Optimus fundraising communication database

Optimus
pour European Anti-Poverty Network

Initier une stratégie de collecte de fonds

Bruxelles, 19 mars 2010

Frédéric Fournier,Optimus CEO

« On n'est jamais heureux que dans le bonheur qu'on donne. Donner, c'est recevoir ».

Abbé Pierre

Qu’est-ce que la collecte de fonds, ou fundraising ?

Key data

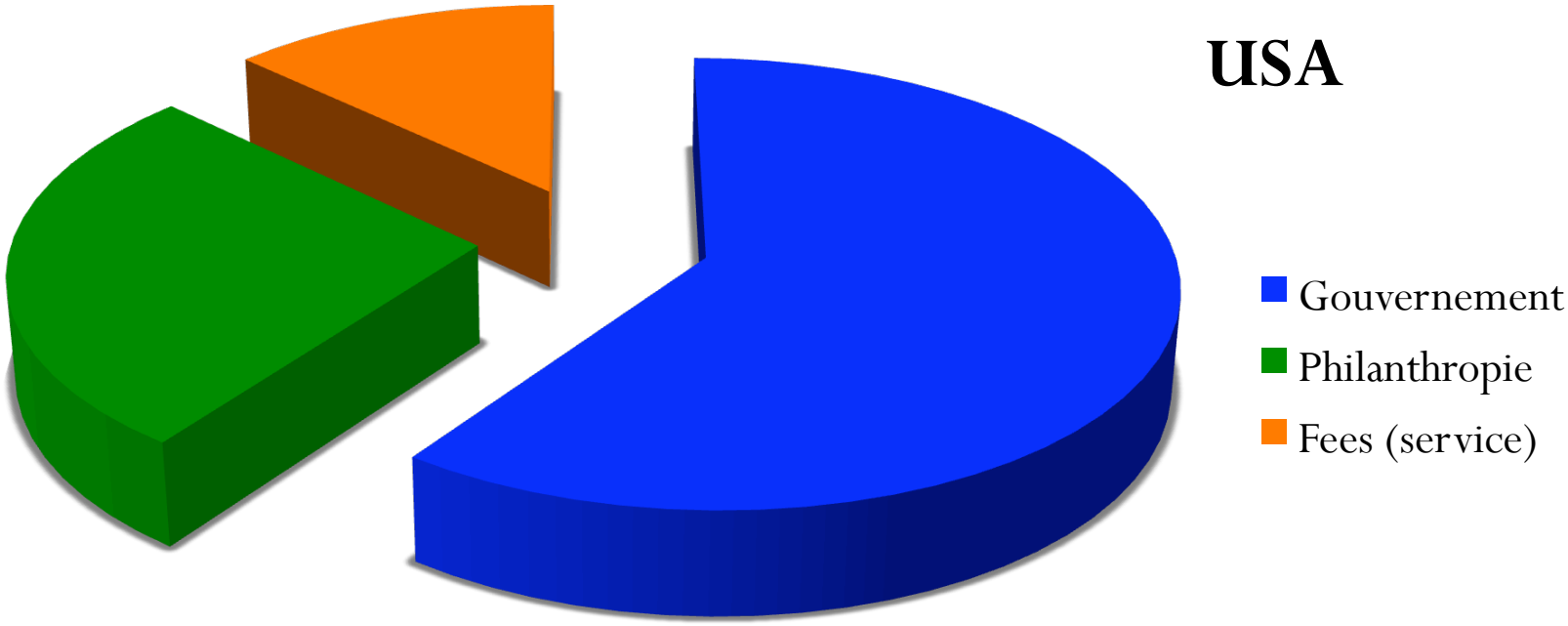
« La collecte de fonds est **une discipline et un métier** qui met en œuvre un ensemble de dispositions explicites et pratiques visant un **développement programmé, planifié et durable des recettes** nettes dégagées par les activités **d'appel à la générosité du public** d'une association en faveur d'une **meilleure réalisation de ses objectifs statutaires**. »

- Ce n'est pas « seulement » une question d'argent !
- C'est une question de construction d'une relation avec des soutiens et d'entretien de cette relation
- En « pensant » d'abord pour celui qui donne, et non pas celui qui va recevoir
- En impliquant le donateurs, et en « cultivant » son intérêt pour la cause

2 règles d'or

- Les gens donnent à des gens !
- Qui ne demande rien…n'a rien !

