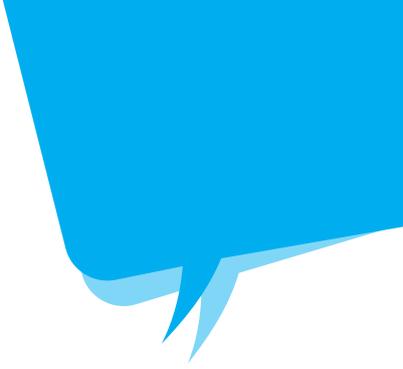




Moments forts
et synthèse des débats

VENDREDI 11 MARS 2016 - PARIS 14^E



INTRODUCTION

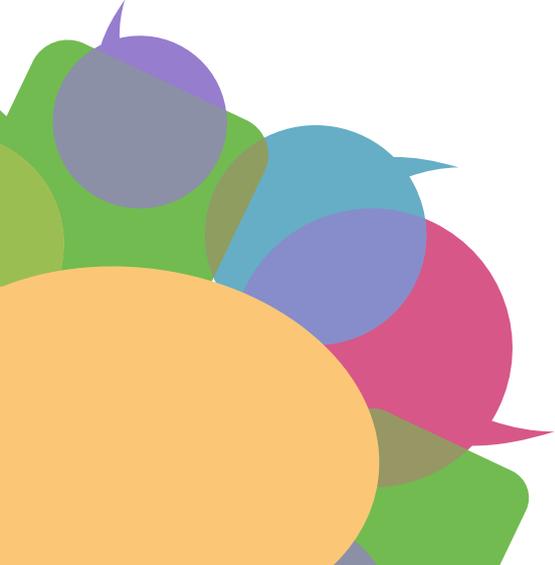
Le 11 mars dernier, un Cercle Patients consacré au thème de la collecte de fonds s'est tenu dans les locaux de Pfizer.

Quelle problématique plus cruciale pour une association que celle de la **recherche de financements** ?

Pour défendre leurs **causes et leurs valeurs**, les associations de patients sont constamment à la recherche de fonds. Et cette question nécessite de **nouvelles réponses** à l'heure où les associations doivent répondre à des besoins sociaux croissants, faire face à une baisse des ressources traditionnelles et s'adapter aux nouvelles technologies et aux nouveaux comportements des donateurs.

Comprendre la nécessité de l'élaboration d'une stratégie de collecte de fonds adaptée aux activités et aux besoins de l'association, appréhender les **nouveaux modes de collecte** à la disposition des associations de patients et les nouveaux rapports aux dons : tels étaient donc les enjeux de ce Cercle.

Lors de ce Cercle Pfizer, des experts de l'agence **Maxyma**, spécialisée en collecte de fonds, de la *startup* **MicroDON**, et des représentants associatifs notamment de **l'association François Aupetit (AFA)** sont intervenus sur les moyens innovants pour collecter des fonds. Les Cercles des associations se voulant aussi des lieux de **rencontres et de partage de bonnes pratiques**, la seconde partie a été dédiée à l'échange inter-associatif et à la mutualisation des compétences autour d'ateliers.



I) LES GRANDS PRINCIPES DE LA COLLECTE DE FONDS

Marie-Eve Lhuillier, directrice générale de l'agence Maxyma, spécialisée en collecte de fonds, a voulu **répondre aux attentes** exprimées par les associations de patients. Celles-ci veulent disposer d'un tableau exhaustif et actualisé du marché français de la collecte de fonds afin d'être les plus aptes à tirer un bénéfice des outils liés à ces usages.

Marie-Eve Lhuillier a ainsi rappelé en préambule quelques fondamentaux tels que la « **nécessité d'adapter les outils de collecte au positionnement**, à la stratégie et aux publics de l'association ».

Elle a ensuite présenté les caractéristiques et les tendances du marché français de la collecte de fonds en faisant un focus sur l'innovation et notamment le digital, vecteur à la place grandissante dans la stratégie de financements des associations.

