDIAIRE

Faire monter en puissance ses mécènes et partenaires pour aller plus loin

Parce qu'il est plus facile de perdre un mécène que de le garder, cet atelier animé par un binôme de 2 consultant expertes, vous livrera des astuces et bonnes pratiques, ainsi que le partage d'expérience et d'exemples concrets afin d'optimiser et réussir sa stratégie de fidélisation.

Delphine Hoffmann (DH Impact Mécénat) et **Marie-Caroline Blayn** (Mécélink)

MECENAT DE COMPETENCES

Mécénat de compétences : à prendre ou à laisser ?

Comment s'emparer au mieux de ce dispositif ? Quelles opportunités ? Quels risques ? Quelles associations y ont accès et pourquoi ? Comment bien qualifier vos besoins et trouver des missions qui soient impactantes ? Cet atelier vous permettra de comprendre les grandes tendances du mécénat de compétences à partir des résultats de l'étude de l'INJEP "Expériences de mécénat de compétences en association : une forme particulière d'engagement ?" puis de vous outiller sur le sujet grâce à un temps d'échanges et de recommandations terrain.

Charlotte Bonillo (Pro Bono Lab), **Constance Cheynel** (INJEP) et **Mathilde Renault Tinacci** (Docteure en sociologie et chercheure associée au CERLIS)

JURIDIQUE

Les contreparties

La ligne rouge des contreparties accordées aux entreprises mécènes et le risque de requalification fiscale d'une opération de mécénat : cas concrets des grilles de contreparties et opérations de produit-partage

La réglementation des opérations de mécénat, et corrélativement des partenariats, fait l'objet d'une évolution permanente nécessitant une vigilance accrue des parties prenantes à ces opérations.

Cet atelier a pour objectif de vous éclairer sur les dernières évolutions des règles applicables pour sécuriser fiscalement les opérations de mécénat et l'émission du reçu fiscal et vous conseiller sur les aspects pratiques de la sécurisation et de la négociation, autour d'un exemple de mise en place d'une grille de contreparties par catégorie de mécènes.

Les opérations de produit-partage, qui relèvent alternativement des régimes fiscaux du mécénat ou du parrainage, vous seront présentées sous l'angle des recommandations de sécurisation imposées par la réglementation, mises à l'épreuve de la négociation effective du fundraiser en lien avec les entreprises.

Quand la théorie (synthétisée par Sandrine Goater, avocat) rejoint la pratique grâce à l'intervention de Christelle Carfantan (Responsable Fundraising au Fonds de dotation Océanopolis Acts)».

Christelle Carfantan (Oceanopolis Acts Brest) et **Sandrine Goater** (Cabinet Marion)

MECENES

Regard de mécènes sur l'évolution du positionnement des entreprises

Sarah Charieyras (Fondation Sisley), **Marie-Astrid Raoult** (Directrice de la Fondation Carrefour et du Pôle Solidarité Groupe & France) et **Christophe Salmon** (Fondation du Crédit Mutuel).

Modératrice : **Vanessa de Lauzainghein** (Apprentis d'Auteuil)



ENVIRONNEMENT DE LA COLLECTE

RESSOURCES HUMAINES

Comment garder la motivation des équipes ?

Dans le contexte socio-économique actuel, avec un marché de l'emploi tendu, quelles dispositions mettre en place pour garder la motivation de vos équipes ? Quels sont les facteurs de démotivation ? Comment fidéliser ses équipes autour des valeurs de l'organisation ? Quelles promesses pouvez-vous encore tenir dans les incertitudes ? Dans cet atelier interactif, venez partager vos bonnes pratiques, vos doutes et vos attentes. Une occasion de réfléchir entre pairs pour identifier les leviers de la motivation individuelle et collective et, réfléchir aux moyens et ressources à mobiliser pour prendre soin de la motivation des « je » et du « nous ».

Anita Olland (consultante)

PETITES EQUIPES

Petites équipes : comment gagner en efficacité et optimiser ?