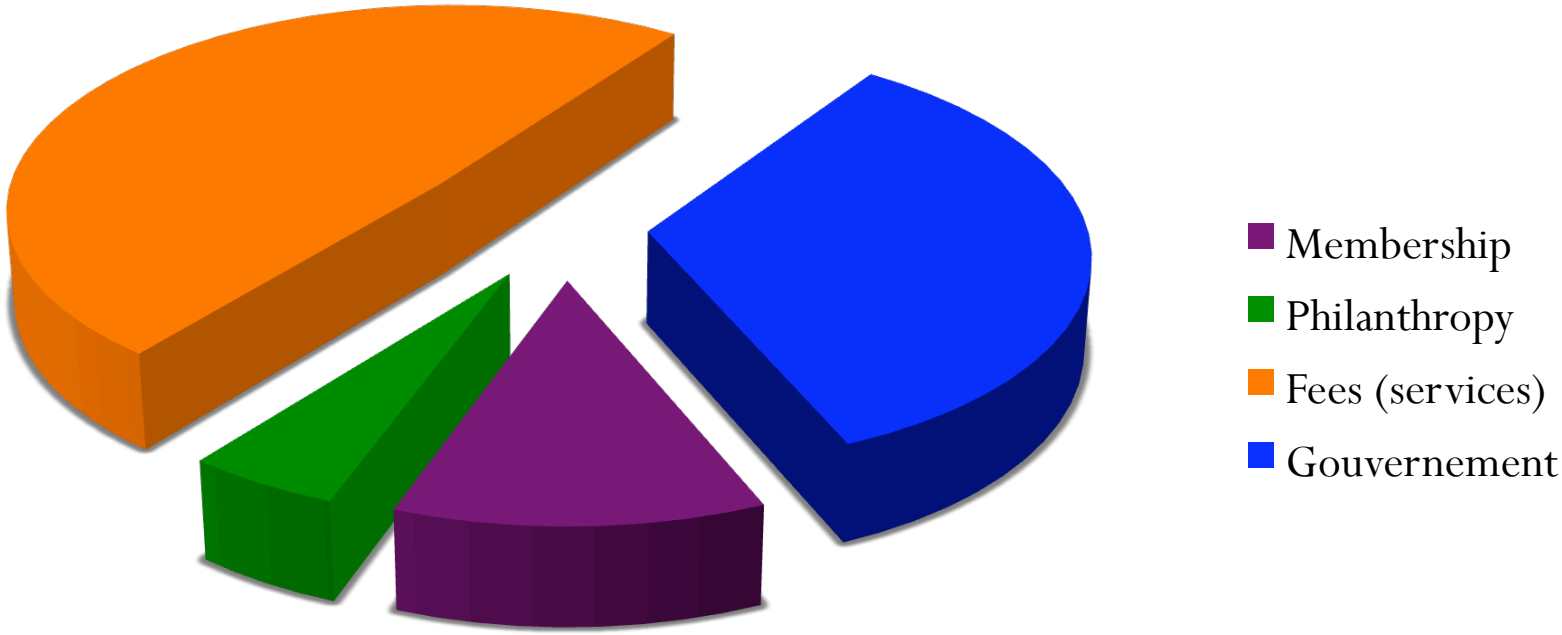
D'où vient l'argent ?



Source : Lester Salamon / Global Civil Society / USA 2005

D'où vient l'argent ?

