



Collecte de Fonds les Fondamentaux

Hugues d'Ydewalle
Give Wisely asbl
www.fundraisers.be
info@fundraisers.be

Ethique: transparence financière

- **Obligations légales** (publication BNB, SPF Finances)
- **Notre site Internet** (Rapport annuel, chiffres-clés)
- Résumé commenté dans le **périodique aux donateurs**
- Transparence: utiliser le site **Donorinfo** (gratuit)
- Pour les ONG: Acodev ('**ONG Livres-Ouverts**')
- Affilions notre association à **l'AERF (www.vef-aerf.be)**
- Ne pas confondre **transparence** et **surabondance** d'information aux donateurs

Supports d'info – Visuels - Copywriting

- 1. Supports écrits** indispensables : **5h**
lettre d'appel au don (fréquence !)
périodique, folder, Rapport annuel,
- 2. Supports numériques:**
 - site Internet, e-newsletter
 - réseaux sociaux (Facebook,...)
 - plateforme de don en ligne
- 3. Visuels - Copywriting**
Votre "Bible": tous vos mots-clés, concepts, verbatim, à décliner par cible (particulier, PME, ...)

Documents essentiels et textes complémentaires

- 1 **Essentiel**: folder, Rapport annuel, lettres d'appel au don
- 2 **Autres textes et outils de communication utiles**:
 - phrase 'ascenseur' (pitch en deux lignes) et base-line
 - version 'un paragraphe' (pitch)
 - one pager (A4)
 - version longue (3 pages)
 - plusieurs argumentaires sur mesure (particuliers, entreprises)
 - concepts de campagne (slogans, visuels)

Supports numériques

1 – Site Internet & paiement en ligne

Notre site, support privilégié de communication aux donateurs

- Message central *‘Ensemble avec vous’*
- Création de site: prestataires associatifs à votre service (Vertige asbl, InformAction asbl)
- Défi: après création du site, maîtriser son animation (actu) et la création de trafic (e-mailing)

Paiements en ligne au départ de notre site

- Faible utilité en Belgique, sauf appels d’urgence ou peer-to-peer fundraising (plateformes Koalect, iRaiser,...)



Supports numériques

2 – eNewsletter, page Facebook, etc.

5h2

- **E-Newsletter:** utile pour maintenir les contacts sans surtout excessif. Une E-Newsletter provoque rarement un don.
- **Page Facebook** au nom de votre association:
 - indispensable en collecte de fonds pour le **peer-to-peer fundraising** (défis sportifs et solidaires, ...)
 - attention, obligation de l'animer: aurez-vous le temps d'y insérer des actualités non-banales ?
 - utilisation du **bouton de don en ligne** associé à une page Facebook: peu usité en Belgique, attendre le feu vert de SPF Finances pour les dons attestables.

De evolutie van perceptie

- Van “wat wij doen voor kwetsbare mensen”
 - Van Rode Kruis als een zorgende organisatie
 - Van Rode Kruis als een ver-van-mijn-bed organisatie
 - Van goed bedoeld
 - Van “Altijd Paraat”
- + Naar “wat wij weerbare mensen helpen doen”
 - + Naar Rode Kruis als een emanciperende organisatie
 - + Naar Rode Kruis als een organisatie-van-ons-allen
 - + Naar goed georganiseerd
 - + Naar “Helpt helpen”

- **Combien de texte ? Combien de visuels ?**
 - En prospection: priorité aux visuels
 - Pour dossier destiné à grand donateur / entreprise
-> argumentation solide -> textes.
- **1er paragraphe**: anecdote, récit, question, citation
- **Phrases courtes**: maximum 10 à 12 mots.
Supprimer les adjectifs inutiles.
- **Une idée** par phrase.
- **Une signature** (+ photo de la personne qui signe ?)
- Termes **positifs** (“geen prikkeldraadwoorden”)
- **Post Scriptum**: fort lu -> nouvelle idée ou répétition

Qualité du message & des supports: nos choix prioritaires pour 2020 ?

- “Pitch”, logo, baseline ?
- Visuels ?
- Textes, choix des mots ?
- Mieux se différencier, (originalité, spécificité) ?
- Accent sur impact ?
- Interpellation directe ?
- Valoriser les donateurs ?

- Messages culpabilisants?
- Quel équilibre entre ‘émotionnel’ et arguments

Nouveaux supports d’info ?

- Print (lettre, Bilan annuel)
- Numériques
 - site Internet,
 - Facebook, eNewsletter

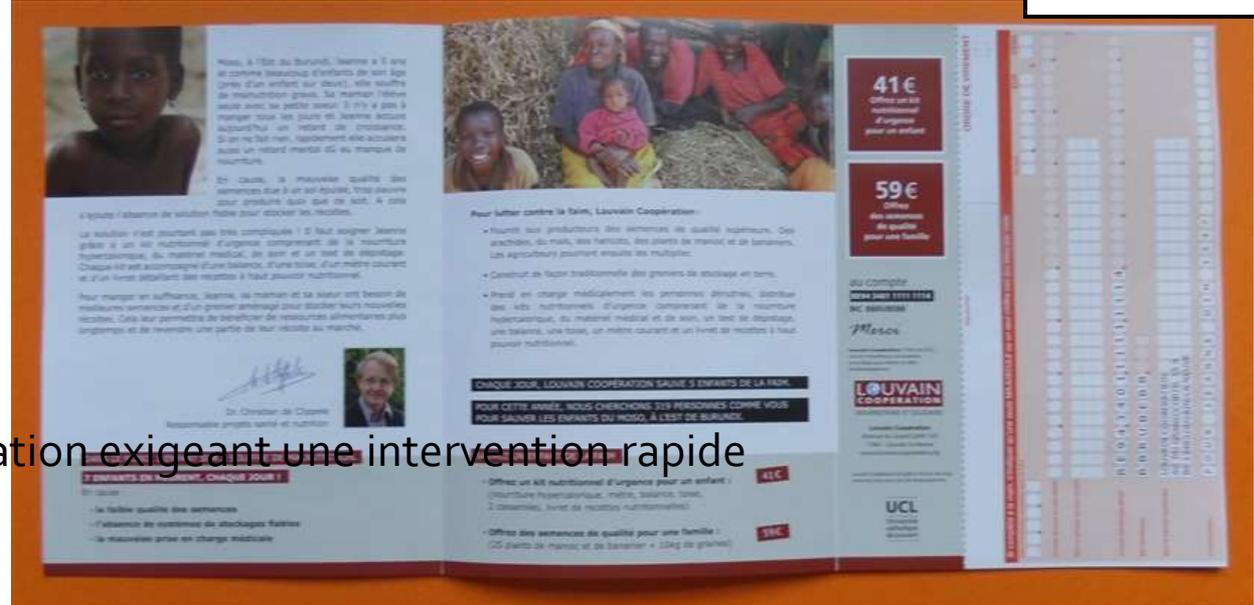
Encart 'Louvain Coopération'

Triptyque

G2Lv



Situation exigeant une intervention rapide



Cover

Intérieur



Dos



Couverture

Dignité du
bénéficiaire,
malgré la
thématique
'famine'.

G2Lv

Encart 'Louvain Coopération'

Triptyque (2)

G2Lv

41€
Offre un kit nutritionnel d'urgence pour un enfant

59€
Offre des semences de qualité pour une famille

CHACUN DE VOUS

du compte
NOM NUMERO TITRE
MIROCO
Miroco

LOUVAIN COOPERATION

UCL

Face intérieure: texte aéré, plusieurs blocs de texte, exemples de montants (€), virement en évidence

Encart 'Louvain Coopération'

Triptyque (3)

G2Lv

LOUVAIN COOPÉRATION MET LES COMPÉTENCES UNIVERSITAIRES EN PRATIQUE POUR RELEVÉ LES DÉFIS DU DÉVELOPPEMENT.

L'ONG DE L'UCL LUTTE CONTRE LA FAIM DANS 9 PAYS.

SAVOIR OÙ VA VOTRE ARGENT

Si vous donnez 1€

- 0,83€ directement au projet
- 0,13€ servant à financer un autre projet
- 0,04€ frais généraux et administratifs

93% 3% 4%

À partir de 40€, par an, vos dons sont déductibles fiscalement.

Merçi !

DOMAINES D'EXPERTISE

- Accès aux soins de santé
- Soins de santé
- Sécurité alimentaire
- Éducation au développement

UCL Université Catholique de Louvain

LOUVAIN COOPÉRATION INNOVATION ET SOLIDARITÉ

PEFC

Côté arrière: pas encombrée de textes complémentaires, mais visuels qui soulignent la crédibilité de l'organisation.

Tous les jours j'attache ma fille à une chaise



Cette situation, la mère d'une personne handicapée mentale de grande dépendance la vit quasiment tous les jours, parce qu'elle n'a pas d'autre choix. Parce que personne d'autre qu'elle ne peut la surveiller pendant qu'elle part faire des courses. Si cette tristesse se retrouve sans vos yeux, froidement au milieu de votre lecture, c'est parce que des milliers de parents affectés dans leur vie quotidienne n'ont trouvé aucun autre moyen pour se faire entendre. Qu'ils aient mal de cœur, leur peine, leur triste réalité et leurs idées les plus sombres. Aujourd'hui, la plupart des personnes handicapées de grande dépendance sont prises en charge principalement par leurs parents ou leurs proches en Belgique francophone. Les aides font cruellement défaut et les services restent insuffisants ou inadaptés, malgré les nombreux appels de détresse répétés. Le GAMP, Groupe d'Action qui démontre le Message du Plein pour les personnes handicapées de grande dépendance, a besoin de votre soutien et de votre voix pour rappeler aux responsables en charge de ces matières que des solutions doivent impérativement être mises en œuvre sans attendre. Il y a urgence.