Chrystel Perrin (Asphodel)

RECRUTEMENT

Recruter et manager dans le monde d'après



Au cœur de nos métiers et de nos carrières professionnelles, savoir cultiver son réseau est essentiel. C'est pourquoi l'AFF vous propose des opportunités de networking tout au long de ce séminaire pour échanger et partager avec vos pairs.



Les pauses-café

Profitez des pauses-café spécialement prévues pour vous retrouver entre professionnels du secteur et échanger !



L'Apéro Quizz

Mardi 27 juin – 18h15 – 19h30

L'apéro Quizz en musique ! Un moment convivial plein d'humour et de bonne humeur autour d'un quizz musical. Des équipes s'affronteront sans retenue sur le terrain de la culture musicale et caritative. Venez tester vos connaissances ! Promis, cette soirée d'ouverture sera festive et amusante! Une surprise attend les gagnants.



Cocktail networking

Mercredi 28 juin – 17h30 – 19h00

Au programme : rencontres, échanges et quelques surprises !



La soirée de clôture

Jeudi 29 juin- 18h15-23h

La désormais traditionnelle soirée du séminaire se déroulera sous forme de buffet dinatoire et sera l'occasion de rencontrer vos homologues et d'échanger avec eux tout au long de la soirée. La convivialité sera plus que jamais de mise !





Les Apatams

Mercredi 28 juin

Entre professionnels du même secteur ou de la même profession, les apatams vous permettent d'échanger sur un enjeu commun. Ces sessions, animées de manière conviviale par des professionnels proche de votre métier, vous permettront d'échanger autour de vos expériences, afin de prendre du recul et d'apprendre de tous.

Réservation sur swapcard. Les places sont limitées à 25 personnes.

ENTREPRISE

Comment équilibrer le temps de travail entre prospection et fidélisation ?

Les services en charge des partenariats entreprises sont souvent confrontés à un dilemme concernant la gestion de leurs priorités : si, pour sécuriser les ressources acquises, la relation partenaires doit être particulièrement soignée, la nécessité d'élargir le portefeuille pour diversifier les ressources et atteindre les objectifs fixés rend le travail de prospection tout aussi indispensable. Dès lors, alors que les équipes sont souvent réduites, comment concilier fidélisation et prospection, deux missions chronophages ? Existe-t-il une stratégie unique ? Quelle méthodologie adopter ? Quelles ressources mobiliser ?

Elise Loiseau (Les Restos du Cœur)

CLINIC DIR DEV

Comment impulser des logiques d'innovation dans vos structures ?

Yaële Aferiat (Directrice de l'AFF) et **Brigitte Arouays** (Médecins du Monde-France)

GRANDS DO

Venez partager vos tops et vos flops de la relation grands Do

De l'identification du prospect à la concrétisation d'un grand don et la fidélisation, la relation Grands Donateurs n'est pas un long fleuve tranquille. Venez échanger et partager vos pratiques pour capitaliser sur vos expériences, vous inspirer de celles des autres et transformer vos flops en tops !

Sophie Charro (club house) et **Audrey Duval** (Centrale supelec),

DIGITAL

Titre à venir

Rodin Munganda (Petits frères des pauvres) et **Grégor Labalestra** (Handicap International)



Lunch-Labs.

Une présentation de 20 minutes par un expert, suivi d'un temps d'échange de 40 minutes pendant la pause déjeuner.

Réservation sur swapcard. Les places sont limitées à 25 personnes.

Mercredi 28 juin : 12h45-13h45

Embarquer des bénévoles dans la collecte

Pascal Loviconi (Accointance)

Jeudi 29 juin – 12h45-13h45

Vous avez dit *Call to action* ? Comment (mieux) inviter vos publics à agir

Catherine Sudres (Cause&Co)



Le coaching : pourquoi on vous en propose ? L'équipe de l'AFF veut être au plus près de vos besoins d'évolution de carrière, de votre montée en compétences, de résolution de problèmes, propres à votre organisation. C'est pourquoi nous avons développé cet axe d'accompagnement complet au sein de nos différents évènements.