FRANCE

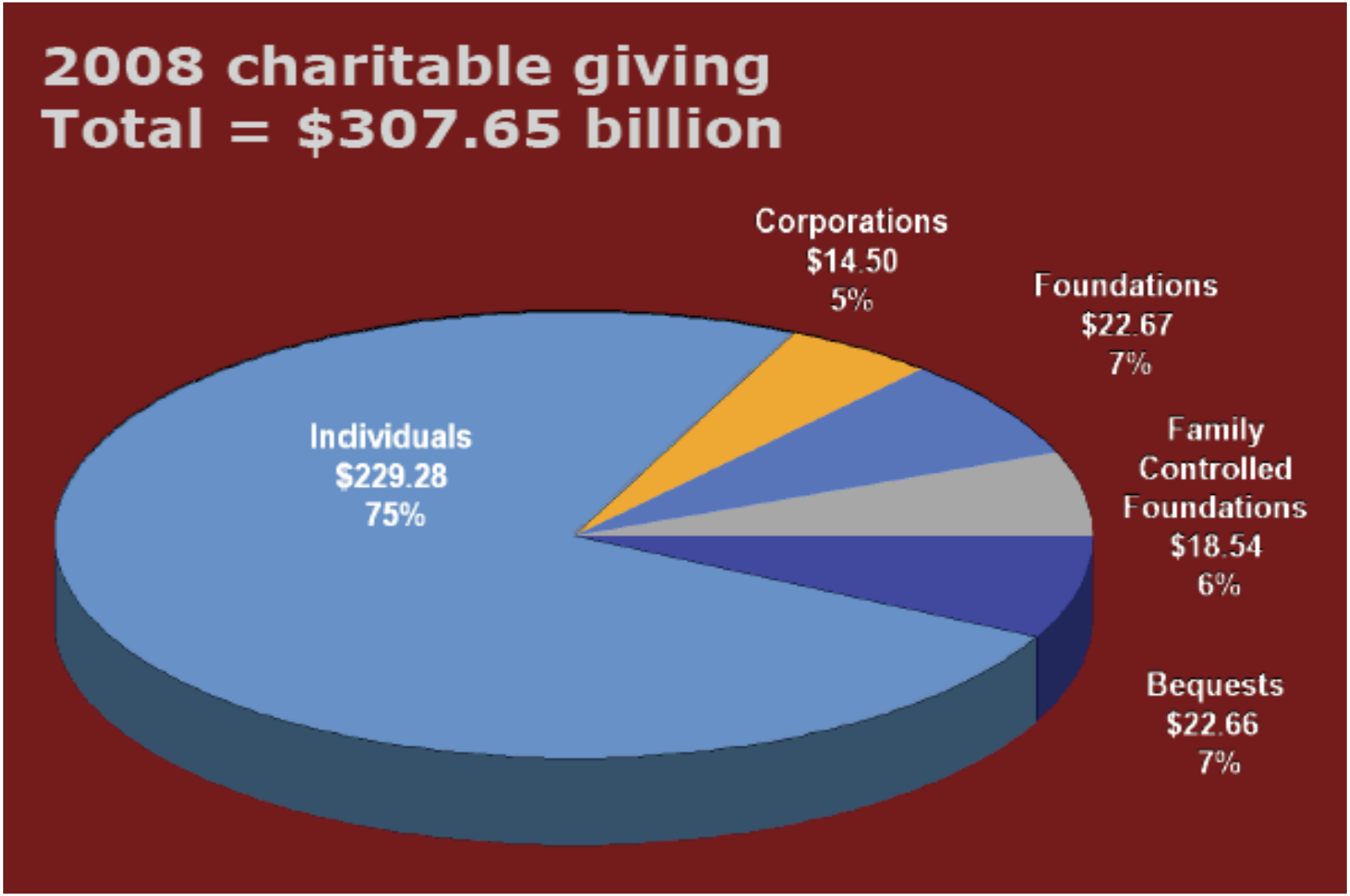


Enquête CNRS - Matisse Centre d'Economie de la Sorbonne auprès de 10 000 associations - 2005

Qui donne ?

- La plupart des fonds collectés proviennent **des individus**
- La majorité des dons proviennent du **revenu courant des donateurs**
- La plupart des dons sont des « **petits dons** »

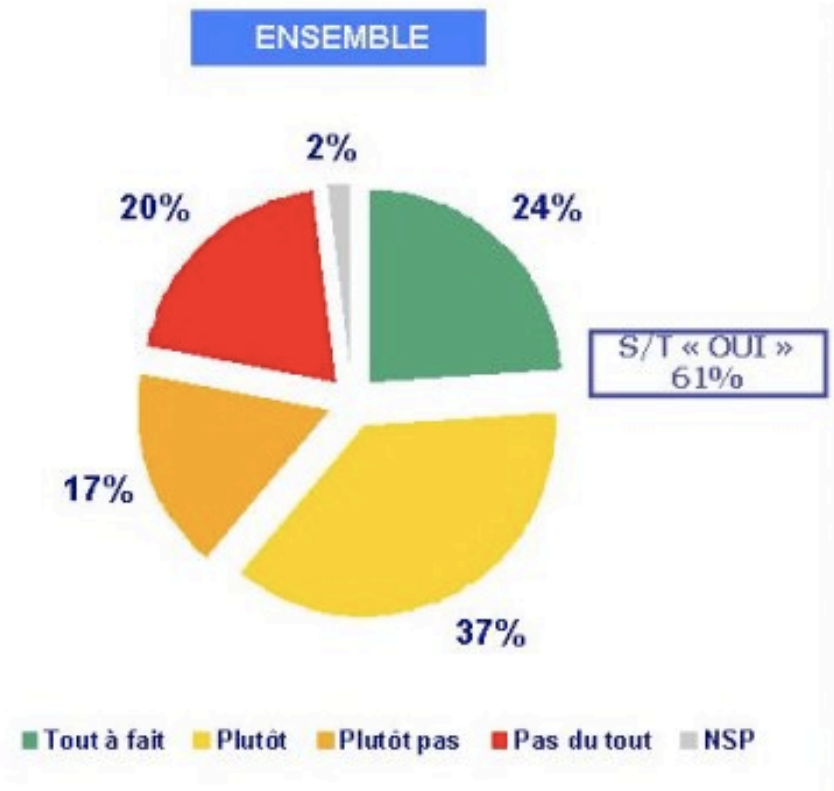
Qui donne aux USA ?



La philanthropie est universelle

Question 4 : Pour chacune des affirmations suivantes, dites-moi si elle reflète tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout votre état d'esprit au sujet de la philanthropie ?