Signez la pétition sur www.nouscours.be et faites un don sur le compte BE25 0015 2400 6402 (BIC DERABEBB).



UNE PLACE POUR TOUS

Een uitzonderlijk indringende campagne die ervoor heeft gezorgd dat een kleine stichting voor het eerst door de clutter heen kon breken en de ziekte ALS op de kaart heeft gezet. Met als gevolg een sterk vergrote geefbereidheid onder het Nederlandse publiek, die zich al heeft geuit in binnenstromende inkomsten van een omvang die ongekend is voor deze stichting.





Olivia a 6 ans, elle dort pratiquement toute la journée.

Cette petite fille fragile est complètement affaiblie par la malnutrition.

Combien de temps devra-t-elle encore supporter tout cela ?

> Focus sur 1 témoignage, visuel d'un enfant

**S'il vous plaît, aidez-nous rapidement
à nourrir cette enfant en suffisance !**

Bruxelles, le 21 juin 2015

Chère Madame, Cher Monsieur,

Vous arrive-t-il également de constater à quel point les enfants de six ans débordent d'énergie ? Ils courent, rient et jouent de l'aube à la nuit tombée. Dormir est bien la dernière chose à laquelle ces petites canailles pensent.

> Technique de l'embrayage ->'Vous arrive-t-il ..?'

Vous arrive-t-il également de constater à quel point les enfants de six ans débordent d'énergie ? Ils courent, rient et jouent de l'aube à la nuit tombée. Dormir est bien la dernière chose à laquelle ces petites canailles pensent.

Ce n'est malheureusement pas le cas d'Olivia... Elle dort pratiquement toute la journée. À la maison, dans le fauteuil, ou blottie dans les coussins du coin lecture de sa classe. La pauvre enfant ne peut s'en empêcher. Olivia est si faible qu'elle est presque incapable de rester éveillée. Elle n'a plus la moindre énergie.

C'est la **pauvreté** qui est à l'origine de cette situation dramatique.

Le papa d'Olivia a abandonné sa famille peu après la naissance d'Olivia. La maman, Veerle, doit donc subvenir seule aux besoins de la famille, mais elle ne peut travailler en raison d'une maladie chronique. Veerle bénéficie d'une allocation pour invalides et d'un revenu d'intégration sociale, mais ce n'est désormais plus suffisant pour lui permettre de joindre les deux bouts.

> témoignage dramatique: 'dort pratiquement toute la journée' – 'la pauvre enfant' -

Le papa d'Olivia a abandonné sa famille peu après la naissance d'Olivia. La maman, Veerle, doit donc subvenir seule aux besoins de la famille, mais elle ne peut travailler en raison d'une maladie chronique. Veerle bénéficie d'une allocation pour invalides et d'un revenu d'intégration sociale, mais ce n'est désormais plus suffisant pour lui permettre de joindre les deux bouts.

À la maison, Olivia ne reçoit donc qu'un unique repas par jour. Il ne s'agit pas d'un repas chaud composé de légumes, de pommes de terre et de viande, mais seulement de quelques tranches de pain (rassies) à la confiture. Plus est un luxe qu'elles ne peuvent se permettre...

Il n'est donc pas étonnant que cette adorable petite fille soit dans un état aussi déplorable !

L'institutrice d'Olivia m'a téléphoné. Elle se fait du souci pour elle et m'a demandé si la Fondation Pelicano pouvait lui apporter son aide de toute urgence.

- (suite): 'le papa a abandonné' – 'maladie chronique de la maman' – 'un unique repas par jour' – 'tranches de pain rassies' – etc
- L'institutrice m'a demandé ... aide de toute urgence

en vitamines », telle était la conclusion du médecin scolaire. Je sais à quel point sa situation familiale est compliquée. Voilà pourquoi chaque jour, je lui donne une tasse de lait chaud accompagnée d'un biscuit aux céréales avant que l'école ne commence. Puis, des tartines avec de la soupe à midi. Mais cela ne suffit pas. Olivia me semble vraiment à bout de forces. Elle part s'allonger dès qu'elle en a l'occasion. Apprendre quelque chose est exclu, Olivia est incapable de se concentrer. Et jouer dans la cour de récréation demande trop d'efforts à son corps si frêle... Vous devez l'aider, je vous en prie ! »

La situation est claire : la pauvreté et les conditions misérables dans lesquelles Olivia grandit engendrent des conséquences néfastes sur sa santé.

Nous devons agir, et vite !

Serez-vous l'ange gardien qui viendra délivrer Olivia de ce cauchemar ?

(...) – 'à bout de forces'

Nous devons agir, et vite' (...)

Serez-vous l'Ange gardien qui viendra délivrer Olivia ?

Ethique de la collecte

1 « Parler vrai »

- Eviter le recours répété aux **promesses démagogiques**
« Avec 40 euros vous guérirez un enfant atteint de ... »
- **Coûts du fundraising:** infos claires, qui distinguent:
 - communication directe aux donateurs
 - autres dépenses de récolte de fonds
 - autres actions d'information – sensibilisation – plaidoyer
 - projets opérationnels destinés aux bénéficiaires
 - frais généraux de fonctionnement hors projets opérationnels
- Mobiliser la sympathie en faveur de l'utopie fondatrice sans faire l'impasse sur **les échecs** encourus.
- Communiquer sur votre **impact**, plutôt que sur vos **actions**

- 'Urgences' exagérées
- Messages misérabilistes (témoignages fictifs)
- Les acteurs (donateur et ONG) face au bénéficiaire inactif
- Gadgets inutiles insérés dans l'enveloppe -> culpabilisation



Moderne liefdadigheid irriteert gevers

KOPPEL STELT ZICH VRAGEN BIJ 'ACTIES VAN RECLAMEJONGENS'

«Bestookt met 167 brieven van goede doelen omdat we er vijf steunen»

Wie geeft, die zal krijgen. Maar voor Daniel Vanhoutvinck (72) uit Wakkerzeel, bij Haacht, begint die wijsheid absurde vormen aan te nemen. Al vele jaren geeft hij geld aan vijf goede doelen en dat resulteerde het voorbije jaar in... 167 brieven en pakketjes van andere goede doelen, die ook geld vragen. Vanhoutvinck kreeg zelfs barbecuehandschoenen en bordspelen, en stelt zich voor van liefdadigheidsorganisaties: «We willen hulpbehoevenden steunen, geen dure reclamejongens rijk maken.»

Vanhoutvinck is een gepensioneerde landmeter met het hart op de juiste plaats, net als zijn echtgenote Josephine. Er is in hun budget overschot voor anderen en al vijftien jaar hebben ze daar vijf bestemmingen voor: de Voedselbanken, Damiaanactie, Artsen Zonder Grenzen, Mercy Ships en Restos du Coeur. Gekozen op gevoel, geeft Vanhoutvinck toe: «Er zijn veel straffe projecten, maar helaas kan je niet iedereen helpen. Zij gaven mij een goede indruk. Zo'n project als Mercy Ships, een drijvend ziekenhuis, is formidabel.» In schijven van zo'n 50 euro krijgt elke organisatie enkele schenkingen per jaar, samen goed voor 1.000 euro. «Ik noteer dat allemaal, ook voor de belastingen. Het is een fijn gevoel, we doen onze plicht.» Maar sinds enkele jaren speelt

zich op de deurmat van de schenkers een opmerkelijk fenomeen af: minstens om de andere dag ligt daar een enveloppe of pakketje te blinken. «Zodoende ben ik dat een jaar geleden in een doos beginnen bijhouden», aldus Vanhoutvinck. «Nu we 365 dagen verder zijn, heb ik de inhoud geteld: 167 mailings heb ik ontvangen! Van een 40-tal organisaties. En mochten het dan nog alleen brieven zijn. De zoieste dingen sturen ze: een vergrootglas 'om de zaken beter te zien', een kompas 'om de juiste richting te kiezen', kopermunten 'die ik mag omzetten in groot geld'... Er zit telkens een symboliek achter, maar verder ben ik met al die prullen niets. In het vergrootglas zit

bijvoorbeeld gewoon vensterglas, en wat moeten wij met ganzenbordspelen? Eerst dacht ik nog: als we niks geven, stopt dat wel. Maar dat is dus al jaren bezig. Ik heb één keer een brief geschreven dat ik die gadgets liever niet krijg, maar daar is geen reactie op gekomen. Dat ont-

BLIKBAAR ZIT MIJN ADRES ERGENS IN EEN DATABASE
Daniel Vanhoutvinck

neemt mij de moed om naar al die andere te schrijven.» Het is inderdaad een hele lijst, van Blindenzorg Licht en Liefde en Stichting Pelicano tot Dierenartsen zonder Grenzen, Piloten zonder Grenzen, Artsen zonder Vakantie, Child-Help, de Belgische Brandwondstichting, Mucovereniging, SOS Kinderdorpen, Mama's for Africa, en ga zo maar door.