24 Coachings personnalisés et thématiques

Venez avec vos questions ! Pendant ces rencontres individuelles de 30 minutes dans une salle du FIAP dédiée, bénéficiez des conseils d'un spécialiste expert sur une problématique spécifique.

Inscription sur Swapcard 2 semaines avant. L'intervenant reviendra vers vous pour confirmer la rencontre et prendre connaissance de votre problématique. Merci de respecter votre engagement.

Mardi 27 juin de 13h15 – 14h15 Mercredi 28 juin et Jeudi 29 juin de 12h45- 13h45 ::

24 sessions sur inscription



Coachings via Swapcard

En plus des coachings au FIAP, nos partenaires vous proposent de prendre rendez-vous avec eux pour des coachings dédiés sur une problématique spécifique ! Prenez contact avec eux sur Swapcard pour une rencontre soit digitale directement sur l'application, soit dans un lieu que vous définiriez ensemble.

Une occasion unique de rencontrer nos partenaires et de bénéficier de leurs expertises.

Adress Company	Comment améliorer votre connaissance donateurs grâce à la data ?
	Quelles bases pour lancer vos campagnes de recrutement de nouveaux donateurs ?
	Collecte de leads ciblés et enrichis.
ADM Value	Télémarketing
Cible	Collecte Digitale et Animation de communauté (Donateurs/Bénévoles)
	CRM : Optimisation des processus internes, Gestion et Centralisation des données
Edifixio/Sales force	Thématique à venir

Factory	Grands Donateurs
Force for Good	Développer ses legs, donations et assurances-vie
	Mettre en place et déployer sa stratégie middle donors
	Initier sa collecte de fonds
HSK	l'importance de l'IFI dans les campagnes Grands Do
	Les solutions de score pour exploiter vos datas
MesOpinions.com	Collecte digital ; Automation et Copy Writing
	Data ; Prospection et ciblage
RGOODS	Collecte digitale
	Grands donateurs
Talk fundraising	Thématique à venir



Consultations Carrière – YourVoice

Vous souhaitez faire le point sur votre parcours ? Les consultants de YourVoice vous proposent de venir échanger pendant 15 minutes, en toute confidentialité, pour faire le bilan et étudier vos perspectives.
Inscription sur swapcard