C'est une obligation morale et mon devoir de citoyen de faire des dons à des œuvres

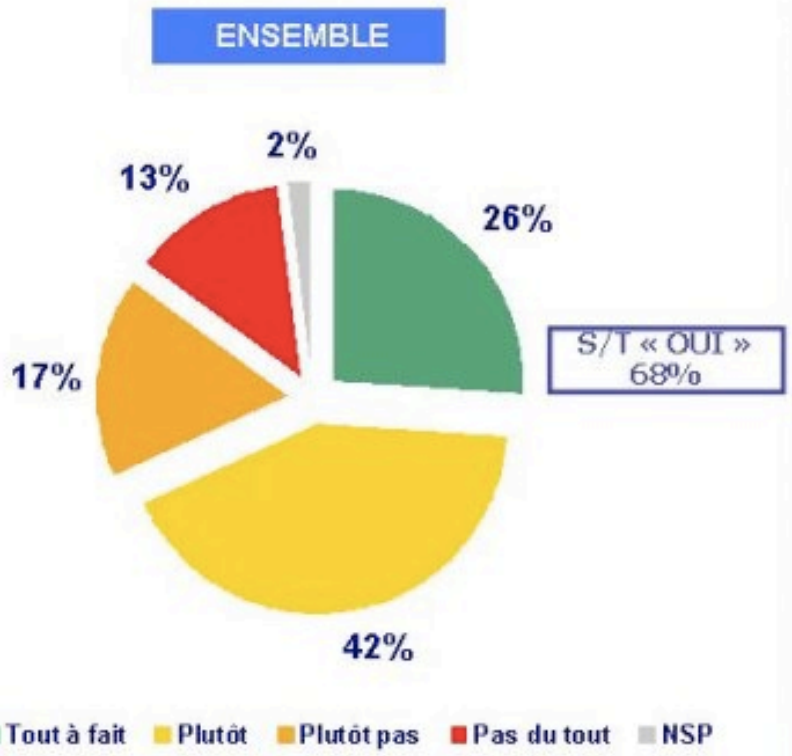


Etude HSBC France / IPSOS Public Affairs

La philanthropie est universelle

Question 4 : Pour chacune des affirmations suivantes, dites-moi si elle reflète tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout votre état d'esprit au sujet de la philanthropie ?

En faisant un don, je peux contribuer à rendre le monde meilleur

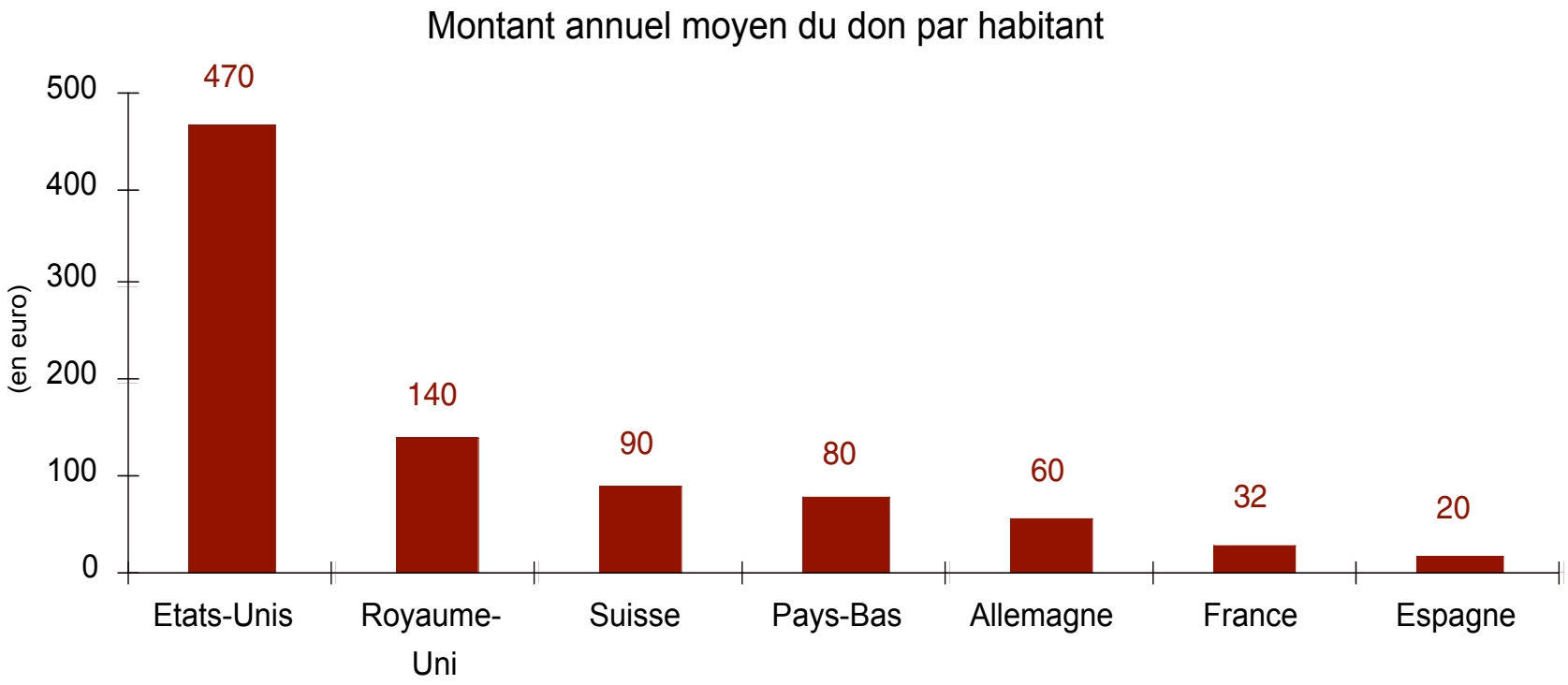


Etude HSBC France / IPSOS Public Affairs

Pourquoi les « gens »…donnent ?