En effet, « **innover dans les modes de collecte devient une nécessité**, et même une urgence dans la mesure où les organisations faisant appel à la générosité du public doivent répondre à des besoins sociaux croissants, faire face à une baisse ou une stagnation des ressources traditionnelles » (la proportion de fonds publics et de dons des particuliers stagne, le mécénat d'entreprise se maintient) et où les outils de collecte traditionnels (qu'ils soient digitaux ou non) sont arrivés à saturation.

Le rapport au don doit ainsi être réinventé, notamment par Internet, canal dont nous n'avons pas exploité encore toutes les possibilités.

Parallèlement à ce constat, nous observons des évolutions sociétales qui peuvent impacter, à terme, l'activité du secteur associatif :

l'apparition de nouvelles techniques de valorisation des actions, une évolution des comportements des publics en général aussi (consommation responsable, collaborative, ou encore l'achat sur le web). Les organisations faisant appel à la générosité du public doivent donc s'adapter à ces changements.

CROWDFUNDING, GÉNÉROSITÉ EMBARQUÉE, P2P : DE QUOI PARLONS-NOUS ?

Crowdfunding

Le *crowdfunding* permet de participer à un projet de façon collective via une plateforme de collecte de fonds en ligne. Cet outil est efficient en ce sens qu'il crée une communauté de soutiens solide sur ce projet et favorise le partage (le projet se réalise à la condition que l'objectif soit atteint : la cause peut vite devenir virale).

Dons lors d'évènements

Nous observons une forte convergence entre la communication et la collecte en elle-même avec la réalisation de support médiatique et la nécessité de « raconter l'association » (*storytelling*). Celle-ci disparaît pour rapprocher donateur et bénéficiaires. Pour exemples : les campagnes du Pasteurdon, Une Jonquille pour Curie, Téléthon, Pandathlon, Oxfam Trailwalker (*runraising*), etc.

Streetfundraising

Technique plus récente qui permet de toucher les nouveaux entrants sur des causes difficiles (collecte dans la rue, au contact du public avec prélèvement automatique mis en place quasi immédiatement).

Peer-to-peer

Don interpersonnel en faveur d'une cause. Le principe est le suivant : pour chaque campagne de financement associée à une fondation ou un organisme, des équipes seront créées et associées à la campagne choisie. Un objectif sera fixé à cette dernière. Pour atteindre cet objectif, les personnes demanderont l'aide de gens de leur entourage en les invitant à se joindre à leur équipe et/ou à donner.

Générosité embarquée

Le principe est de greffer une opportunité de générosité sur les transactions du quotidien et de permettre aux donateurs de faire un micro-don sur leurs bulletins de paie, leurs tickets de caisse, leur achat en ligne. Cet outil permet un don facile et indolore. MicroDON, une des structures présentes lors du Cercle est une pionnière de la générosité embarquée en France, avec « l'arrondi ».



LA COLLECTE DE FONDS AUJOURD'HUI : LES GRANDES TENDANCES



1) Marie –Eve Lhuillier a tout d’abord évoqué la collecte auprès des donateurs particuliers. Plusieurs constats peuvent être dressés : la générosité moyenne individuelle augmente et elle est concentrée sur les donateurs les plus aisés. On observe une augmentation de la générosité relative des moins de 30 ans qui sont ceux qui donnent le plus proportionnellement à leurs revenus même si les donateurs privés ont en majorité plus de 60 ans.

On peut également noter une multiplication et un morcellement des causes faisant appel à la générosité du public ce qui implique de mettre en place des outils permettant de se démarquer des autres acteurs. La santé reste une cause prioritaire pour ce type de donateurs qui soutiennent la recherche médicale et donnent pour les personnes malades. Ces donateurs particuliers donnent également sous forme de legs, puis de dons majeurs.