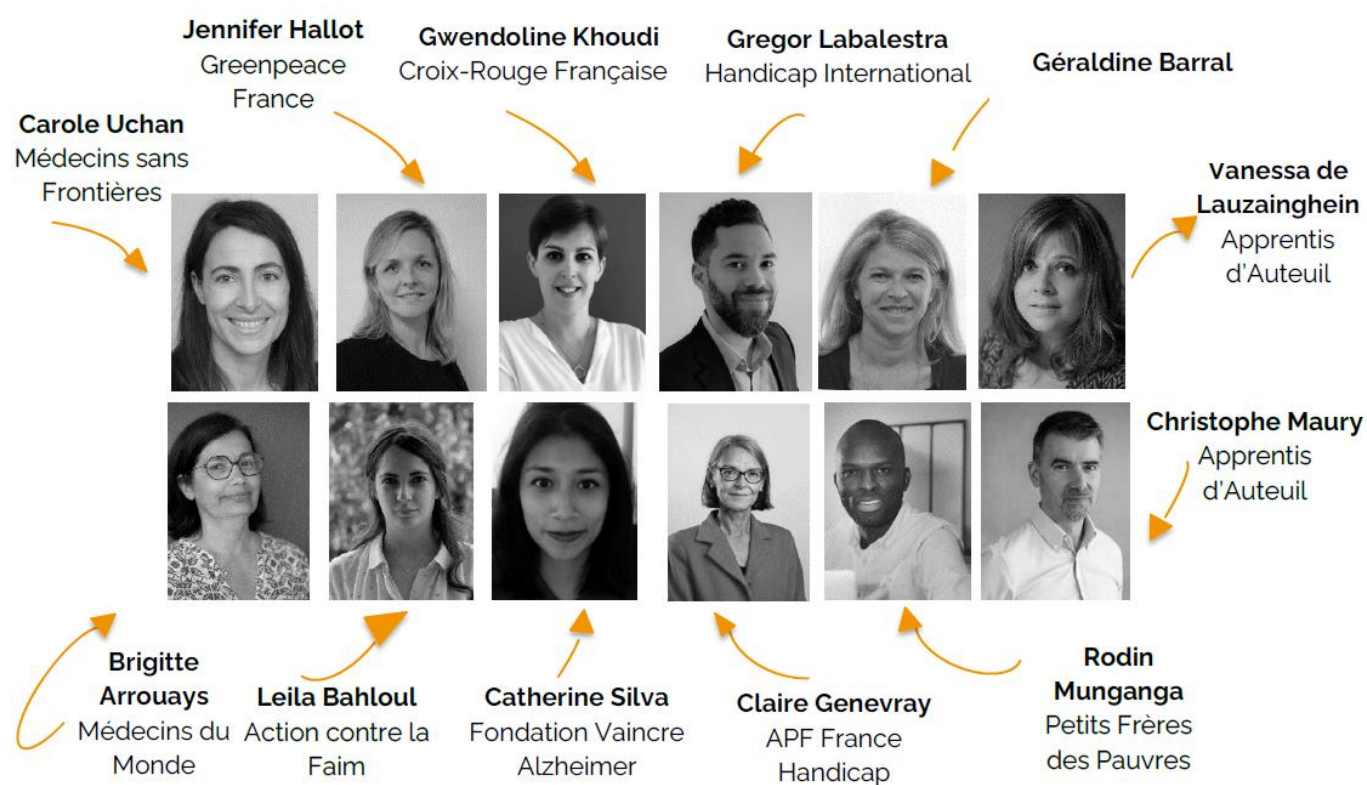


Le comité de pilotage de cette 22^{ème} édition

L'AFF souhaite remercier tout particulièrement les membres du Comité de Pilotage qui ont grandement contribué au programme de cette 22^{ème} édition

Ils s'engagent à nos côtés,

MERCI A EUX



Et merci également pour leur soutien :

Vincent Créhalet – Action contre la Faim

Damien Cousin – CCFD Terre solidaire

Marie-Eve Lhuillier – Greenpeace France

Jonathan Hude-Dufossé – EPIC Foundation



L'**Association Française des Fundraisers** (AFF) est l'association des professionnels de la collecte de fonds exerçant dans tous les secteurs de l'intérêt général.

Elle a pour mission la formation des fundraisers, l'amélioration de la pratique professionnelle, tant d'un point de vue éthique que technique, et la reconnaissance de la profession. L'AFF est aussi un centre de ressources et d'informations pour les fundraisers, un lieu d'échanges et de partage entre les professionnels de la collecte de fonds.

Dans le cadre de ses activités, l'Association Française des Fundraisers propose :