Strategie

Erger nog dan de stapel oud papier vindt Vanhoutvinck zijn groeiend onbehagen bij de strategie. «Als ik de kost van die gadgets optel, en het geld dat in die brieven kruipt, wat kunnen die organisaties dan nog aan hulpbehoevenden schenken? Omdat schenkingen fiscaal aftrekbaar zijn, wordt eigenlijk ook de staat opgelicht. Door dik betaalde marketingjongens, neem ik aan. Het is een industrie geworden. Ik lees die brieven ook nog amper: ze doen zo Amerikaans aan, zo reclameachtig.» Al blijft hij wel schen-

EN PONSAERTS
I NADINE VAN
R LINDEN



RGPD

(25 Mai 2018)

fichiers

'donateurs'

cédés sans

consentement

explicite !

A close-up photograph of a brown horse's head, showing its eye and forehead. A white, textured bandage is wrapped around the horse's forehead, partially covering its eye. The background is a plain, light-colored surface.

*Les coups de fouet pleuvent. Parfois accompagnés
d'un violent coup de bâton. Je ne supporte plus cette
douleur... Je tiens à peine debout.
Du pus s'écoule de mes plaies ouvertes.*

Dans quel enfer me suis-je retrouvé ?!

AIDEZ-MOI ! S'IL VOUS PLAÎT !

**Découvrez
vite
vos jolis
cadeaux !**



M.
Hu
30

CERTIFICAT DE RECONNAISSANCE ET DE GRATITUDE

devouement au lit

Votre don permet à une personne aveugle de croire à nouveau en la vie.

MERCI !

JOUEZ
JOUEZ
JOUEZ

LOUPE AVEC
LAMPÉ LED

Joyeux Noël !

RESEWERLD



Ethique

2 Transparence financière

- **Obligations légales** (publication BNB)
- **Votre site Internet** (avec commentaire sur évolution)
- Résumé commenté dans le **périodique aux donateurs**
- Transparence: utiliser le site **Donorinfo** (gratuit)
- Pour les ONG: Acodev (**'ONG Livres-Ouverts'**)
- Affiliez votre association à **I'AERF**
- Ne pas confondre **transparence** et **surabondance** d'information.



Service Public
Fédéral
FINANCES

Belgique

SPF Finances (agrément)

+/- 2.200 associations agréées

https://finances.belgium.be/fr/asbl/dons/quels_dons

Parmi les exigences

Maximum 20% de frais de gestion

Maximum 30% de frais de collecte

(moyenne sur trois années)

Echappatoires

- frais de collecte déguisés en dépenses de sensibilisation
- facturation partielle des frais de collecte par une association étrangère



**Association pour une Ethique
en Récolte de Fonds – AERF**

www.vef-aerf.be



**Votre guide indépendant
sur la transparence des associations**

www.donorinfo.be



**Des infos fiables
sur les bonnes causes**

www.bonnescauses.be



www.charitynavigator.org

Kids Wish : 3% de la collecte affectés aux projets ?

Kids Wish Network Named The Worst Charity In America

The worst charity in America spends less than 3 cents on the dollar towards charitable works, out of the millions it raises each year, according to a year-long investigation by CNN, the Center for



(Screenshot/Kids Wish Network website)

5 Supports d'info & de mobilisation

- 1. Supports écrits** indispensables :
lettre d'appel au don (fréquence !)
périodique, folder, Rapport annuel,
- 2. Supports numériques:**
 - site Internet, e-newsletter
 - réseaux sociaux (Facebook,...)
 - plateforme de don en ligne
- 3. Déclinaisons supplémentaires**
Votre "Bible": tous vos mots-clés,
concepts, verbatim, à décliner par
cible (particulier, PME, ...)

Qualité du message & des supports: vos choix prioritaires pour 2019 ?

- “Pitch”, logo, baseline ?
- Visuels ?
- Textes, choix des mots ?
- Mieux se différencier, (originalité, spécificité) ?
- Accent sur impact ?
- Interpellation directe ?
- Valoriser les donateurs ?

- Messages culpabilisants?
- Quel équilibre entre ‘émotionnel’ et arguments

Nouveaux supports d’info ?

- Print (lettre, Bilan annuel)
- Numériques
 - site Internet,
 - Facebook, eNewsletter

- **Combien de texte ? Combien de visuels ?**
 - En prospection: priorité aux visuels
 - Pour dossier destiné à grand donateur / entreprise
-> argumentation solide -> textes.
- **1er paragraphe**: anecdote, récit, question, citation
- **Phrases courtes**: maximum 10 à 12 mots.
Supprimer les adjectifs inutiles.
- **Une idée** par phrase.
- **Une signature** (+ photo de la personne qui signe ?)
- Termes **positifs** (“geen prikkeldraadwoorden”)
- **Post Scriptum**: fort lu -> nouvelle idée ou répétition

Een nieuwe vertaalslag

Principe: taalgebruik dichtbij de mensen

landbouw



onderwijs



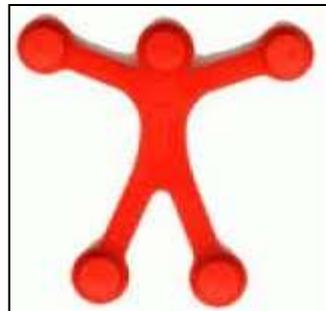
gezondheidszorg



WANNEER EEN NIEUWE NAAM?

1° omdat de vlag de lading niet meer dekt,
vanuit een **positieve** evolutie
= weinig risico aan verbonden

Réviser nom, logo, baseline ?



De evolutie van perceptie

- Van “wat wij doen voor kwetsbare mensen”
 - Van Rode Kruis als een zorgende organisatie
 - Van Rode Kruis als een ver-van-mijn-bed organisatie
 - Van goed bedoeld
 - Van “Altijd Paraat”
- + Naar “wat wij weerbare mensen helpen doen”
 - + Naar Rode Kruis als een emanciperende organisatie
 - + Naar Rode Kruis als een organisatie-van-ons-allen
 - + Naar goed georganiseerd
 - + Naar “Helpt helpen”

Nieuw logo & nieuwe baseline



Rode Kruis
Vlaanderen



Supports numériques

1 – Site Internet (module de paiement en ligne)

Le site, support privilégié de communication aux donateurs

- Message central *‘Ensemble avec vous’*
- Création de site: prestataires associatifs à votre service (Vertige, InformAction)
- Défi: après création du site, maîtriser son animation (actu) et la création de trafic (e-mailing)

Paiements en ligne au départ de votre site

- Faible utilisation en Belgique, sauf appels d’urgence
- Alternative: site partage de type www.dono.be

Supports numériques

2 – eNewsletter, page Facebook, etc.



E-Newsletter / page Facebook

- Surtout utile si mobilisations occasionnelles: pétition, événement de type 20 kms de BXL, crowdfunding
- Fréquence ?
Mises à jour: Ne pas négliger la charge de travail ?

Déclinaisons complémentaires prêtes à l'emploi – Votre « Bible »

- phrase ascenseur (base-line ?)
- version 'un paragraphe' (pitch)
- one pager (A4)
- version longue (3 pages)
- plusieurs argumentaires sur mesure
(particuliers, entreprises)
- concepts de campagne (slogans, visuels)



Choix des méthodes & techniques

Axe 'Promotion des legs'

2 - Axe 'Événements fundraising - Ventas'

(classiques, défis sportifs, 'peer2peer', etc.)

-> Activer des atouts complémentaires:
réseautage, Ambassadeur de la cause,
campagne annuelle, ... ?

4 – Axe 'Direct mail', parrainage, domiciliations

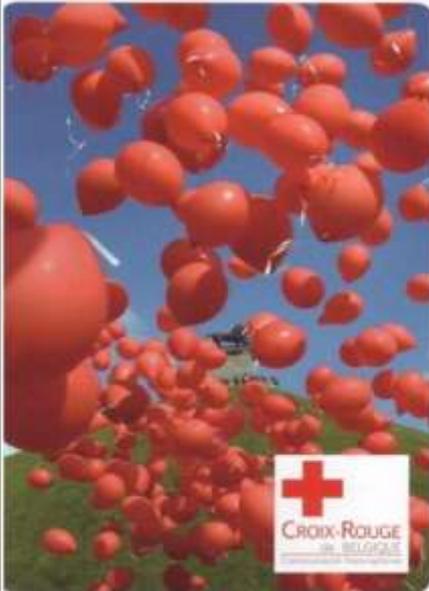
6 – Axe 'Promotion des legs'

8 – Axe 'Mécénat' (PME, grandes entreprises,
Fonds et Fondations)