2) Les nouveaux outils de collecte représentent une opportunité de diversifier les profils de donateurs et de cibler des niches.

Marie-Eve Lhuillier a procédé à une clarification sémantique du champs lexical de la collecte de fonds, avant d’exposer les caractéristiques de ces nouveaux rapports aux dons et de ces nouveaux donateurs.

Arrondi sur salaire

crowdfunding

Générosité embarquée

P2P

FTF / / DTD

...

LA COLLECTE DE FONDS AUJOURD'HUI : LES GRANDES TENDANCES



Ces nouveaux modes de collecte s'inscrivent progressivement dans le marché français parce qu'ils correspondent aux **évolutions de la société** : le don est **facilité** et devient **indolore** et **désacralisé**, il est inscrit dans des pratiques nouvelles et quotidiennes, jusqu'à des actes *a priori* très éloignés du don comme la consommation ou qui se fondent sur le principe de communication entre pairs. Les points de contact sont multipliés grâce aux réseaux sociaux. Ces outils permettent d'agir à l'échelle locale (valeur de proximité), de donner du sens aux pratiques quotidiennes (sport, au travail), répondent aux besoins du donateur de **d'avoir de l'impact** et de rendre concret son geste (« un don affecté à une cause ») et de **vivre des expériences fortes** (don décomplexé, festif, ludique avec l'avènement du *gaming*).



Marie-Eve Lhuillier a conclu ce tableau exhaustif en rappelant que « *les nouveaux modes de collecte digitaux ne supplantent pas les anciens* ».

Il s'agit plutôt **d'optimiser l'existant** et de **trouver des ressources additionnelles**. En effet, les organisations ont encore des marges de manœuvre sur les techniques classiques soit auprès de cibles qu'elles n'ont pas suffisamment travaillées, soit en modifiant les paramètres de la sollicitation. Ces nouveaux outils consistent plutôt en une opportunité d'étendre son réseau de donateurs et parfois, de réduire les coûts. « *Il s'agit donc de considérer ces nouveaux outils comme permettant d'ouvrir le champ des possibles et non pas comme des solutions s'adaptant à tous les contextes* », affirme Marie-Eve Lhuillier. Il faut veiller à ne pas éluder les faiblesses de ces outils, afin de ne pas risquer de désinstitutionnaliser la cause, de perdre le sens donné au don, de brusquer un cadre réglementaire encore incertain... et de les utiliser à bon escient tout en continuant à les améliorer et les développer.

L'AFA RELEVE LE DEFI DE L'INNOVATION : L'EXEMPLE ASSOCIATIF



Eric Balez, vice-président de l'association François Aupetit et Jean-David Bost, directeur du développement de cette même association, ont donné une orientation plus concrète aux discussions en présentant le plan d'action de leur association en termes de recherche de financements et l'usage fait des nouveaux moyens de collecte.

L'AFA, association se consacrant au soutien aux malades et à la recherche sur les Maladies Inflammatoires Chroniques Intestinales (MICI), maladie de Crohn et recto-colite hémorragique, a dû adapter sa stratégie de collecte de fonds aux cibles qu'elle souhaitait engager : le donateur traditionnel étant généralement un malade ou un proche de malade car le sujet n'est pas connu de tous, il s'agissait de mettre en place un faisceau d'actions de sensibilisation du grand public.

L'AFA a organisé et communiqué sur ses actions avec un succès certain. Les opérations « Montrons ce que nous avons dans le ventre » en sont l'exemple le plus

emblématique. Le principe est le suivant : il s'agit de permettre à chacun de faire un « défi » permettant de récolter des fonds (les défis paddle, les matchs de football, les Nuits de Crohn). D'autres opérations (don par SMS, générosité embarquée) se mettent progressivement en place.