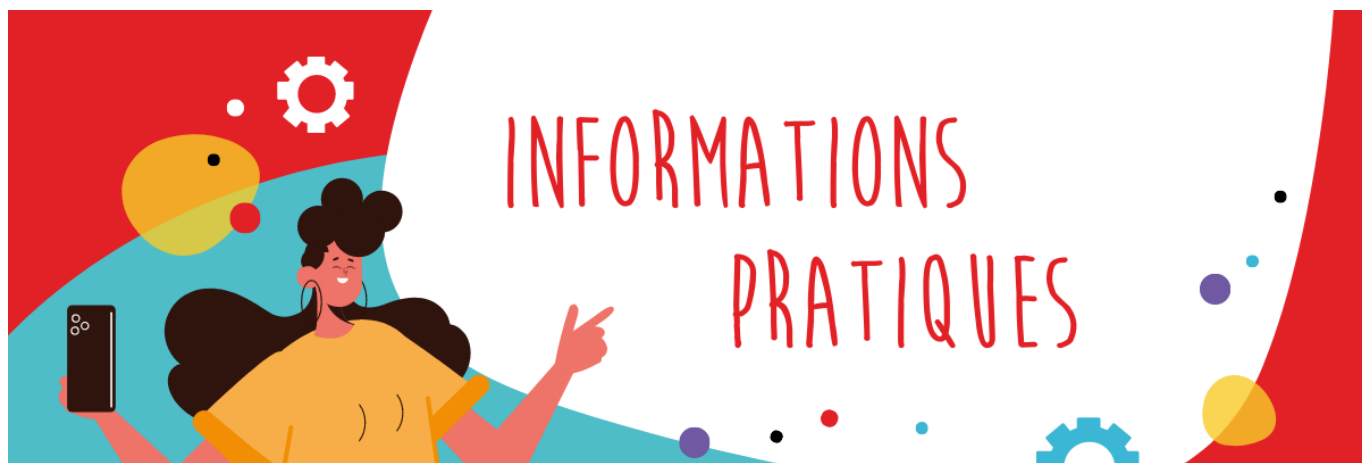
Pour se former

- Quatre grands rendez-vous annuels de plusieurs journées comprenant des dizaines d'ateliers et réunissant les professionnels du fundraising qui trouvent l'occasion unique de se rencontrer, d'échanger et d'apprendre. La conférence dédiée aux professionnels de l'enseignement supérieur et la recherche, la conférence de fundraising pour la santé et l'hospitalier, le séminaire francophone de la collecte de fonds, la conférence dédiée aux grands donateurs et à la philanthropie ;
- Le Certificat Français du Fundraising, première formation certifiante en fundraising de douze journées, délivrée en partenariat avec l'ESSEC et reconnue au niveau européen grâce au label « EFA certification » ;
- Des journées de formation approfondies sur des thèmes ou des secteurs précis : grands donateurs, marketing direct, partenariats entreprises etc...

Retrouvez le catalogue des formations proposées par l'AFF sur www.fundraisers.fr

Pour s'informer

- Le site internet pour retrouver toutes les actualités, les offres de formation et les offres d'emploi disponibles en ligne : www.fundraisers.fr ;
- Des Live mensuels et des cafés des fundraisers, lieux d'échanges et occasions de rencontres dédiées aux professionnels ;
- Le magazine *Fundraizine*, première revue entièrement consacrée à la collecte de fonds et à l'actualité de la philanthropie. Et la newsletter, rendez-vous bimensuel de l'actualité du secteur ;
- La base documentaire, accessible aux adhérents de l'AFF, qui réunit plus de 850 documents et études pour vous accompagner dans vos recherches et vos réflexions sur des thèmes divers : stratégies de fundraising, environnement juridique et fiscal, nouvelles techniques de collecte, études de fonds sur le secteur, etc.



Date

27, 28 et 29 juin 2023

Lieu

FIAP Jean Monnet

30 rue Cabanis
75 014 Paris

Accès

Métro ligne 6 : Glacière et Saint-Jacques
RER B - Denfert-Rochereau
Stations Vélib' à proximité

Tarifs

Formule Sans Masterclass (2,5 jours) :

- Tarif non adhérent : 1045€ TTC
- Tarif adhérent : 780 € TTC

Adhérer avec votre inscription revient à $198 + 740 = 938$ € TTC.

Formule Avec option Masterclass (3 jours) :

- Tarif non adhérent : 1,098€ TTC
- Tarif adhérent : 840 € TTC

Adhérer avec votre inscription revient à $840 + 208 = 1048$ € TTC.

Merci de contacter l'AFF pour toute demande de tarif « Petite association » (association dont le revenu total ne dépasse pas 1 million d'euros) - Dans la limite de 20 places disponibles.

Les tarifs indiqués sont TTC.

Merci aux partenaires du Séminaire

**Partenaire
Principal**



**Partenaire
International**



**Partenaire
Or**



**Partenaire
Argent**



**Partenaire
Networking**



**Partenaire
Data**



**Partenaire
Digital**



**Partenaire
Thé à la Menthe**



**Partenaire
Pause Café**



**Partenaire
Apéro Quiz**



**Partenaire
Recrutement**



**Partenaire
Conseil Carrière**



Partenaires



Bronze



**Partenaires
institutionnels**