Promotion des legs

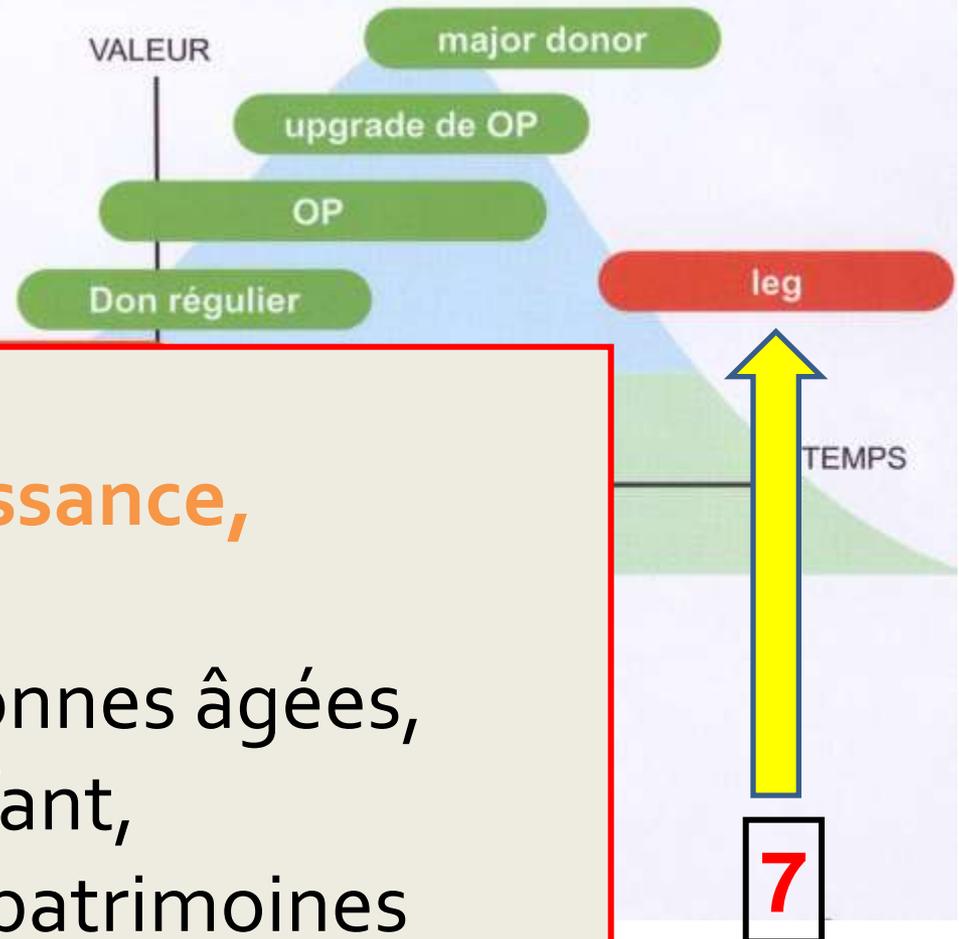
- a) Le marché des legs à finalité philanthropique
- b) Notions juridiques
- c) Legs en duo: atouts, contraintes
- d) Actions de promotion
 1. à votre initiative
 2. collectives: Testament-be

**UN DON
DANS VOTRE
TESTAMENT...**
... pour que la vie
continue



Promotion et gestion des legs

46



**Un marché en croissance,
partout en Europe**

d'avantage de personnes âgées,
de couples sans enfant,
accroissement des patrimoines

Source: Wegener

1. Fondation contre le Cancer (29,7 m €)
2. Kom op tegenkanker (9,7 m €)
3. Rode Kruis Vlaanderen (7,7 m €)
4. Ligue Braille (7,3 m €)
5. FNRS-Télévie (6,9 m €)
6. Fondation Louvain (6,7 m €)
7. Croix-Rouge de Belgique (5,6 m €)
8. Fondation Roi Baudouin (5,2 m €)
9. Action Damien (4,8 m €)
10. KUL – Universiteitsfonds (4,2 m €)

Legs: secteurs privilégiés (1/2)

6a

1. Proximité (santé, maladie sauf handicap)

62 assoc, 42% des legs, 0,48 m € par assoc/an

2. International (Développement, sauf Santé)

106 assoc, 23% des legs, 0,15 m € par assoc/an

3. Enseignement supérieur – Recherche

11 assoc, 16% des legs, 1 m € par assoc/an

4. International (Santé)

13 assoc, 15% des legs, 0,80 m € par assoc/an

Legs: secteurs privilégiés (2/2)

5 Nature – Environnement – Protection animale

4 assoc, 3% des legs, 0,45 m € par assoc/an

Attention: Protection animale = sous-estimé

6 Proximité: jeunes

22 assoc, 1% des legs, 0,02 m € par assoc/an

7 Proximité: précarité & divers

48 assoc, 1% des legs, 0,01 m € par assoc/an

Vos opportunités en legs dépendent de votre thématique, et surtout du nombre de sympathisants qui vous connaissent.

Legs aux association: notions juridiques

- Procédure administrative: autorisation préalable pour les legs > 100.000 € (via le Ministère de la Justice).
Cette exigence serait bientôt supprimée.
- Types de testaments: olographe, notarié, ...
- Quotité disponible: montant disponible après soustraction des droits successoraux des héritiers réservataires (enfants)
- Droits de succession: variables par région (7% à Bruxelles)

Toutes infos utiles sur les sites notaris.be et testament.be

- **Principe**

Faible taxation, car l'assoc paie les droits de succession des héritiers indirects

Disposition réglant simultanément deux legs, au bénéfice de tiers (autres que héritiers directs) et d'une association

- **Avantageux**, si aucun héritier direct, pour:

- Le testateur et les héritiers indirects

(ils évitent les droits de succession de 70%)

- l'association (son bénéfice ne 'coûte' rien au testateur)

- **Inconvénients**

- complexité (toujours recommander recours au notaire)

- risques pour l'association si évolution ultérieure du patrimoine du légataire (à suivre de près !)

Legs en duo

Attention

Une convention de type LEGS EN DUO doit être régulièrement réévaluée, pour tenir compte d'éventuelles fortes variations dans la situation patrimoniale.

Donner plus à vos héritiers tout en soutenant les plus démunis, c'est possible avec le Duo-legs et la Croix-Rouge !

EXEMPLE : Vous disposez de 200.000 EUR à léguer à votre nièce :

① **SANS LA CROIX-ROUGE :**

| | |
|------------------------------------|--------------------|
| Montant | 200.000 EUR |
| Droits de succession | - 100.000 EUR |
| Montant légué à votre nièce | 100.000 EUR |

② **AVEC LA FORMULE DUO-LEGS DE LA CROIX-ROUGE :**

| | |
|------------------------------------|--------------------|
| Montant | 200.000 EUR |
| Droits de succession | - 60.000 EUR |
| Don à la Croix-Rouge | 15.000 EUR |
| Montant légué à votre nièce | 125.000 EUR |

D'autres formules de legs existent ! Il y en a forcément une qui vous conviendra. N'hésitez pas à nous appeler, nous nous ferons un plaisir de vous conseiller.

Nous sommes à votre disposition pour répondre à toutes vos questions

- ☎ Au 02 371 32 15
- ✉ Par mail : florence.doyen@redcross-fr.be
- 🌐 Ou visitez notre site internet : www.croix-rouge.be





Sans legs en duo :

| | |
|-------------------------------|-----------------|
| Montant | 100 000 € |
| Droits de succession (*) | - 40 625 € |
| Reste pour votre nièce | 59 375 € |

Avec la formule du legs en duo :

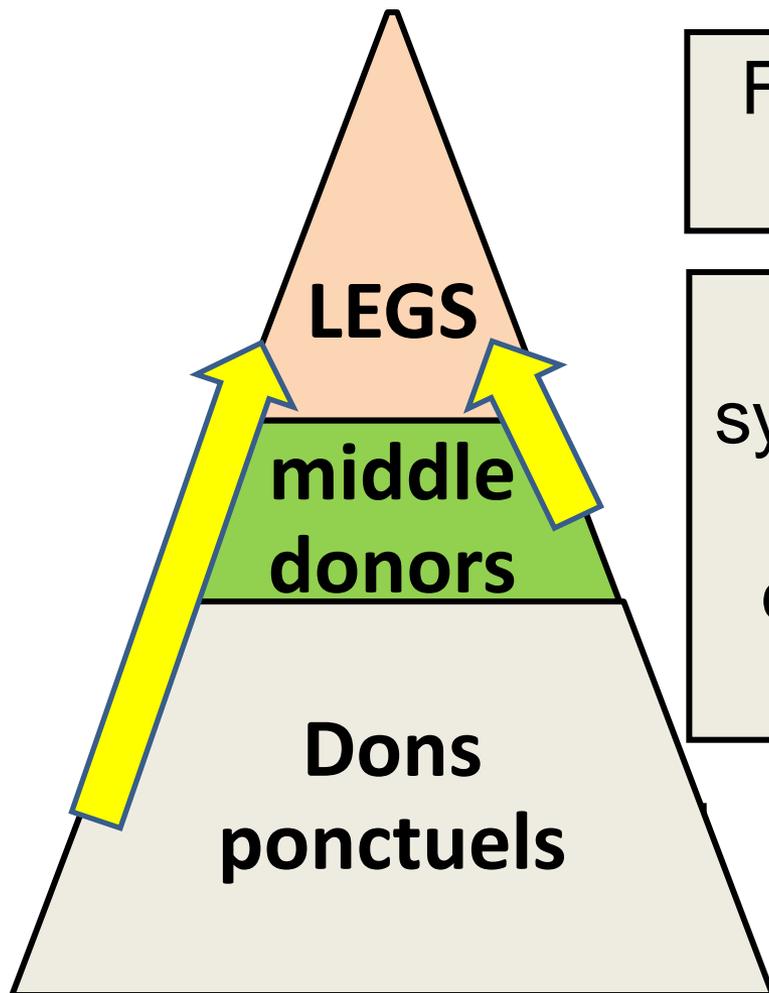
| | |
|-------------------------------|-----------------|
| Montant | 100 000 € |
| Droits de succession (*) | - 25 325 € |
| Legs à Justice et Paix | 9 675 € |
| Reste pour votre nièce | 65 000 € |

→ Soit **5 625 € de plus** pour votre nièce !