D'autres exemple, comme le don par SMS, ou encore la générosité embarquée, se mettent progressivement en place. Les Nuits de Crohn, évènement pérenne, suit un principe simple: tous les soirs pendant dix jours, des personnalités reconnues du monde du *gaming* sur Youtube, jouent à un jeu vidéo de leur choix tout en étant filmés. Le film de leur partie est retranscrit en direct sur internet. Le public est invité tout au long de l'évènement à verser des dons tout en suivant les joueurs. A chaque palier de don, le joueur est amené à réaliser un défi, ceci afin d'augmenter le montant collecté. Une plateforme en ligne a été créée pour collecter ces dons.

Eric Balez a souligné l'opportunité que représentait le digital : « *il permet d'élargir le public, de gérer plus simplement les dons* » mais a cependant nuancé ce discours en précisant que le public le plus généreux n'est pas touché par ces outils.

II) MUTUALISATION DE COMPÉTENCES ET ÉCHANGE AUTOUR D'ATELIERS



La deuxième partie de l'après-midi a consisté en des ateliers. Manon Ritter, directrice clientèle du pôle digital de Maxyma a évoqué les caractéristiques du *runraising*. Elisabeth Pedexes Hugot et Clémentine Buresi de la *startup* MicroDON, ont abordé l'opportunité que représentait « l'arrondi sur salaire » pour financer les associations. Vanessa Ritter, experte en animations de réseaux, mobilisation et fundraising, a parlé des nouveaux outils collaboratifs et notamment de la plateforme de pétitions en ligne Change.org. Diane Anghilante, chef de projets du pôle communication d'Yma Corporate a détaillé ce qu'était le *crowdfunding*.

Ces ateliers ont permis aux associations d'en apprendre plus sur ces outils mais ont également donné un angle plus pragmatique aux discussions et ont **favorisé l'échange** entre les associations. C'est là une des vocations premières des Cercles.

III) LA PAROLE AUX PARTICIPANTS

Ces interventions complémentaires ont été saluées par l'ensemble des participants qui ont apprécié d'avoir des éléments de compréhension des mutations actuelles ainsi que l'orientation pratique conférée au débat par l'intervention des deux représentants de l'association François Aupetit et les ateliers.

Les patients ont souligné l'adéquation des thématiques évoquées avec les préoccupations actuelles des associations de patients. Des questions : comment adapter les outils aux publics ? Comment agir avec des moyens limités ? Comment diversifier les sources de financement ? Aux illustrations en passant par des questionnements juridiques et éthiques (soulevées par l'avènement des nouvelles technologies), cette journée a permis à chacun de s'interroger sur sa stratégie et les outils à mettre en œuvre pour accomplir sa mission pour le patient. En effet, si la collecte de fonds est avant tout un outil de financement, elle permet aussi aux associations de s'interroger régulièrement sur leurs pratiques, leur stratégie et leur plan d'actions. Elle devient ainsi un véritable **levier de développement de la vie associative**.

CONCLUSION



En conclusion, Myriam Jabri a tenu à souligner la clarté et la précision des interventions de la plénière ainsi que la **qualité de la dynamique d'échange** qui s'est construite lors des ateliers « *friendraising* ». Elle a également salué l'intérêt exprimé par les représentants d'associations pour les problématiques évoquées et leur volonté de favoriser les synergies avec les autres. De fait, les propos, réflexions et questions posées aux intervenants ont été nombreux.

L'objectif de ce Cercle était de donner des **clés de compréhension du nouveau contexte** dans lequel se trouvent les associations et leur présenter les nouveaux modes de collecte à leur disposition pour répondre au mieux aux besoins des patients. Il avait également pour vocation de favoriser les synergies entre les différents acteurs pour permettre le partage des bonnes pratiques en matière de collecte de fonds.

Nous espérons que les interactions avec les intervenants mais également l'échange interassociatif ont permis **d'identifier les opportunités, besoins d'accompagnement et les points de vigilance** pour ceux et celles qui seront confrontés aux problématiques de financement de leur structure et a contribué à alimenter leur réflexion sur ce sujet.