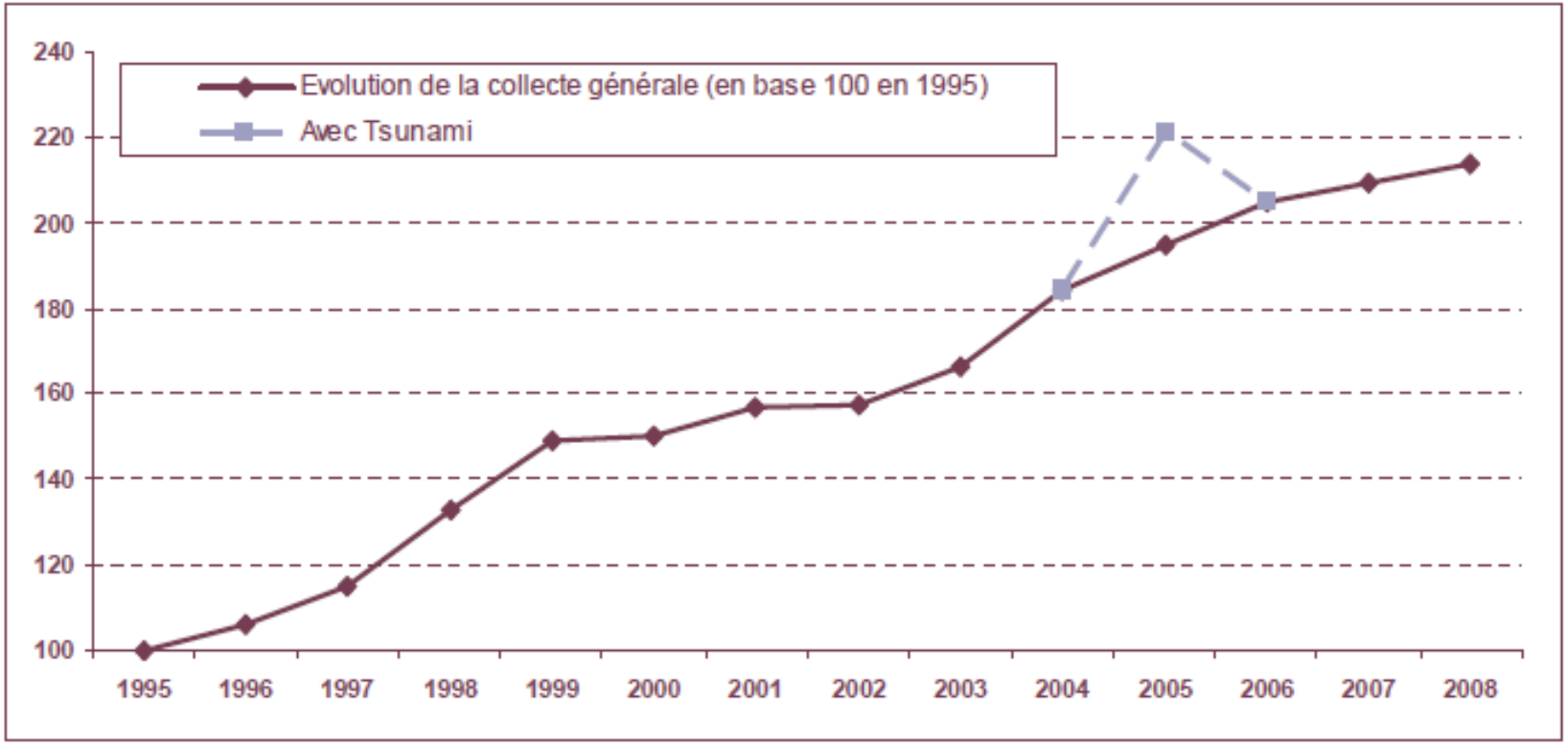
- **Parce qu'on leur a demandé**
- Parce qu'ils en ont les moyens (revenu courant)
- Parce qu'ils sont concernés/inquiets par votre problématique
- Par devoir moral ou spirituel (ou les 2)
- Par culpabilité (je suis « bien portant », « chanceux », …)
- Par expérience personnelle (j'ai vécu cela)
- Pour des bénéfices personnels (dont reconnaissance)
- Par proposition d'un pair
- Parce qu'ils vous connaissent, vous font confiance
- Parce qu'ils savent que vous utilisez bien l'argent
- Parce que vous les remerciez
- Pour la déduction fiscale
- …
- Pour « changer le monde »

Combien donnent-ils ?