Notre stratégie permanente de promotion des legs en interne

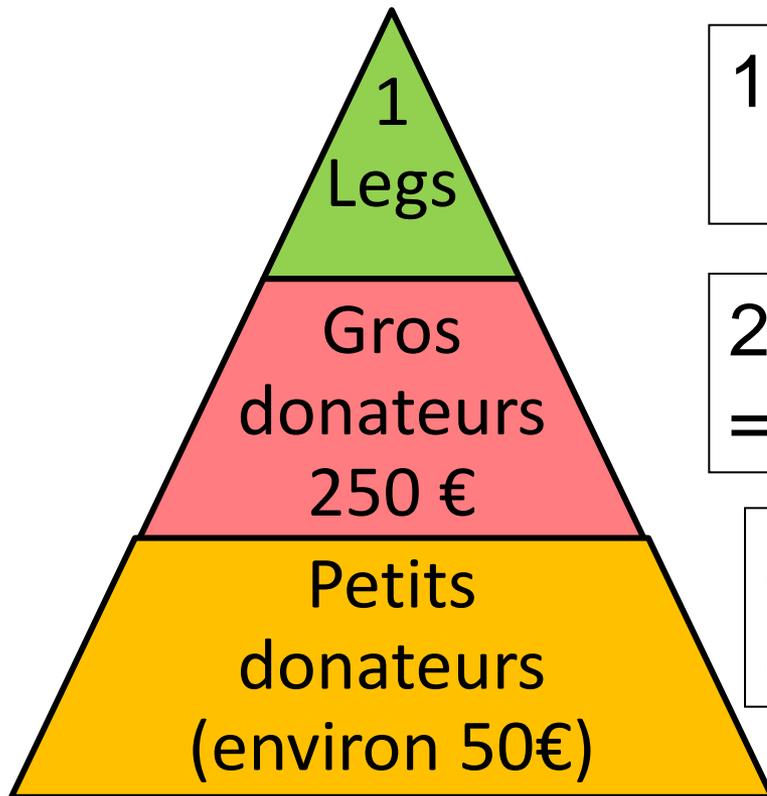
Faire connaître l'option 'Legs' à tous nos sympathisants

Sensibiliser nos propres sympathisants est plus efficace qu'investir dans des Guides des Legs, dossiers 'Legs' de journaux ou Testament.Be



Exemple (petite association)

un petit legs tous les 5 ans produit autant que
30% des recettes sur cette période



1 legs de 50.000 €
tous les 5 ans

20 middle donors x 250€ x 5ans
= 25.000 €

300 donateurs x 50€ x 5 ans
= 75 000 €

Message: votre utopie fondatrice + « *Le monde à venir* »

- 1. Promotion -> tous vos sympathisants:** régulièrement, sur tous vos supports + votre petit dépliant 'Legs'
- 2. Promotion personnalisée:** sélectionner cible, tel./visite (présenter tous vos défis, dont les legs), approche *soft*
- 3. Promotion externe (?)** dans Guide des Legs, Supplément Aide & Solidarité LLB, campagne TESTAMENT.BE
Attention: bilan 'coût-efficacité' souvent négatif !
- 4. Conseils juridiques aux donateurs:**
prévoir notaire ami en stand-by

J'AI LA CHANCE D'AVOIR TOUTE MA TÊTE !

Je lègue à l'ICM pour que chacun profite de son cerveau plus longtemps.

Le Fonds de l'ICM pour la Mémoire humaine (FMI) est un premier pas vers l'élaboration d'un centre de recherche et de soins pour les maladies neurodégénératives. L'ICM est un établissement à but non lucratif qui a pour mission de promouvoir la recherche scientifique, l'éducation et l'accompagnement des personnes atteintes de maladies neurodégénératives. Le FMI est un outil de financement de la recherche et de soins pour les personnes atteintes de maladies neurodégénératives.

VOTRE CONTACT PRIVILÉGIÉ

Madame Carole Darnier, Responsable des donations se trouve à votre disposition pour toute question sur les legs, donations et assurance-vie. N'hésitez pas à la contacter au : 01 47 21 40 47 - carole.darnier@icm-institut.org

ICM — INSTITUT DU CERVEAU ET DE LA MOELLE ÉPINIÈRE

Hopital Pitié-Salpêtrière - 47, Bd de l'Hôpital - 75013 PARIS - www.icm-institut.org



CHICKEN, TRONK, SATHÉ, POUP ROUS & AVEC MOU

Léguer

à la Fondation 30 Millions d'Amis

c'est laisser l'empreinte de votre tendresse

FONDATION
30
MILLIONS
D'AMIS
ÉLÉPHANT
PILULE PRODIGE

Depuis 1982, la Fondation 30 Millions d'Amis rassemble tous ceux qui aiment et aident les animaux. Elle se bat sur tous les fronts pour rendre à nos fidèles compagnons tout l'amour qu'ils nous donnent : soutien aux refuges, lutte contre les trafics et l'expérimentation animale, défense des droits de l'animal... Les legs et assurances-vie, exonérés de droits de succession, nous aident à poursuivre toutes ces actions.



POUR TOUTE QUESTION SUR LA FONDATION 30 MILLIONS D'AMIS OU SUR LE TRAITEMENT DES DOSSIRS :

contacter Jean-François LIGERELLE, Président général, au 01 56 09 04 17

Fondation 30 Millions d'Amis - 40 Cours Albert 1^{er} - 75008 PARIS
www.30millionsdamis.fr

LEGS, DONATIONS, ASSURANCES-VIE



JE SERAI LÀ DEMAIN POUR FAIRE AVANCER
LA RECHERCHE SUR LE CANCER



L'espoir de vaincre le cancer, c'est l'héritage que vous pouvez transmettre aux générations futures. Avec la Fondation ARC, première fondation française 100% dédiée à la recherche sur le cancer, reconnue d'utilité publique, vous pouvez concrétiser cette espérance. En transmettant à la Fondation ARC un legs, une donation ou une assurance-vie, vous donnez aux chercheurs les moyens de poursuivre leurs travaux dans la durée et de sauver des vies.

www.fondation-arc.org



Vous pouvez nous contacter
au 01 45 59 59 62
transmissionpatrimoine@fondation-arc.org



Dans 10 ans,
Léa transmettra la Foi
à vos petits-neveux
dans une nouvelle aumônerie.

Grâce à vous.

Léguer à l'Église catholique,
c'est un geste d'Espérance.

Legs, donations et assurances-vie.

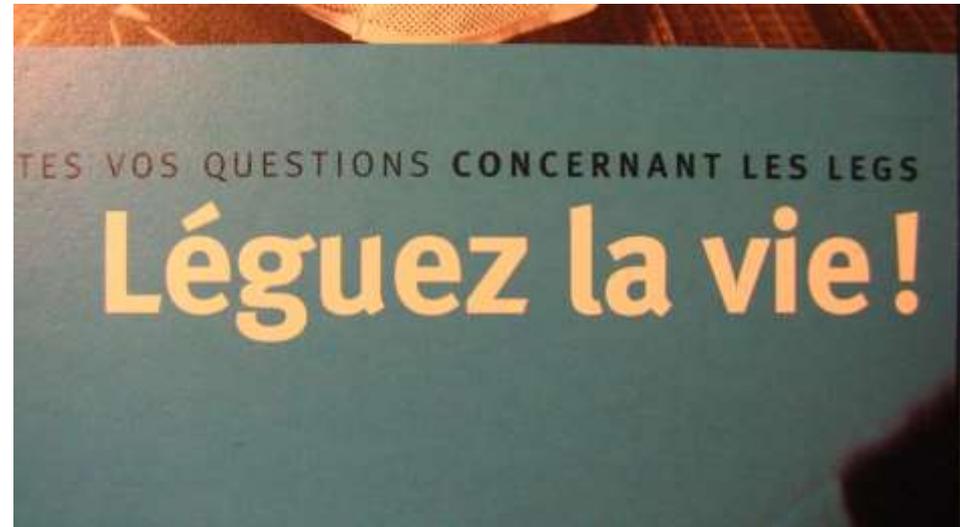
Parlez-en à votre curé ou contactez votre évêché
www.legs.catholique.fr



Disponible de jour
comme de nuit...
grâce à votre soutien



Child Focus
☎ 116000



TES VOS QUESTIONS CONCERNANT LES LEGS

Léguer la vie!



20 ANS LUTTE CONTRE ALZHEIMER

La maladie d'Alzheimer, l'un des principaux défis du 21^{ème} siècle.

Vous aussi, apportez votre contribution pour un monde meilleur sans Alzheimer en intégrant la **Fondation Recherche Alzheimer (FRA)** dans votre testament. Vous continuerez ainsi à soutenir la recherche, même si vous n'êtes plus là...

La FRA est la seule fondation d'utilité publique qui finance la recherche scientifique sur la maladie d'Alzheimer en Belgique. La FRA est autorisée à accepter des legs. En favorisant la FRA dans un legs en duo, vous permettez à vos proches d'épargner des droits de succession élevés.

Si vous voulez en savoir plus concernant les testaments et le legs en duo, commandez alors notre nouvelle brochure « **Protégez et planifiez votre héritage** », guide pratique qui apporte une attention toute particulière aux mesures de protection pour les personnes atteintes de démence ou d'Alzheimer.

D'autre part, si vous souhaitez des conseils pour votre testament, vous pouvez envoyer un e-mail en toute confidentialité à : fondationalzheimer.be@gmail.com

BON DE COMMANDE

OUI, je commande la nouvelle brochure « Protégez et planifiez votre héritage », un guide pratique pour quiconque a peur de la démence et de la maladie d'Alzheimer.

Nom :

Prénom :

Adresse :

N° : - Bte :

Code postal :

Localité :

E-mail :

Tél ou n° GSM :

Envoyez votre bon de commande par fax : 02/424.02.05, par mail à : fondationalzheimer.be@gmail.com ou par courrier à :
Fondation Recherche Alzheimer
ZI Researchpark 310 • 1731 Zellik



Fondation Recherche Alzheimer

- Spot radio/TV, print, etc
- 'Guide', salon, infos
- conseil aux associations
- Cotisation coûteuse pour petites associations





Transmettez aussi votre générosité.

AJOUTEZ UNE BONNE CAUSE DANS VOTRE TESTAMENT



avantages & inconvénients pour petites associations

1. Demandes de brochures: % de conversion en legs ?
2. Réunions d'information ('Koffietafels'): ***
3. Salons du Testament: Square, Zenith, en province,...
4. Sur-médiatisation des legs en duo ?
5. Offre 'back-office, livres, folder' OK pour petites assoc
6. Faible debriefing: manque d'indicateurs de résultat ?
7. Tarif disproportionné pour petites/moyennes assoc
8. Choix 'marketing' sans consultation préalable
(expertise des associations)
Comité Stratégique ? Comité Consultatif des assoc ?
9. Gouvernance de l'asbl Testament.be: AG, comptes ?

Indicateurs de résultat - Segmentation

Logiciels de gestion de fichiers

7

- a) Indicateurs de résultat (KPI):
 - RFM: Recency-Frequency-Money
 - Cycle de vie & 'Life-time value'
- b) Segmenter pour mieux cibler
(récence du don, classe d'âge, ...)
- c) Database management software:
logiciels CRM, ou applications
standard de gestion des donateurs.

Scoring selon l'indicateur Recency x Frequency x Money

Récence

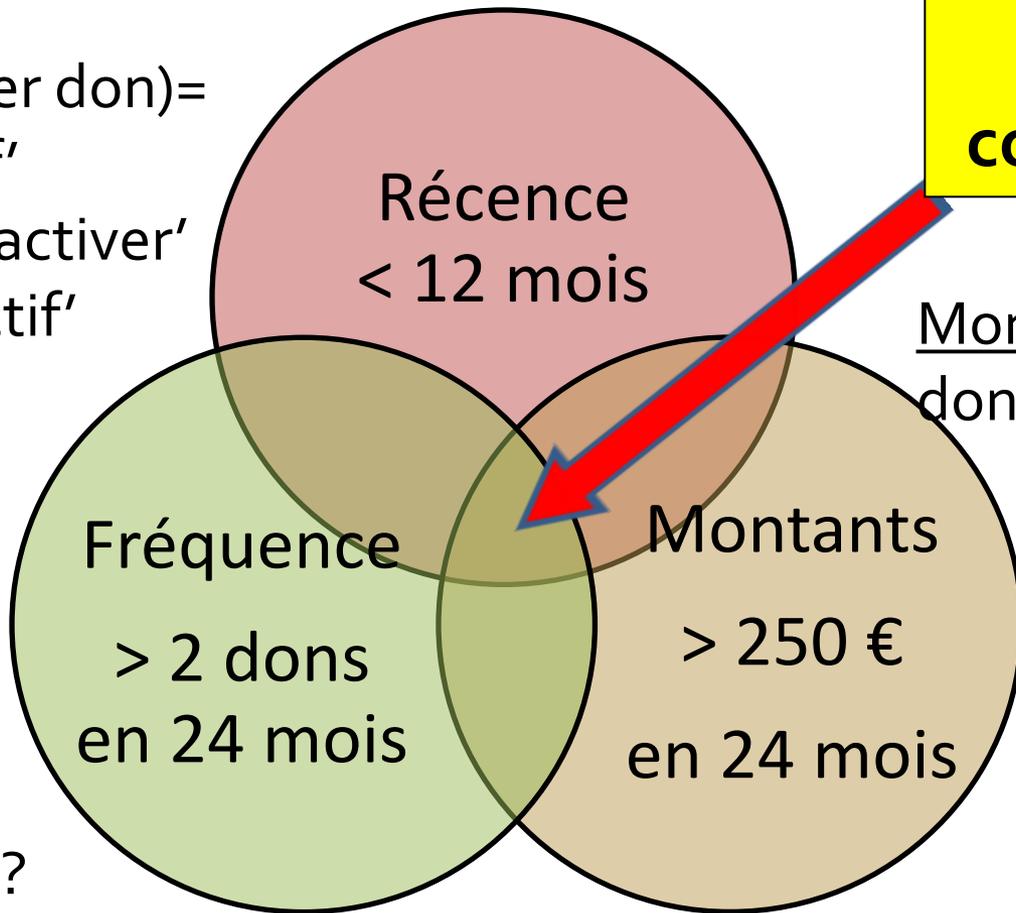
(récence dernier don)=

< 13 mois: 'actif'

< 24 mois: 'à réactiver'

> 24 mois: 'inactif'

**Votre
coeur de cible**



Montant = total dons depuis 24 mois

Fréquence =

< 1 x en 24 mois ?

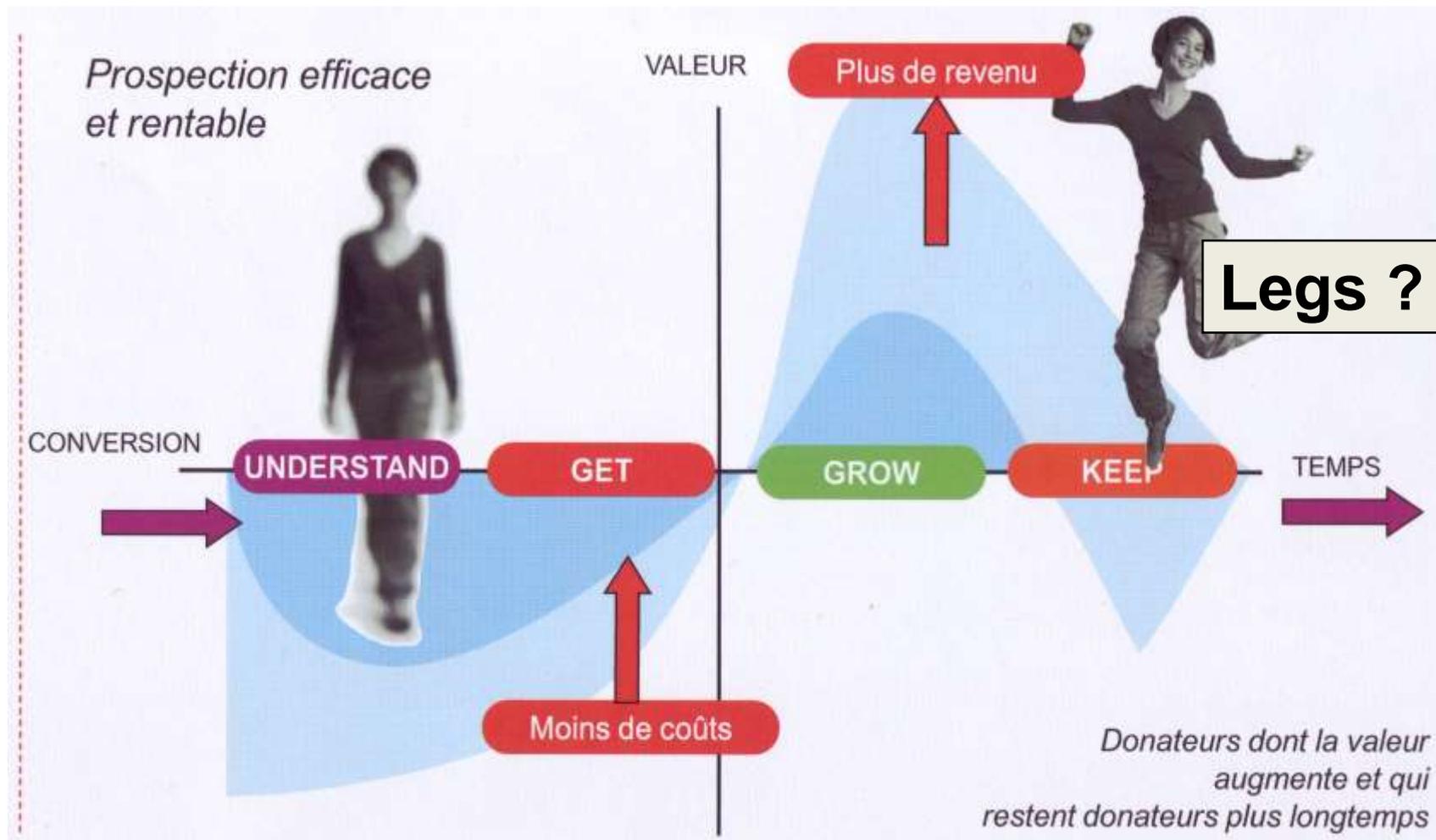
2 x en 24 mois ?