En France : la collecte a été multipliée par 2 en 15 ans

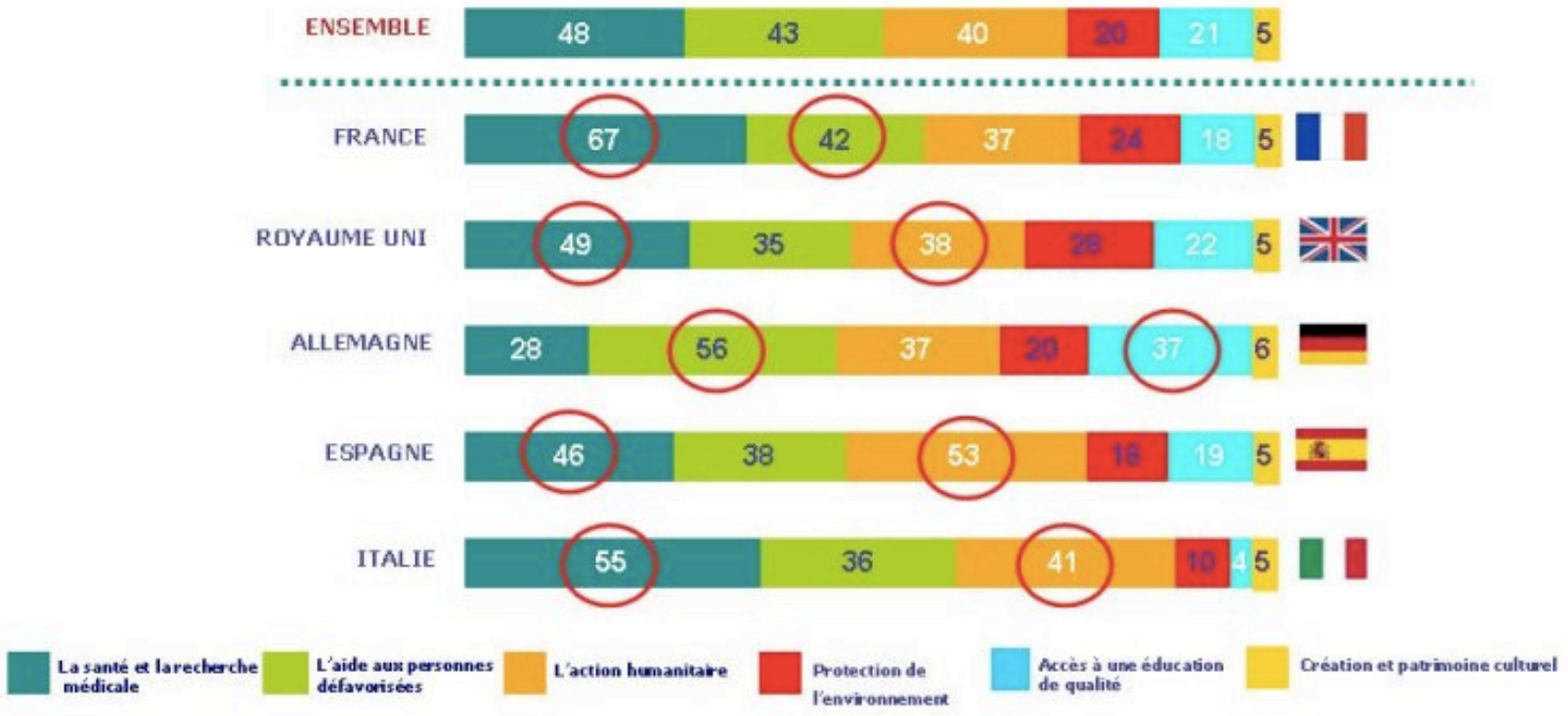
Graphique 1 : Evolution de la collecte en euros courants (base 100 en 1995)



Source : Recherches & Solidarités

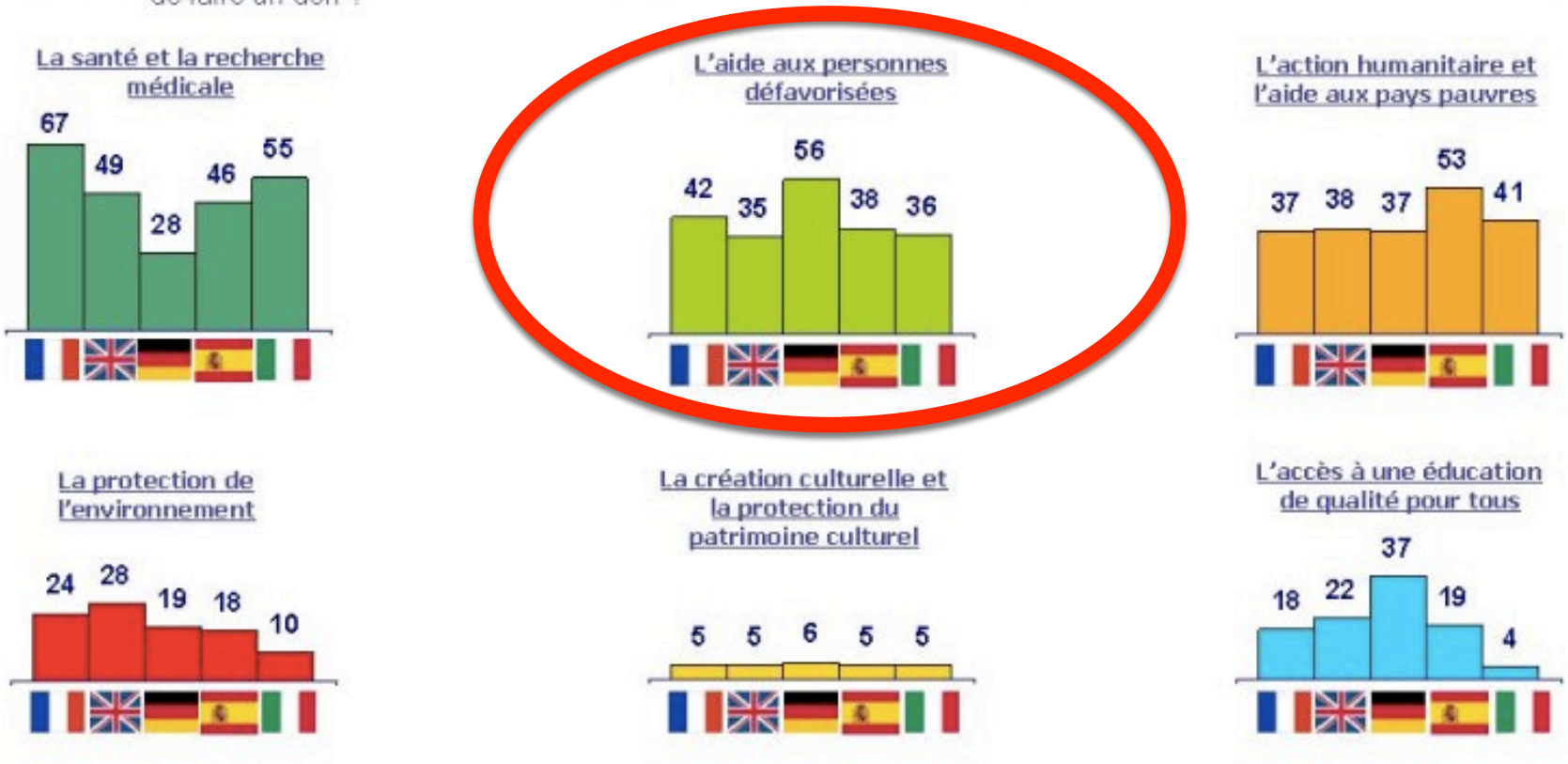
A qui donne les Européens ?

Question 3 : Parmi les grandes causes suivantes, quelles sont les deux pour lesquelles vous donnez ou auriez le plus envie de faire un don ?



A qui donne les Européens ?

Question 3 : Parmi les grandes causes suivantes, quelles sont les deux pour lesquelles vous donnez ou auriez le plus envie de faire un don ?



L’essor du corporate (focus France)

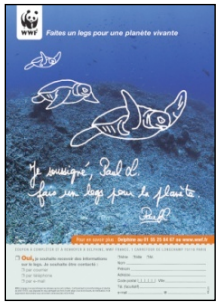
Des entreprises plus nombreuses et plus généreuses

- Le budget mécénat collecté en France en 2008 s'élève à 2,5 milliards €.
- Ce montant, toutes causes confondues, a progressé de 57,5% en 2 ans pour les entreprises de plus de 200 salariés (qui représentent 63% du budget collecté).
- 23% des firmes de 20 salariés et plus sont mécènes, soit près de 30.000 entreprises.

- Importance de la RSE (Corporate Social Responsability) dans les bilans d’activité des entreprises

Les techniques du fundraising

Les outils de la collecte



Produit partage

Marketing direct

Partenariat

Legs et donations

Téléphone

Fundraising 360°

Mécénat et Grands dons

Internet

Street fundraising

Evenements De collecte

A chaque technique, sa cible, et sa stratégie !

- Face à face grands donateurs, sollicitation personnelle directe
- Evénements (Soirée prestige, événement médiatisé)
- Manifestation (dont quête dans la rue)
- Vente d'objets (calendrier, cartes de vœux, ...)
- Vente de services
- Vente de prestations
- Mailing (personnalisé/ISA, en dur/en fidélisation/segmentation, en appui campagne)
- Internet
- Marketing téléphonique
- Sollicitations directes de rues (street fund raising, collecte de rue, porte à porte)
- Action media (Presse, TV, Cinéma, radio, internet, affichage)
- Lotos et jeux de hasard
- Produits partage
- Produits d'assurance vie
- ...