> 2 x en 24 mois ?

'Donor life-time value'

7a

Coûts en recrutement, puis efforts en fidélisation



Segmenter votre fichier (actifs, inactifs,...) pour cibler plus efficacement

Segmenter permet de personnaliser votre communication pour chaque segment du fichier.

- Vos segments sont exploitables si:
 - aisément **identifiables** (sélection & évaluation ex-post aisées)
 - **homogènes** (cibles susceptibles d'adhérer au même message)
 - **substantiels** (assez de donateurs dans chaque segment qui recevra un message différent)
- Eviter les segmentations complexes (ingérables)
- **Publi-postages semi-personnalisés** (Excel + Word)



Cibler les donateurs par 'segments'

7b

Un ciblage réussi classe les donateurs suivant leur potentiel. Ce classement en segments permet de planifier sur l'année des actions de communication différenciées par segment:

- a) **inactifs** depuis > 24 mois), à ne plus solliciter
- b) **inactifs récents** (12-23 mois): message soft de réactivation, ou contact direct
- c) **domiciliations**: informer mais ne pas solliciter x fois par an
- d) avec **don récent** (< 6 mois): remercier, mais ne pas re-solliciter dans l'immédiat
- e) **1^{er} don**: remercier rapidement + envoyer Welcome Pack
- f) **autres donateurs** actifs: définir nombre d'appels par an

CRM: logiciels orientés 'database management'

1 - CRM puissants, sans bonne gestion des dons

- **Segmentation de** nos principales cibles
- Identifier les **prospects** à ne pas perdre de vue
- Tenir un **historique** de tous les contacts de l'équipe
- Faciliter la diffusion d'infos à destination de **cibles restreintes** (lettres personnalisées, newsletters)
-> solutions ACT!, Maximizer, et sous **Salesforce**

2 – Applications CRM + gestion des dons

- Petit fichiers: solution Infodons (Constant Software)
- Gestion de grands fichiers (cloud):
Espadon (iRaiser) bientôt 'Cloud', et **Procurios** Software.

Choix des méthodes & techniques

Axe 'Mécénat – Fonds & Fondations'

2 - Axe 'Événements fundraising - Ventés'

4 – Axe 'Direct mail', parrainage, domiciliations

6 – Axe 'Promotion des legs'

8 – **Axe 'Mécénat'**

8a - PME, grandes entreprises

8b - Fonds et Fondations

Mécénat financier et/ou de compétences

- Cible prioritaire: PME & entreprises familiales
- Cible complémentaire: grandes entreprises mécènes

a) PME

- a) Renforcer notre approche 'réseau'
- b) Mécénat/Sponsoring: surtout de proximité
- c) Mobilisation 'indépendants & PME'
au travers des service-clubs ?

b) Grandes entreprises:

Responsabilité Sociétale des Entreprises

Mécénat discret d'entreprises familiales

Mécénat, RSE: principaux acteurs

c) Mécénat de compétences

Entreprises: PME ou grandes entreprises identifier des opportunités réalistes

- Fonction de **veille** :
suivre l'actualité locale et sectorielle
- S'entourer de **personnes-relais** bien informées
- Rechercher des opportunités dans les secteurs proches (niveau local ou secteur proche de votre association)
- S'entourer de **prescripteurs** connus dans les réseaux d'entreprises à prospecter

Mécénat de proximité

(stratégie de réseautage local / dans votre secteur)

Opportunités de mobilisation au plan local: détection via

- Services-clubs, Cercle régional d'entrepreneurs
- Chambres de Commerce (administrateurs BECI)
- Associations de Commerçants (Président)
- Chambre de commerce belgo-pays X
- Décideurs du Top local d'entreprises familiales, via
 - TRENDS TOP 30.000 (tri région + secteur + C.A.)
 - Moniteur belge (coordonnées privées des administrateurs)
 - Google, Mediargus, LinkedIn (profil de vos contacts 'pro')



Mécénat de proximité

Que demander ? Quoi offrir en retour ?

Vos demandes (réalistes et efficaces)

Mécénat de compétences:

Conseil stratégique (marketing-publicité), relations publiques (carnets d'adresse,...), etc.

Aide en nature

Lieu pour événement exceptionnel, stand sur événements à forte visibilité, catering, artiste/chorale, etc.

Soutien financier original:

Partenariat sur 3 ans, sponsoring 'défi sportif', etc.

Valorisation offerte en contre-partie

Implication directe (si demande), visibilité, ...

Service-clubs

8a

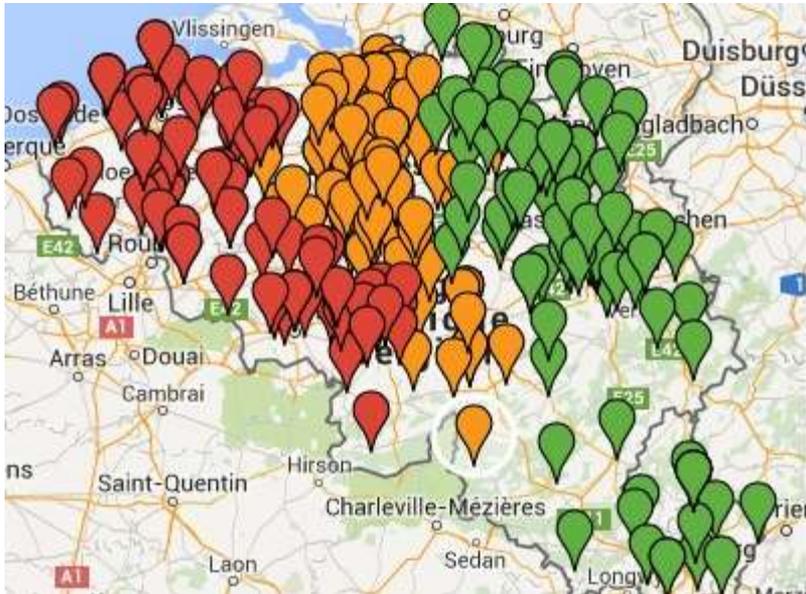


DOING GOOD IN THE WORLD



An estimated 878 million people around the world – nearly half of them employed – live on less than \$1.25 per day.

In India, Rotary Foundation alumna Hannah Warren is helping impoverished women weavers gain access to training, materials, and international markets – enabling them to earn a living wage.



The Global Polio Eradication Initiative thanks the health workers who have immunized more than **230 million children** across Africa.

endpolio.org

Grandes entreprises: connaître leurs critères !

8a

ING soutient votre
ASSOCIATION
préférée en Belgique

Electrabel soutient
SOS Villages d'Enfants.
Soutenez-les aussi sur
www.sos-villages-enfants.be



Vieilles chaussures
MERCI POUR VOTRE SOUTIEN !
Découvrez le résultat final :
992337 paires
Vieilles chaussures collectées



Rendement et engagement sociétal des assureurs



Offrez un Noël chaleureux
1 PACK ACHETÉ = 2 TASSES PARTAGÉES
2.616.946
Que fait-on de toutes ces tasses ?

Responsabilité Sociétale des Entreprises

Priorité RSE: associer le personnel

-> Mécénat de compétences, etc.

8a

- Engagement citoyen des grandes entreprises:
R.S.E plutôt que *philanthropie, mode, caprice du CEO, alibi* ('window-dressing')
- Pour l'entreprise (culture philanthropique anglo-saxonne)
 - **rencontre** entre deux mondes: l'entreprise associe son personnel face au défi d'une assoc (équipe, projets)
 - un moyen de se différencier, de communiquer & **mobiliser autrement**, en interne et en externe
 - volet 'solidarité' de la RSE: parfois dons (projets de proximité), surtout **bénévolat, mécénat de compétence**



Guide de la Philanthropie
Donner du sens à votre engagement
www.kbs-frb.be



**Conseiller et accompagner les
initiatives philanthropiques**
www.degroofpetercam.be

Axe 'Mécénat': nos priorités en 2019-2021 ?

Mécénat de proximité ?

- Vos besoins prioritaires (financier + expertise +...)
- Vos personnes-relais
- Comment motiver/valoriser l'entreprise partenaire ?
- Services-clubs ?
- Priorités 2019-2021 ?

Grandes entreprise ?

- Identification de leurs critères de soutien ?
- Opportunités en mécénat de compétences ?
- D'abord mobiliser des connecteurs issus du secteur ciblé ?

Fonds & Fondations - Philanthropie



1. Fonds & Fondations
2. Philanthropie
3. Fonction de veille

Fondation
Roi
Baudouin

**La Fondation
Roi Baudouin pèse...**
506 millions d'€



Elle a réalisé un bénéfice
de 74 millions l'an passé!