La pyramide du don

Level	Character	Technique
1st gift	Impulse	Direct mail
Habitual giving	Involvement	Monthly gifts
Thoughtful giving	High-value	Hi-$ mail
Endowment	High-touch	Face-to-face
Legacy	Ultimate gift	Inspiration

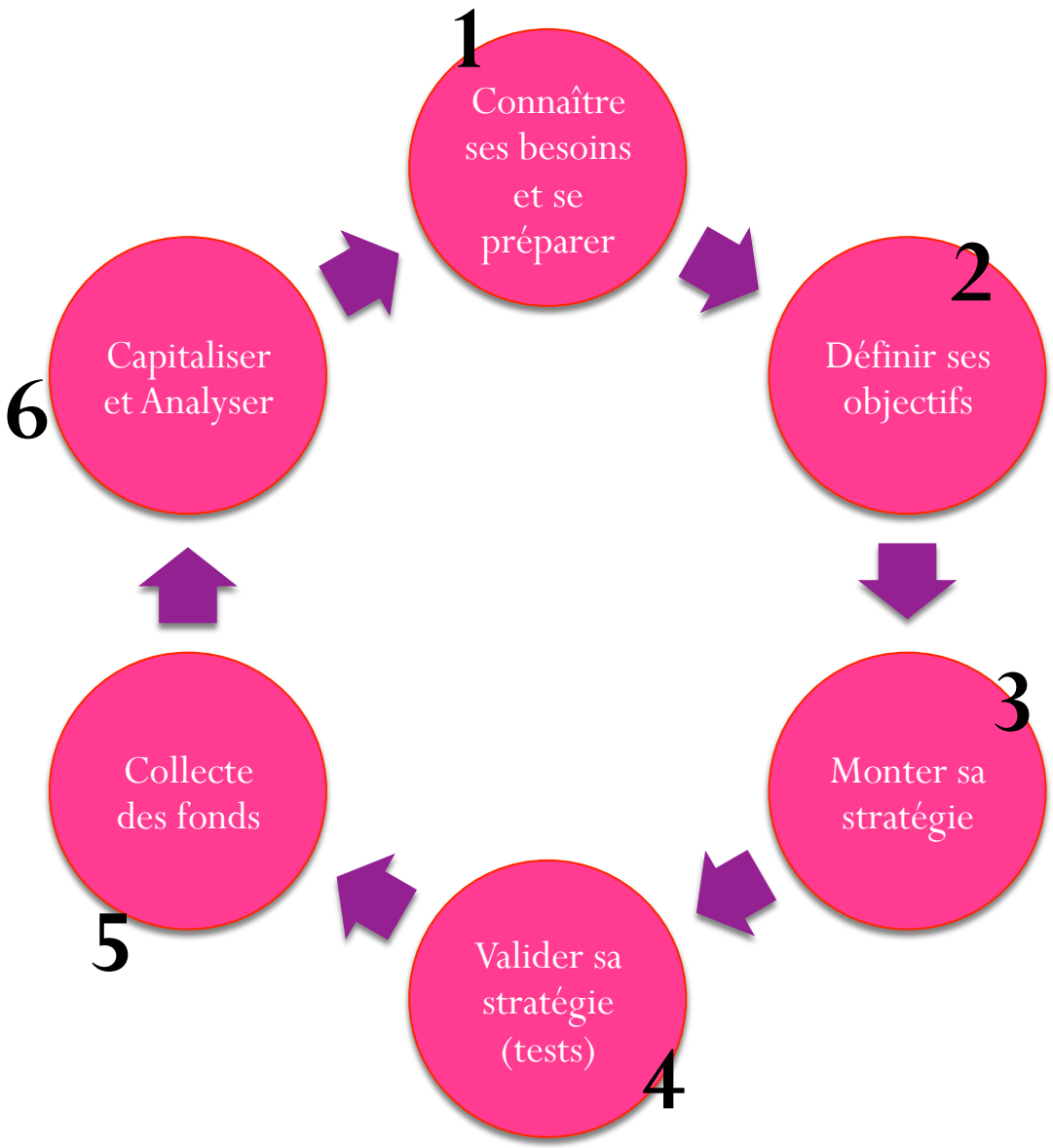
Comment démarrer ?

Quelles techniques choisir ?

Les fondamentaux

- S'affranchir de toutes les démarches administratives
- Connaître précisément ses besoins, ses forces, ses faiblesses
- Ne pas seulement « être une cause » mais avoir une mission claire, une vision forte et des valeurs à partager (écrire son « case for support »)
  - ✓ **Pour EAPN (Europe et National) : anti-poverty LOBBYING … à différencier des actions « terrain » menées par les associations membres du network**
- Connaître celles et ceux qui seront les premiers à vous soutenir : identifier vos futurs soutiens proches

Les fondamentaux

- Se doter de moyens professionnels :
  - Un fichier de contacts (à créer, à louer, à acheter)
  - Un système de gestion de base de données donateurs (selon technique choisie pour démarrer)
  - Des outils d'information et de collecte
  - Un « vrai » site web
  - Une stratégie de collecte construite
- Disposer de moyens financiers et humains : collecter, cela coûte de l'argent… et cela prend du temps
- Tester, expérimenter, créer, agir, réagir, créer la relation, ….être humain !
- ET….demander de l'argent !

Fundraising strategy cycle