Fonds redistributeurs sur base d'appels à projet
Consulter le site 'Bonnes Causes.be'

Le Centre de Philanthropie:
donner du sens à votre engagement

Octroi de facilités pour attestations fiscales

- Fonds 'Les Amis de'
- Cercles de donateurs
- Comptes 'Projets'

Mécénat d'entreprises, fonds et Fondations : veille des opportunités (appels à projet)

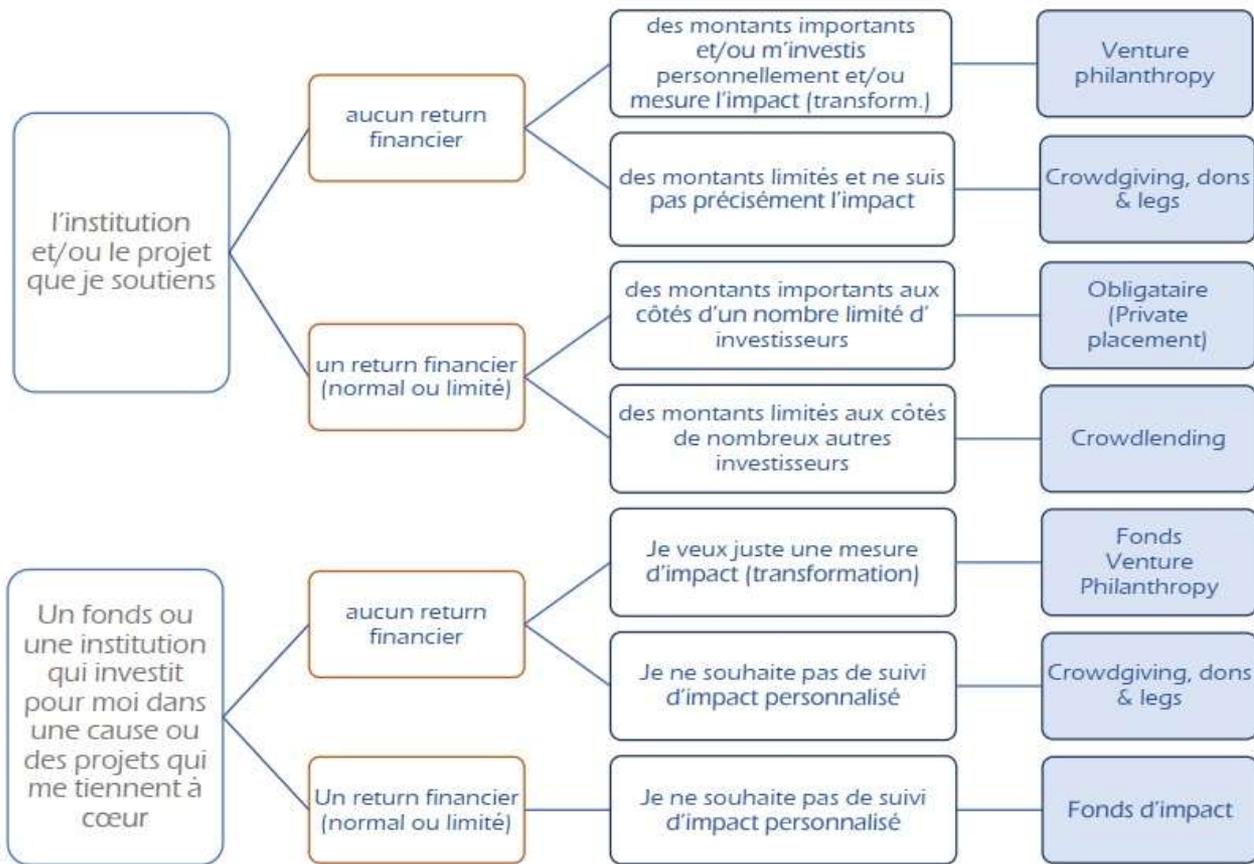
- Fondation Roi Baudouin (appels à projet)
-> site 'Bonnes Causes.be'
- Fonds et Fondations d'entreprises:
BNP-Paribas – Fonds P&V – CERA – AG – ENGIE – ING ..
- Loterie Nationale
- Private banking (Delen, Degroof-Petercam, etc):
conseil en philanthropie
- Majorité de projets 'de proximité' (Belgique): United
Fund for Belgium / Cap 48 / Le Soir / ...

Axe 'Fonds et Fondations': vos priorités en 2019-2020 ?

- Utilisation maximale des services offerts par la Fondation Roi Baudouin (FRB)

- Identification des principaux fonds hors FRB
- Connaissance des critères d'octroi des différents fonds
- Opportunités au plan de philanthropes

Autres options: venture philanthropy , crowdlending, private placement, fonds d'impact,...



Source: Laurent Remacle, CBC



Notre plan d'action 2020-22 en 4 étapes

Etape 1

- Check-up initial: SWOT et/ou benchmarking

Etape 2

- Objectifs dans 3 ans (cibles et méthodes) ?

Etape 3

- Choix des indicateurs de résultat ?

Etape 4

- Réalisation du plan: ressources & pilotage

Rédiger votre plan d'action 'fundraising'

Etape A - Bilan

- 1) bilan par analyse SWOT
- 2) bilan par benchmarking
- 3) Scoring des actions envisageables

| Catégories d'entreprises ciblées | + | - | Next ? |
|--|---|---|--|
| a <u>Entreprises locales/régionales</u> a1 dons (mécénat) / 'Partenariat' a2 sponsoring (publicité, ...) a3 fundraising events (teambuilding,...) a4 aide logist, mécénat de compétences | + | - | Now ? Later ? Now ? Later ? Now ? Later ? Now ? Later ? |
| b <u>Entreprises & métiers proches</u> - du domaine d'action de votre assoc - de vos réseaux relationnels <i>business</i> | + | - | Now ? Later ? Now ? Later ? |
| c <u>Grandes entreprises mécènes & fonds</u> - critères 'mécénat' // vos actions - autres pistes à creuser | + | - | Now ? Later ? Now ? Later ? |

SWOT de votre participation aux 20 kms de Bruxelles

9a1

| Indicateurs | Positif ? | Négatif ? |
|------------------------------|-----------|-----------|
| Evolution total participants | + | |
| Evolution 'don moyen' | | - - - |
| % de participants fidélisés | | - |
| Votre charge de travail | + + + | |
| Poids des coûts fixes | + + + | |
| Impact au plan 'notoriété' | | - |
| €: croissance envisageable | + + | |

‘Collecte de fonds’ par rapport à ‘alternatives’

| | |
|--|--|
| Collecte de fonds | dons , ordres permanents, legs |
| | ventes “au profit de...” fundraising <i>events</i> |
| | sponsoring, mécénat , mécénat de compétences |
| | Fonds & fondations (ponctuel ou récurrent) |
| Alternatives hors collecte de fonds | membership, vente de vos services, subsides ... |

2 - Bilan 'Benchmarking': best of des soutiens financier, compétences, 'en nature', etc.

ING soutient votre



préférée en Belgique

Electrabel soutient
SOS Villages d'Enfants.
Soutenez-les aussi sur
www.sos-villages-enfants.be



Vieilles chaussures

MERCI POUR VOTRE SOUTIEN !
Découvrez le résultat final :

Vieilles chaussures collectées

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 9 | 9 | 2 | 3 | 3 | 7 |
|---|---|---|---|---|---|

paire



Offrez un Noël chaleureux

1 PACK ACHETÉ = 2 TASSES PARTAGÉES

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2 | . | 6 | 1 | 6 | . | 9 | 4 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|

Que fait-on de toutes ces tasses ?



Rendement et engagement sociétal des assureurs

Via SWOT et/ou benchmarking:

vos constats essentiels en termes de forces et faiblesses

- 1. Notre image et positionnement:** compétent/expert, 100 % bénévole/honnête, nouveau/innovant, ancien/fiable ???
- 2. Communication / fundraising:** supports et ressources
 - a) Supports de communication (site, folder, Rapport d'activités)
 - b) Supports de fundraising (appels de fonds, événements, etc)
 - c) Compétences: Expérience, expertise en Marketing & Fundraising
 - d) Fundraising events: ressources (bénévoles,...) mobilisables
- 3. Base actuelle** de donateurs & sympathisants
- 4. Nos réseaux:** qualités (expertise, réseau, etc) de nos personnes-ressources & organisations partenaires ?
- 5. Budget suffisant** pour débiter/renforcer votre fundraising ?
« Osons-nous investir en fundraising ? » -> opinion du C.A., de l'A.G.

Choix des axes à privilégier

| Ressources | 2020 | 2021 | 2022 |
|----------------------------|----------------|----------------|----------------|
| Subsides | 180 m € | 190 m € | 170 m € |
| Générosité publique | 15 m € | 20 m € | 40 m € |
| Vente de services | 5 m € | 5 m € | 10 m € |
| Total | 200 m € | 215 m € | 220 m € |

| Générosité publique | 2020 | 2021 | 2022 |
|--|-------------|-------------|-------------|
| Particuliers | ... m € | ... m € | ... m € |
| Structures locales/proches (services-clubs, écoles, ..) | ... m € | ... m € | ... m € |
| Entreprises (PME) | ... m € | ... m € | ... m € |
| Grandes entreprises | ... m € | ... m € | ... m € |
| Fonds & Fondations | ... m € | ... m € | ... m € |
| Total | ... m € | ... m € | ... m € |

| | | | |
|----------------------------|---------|---------|---------|
| Subsides | ... m € | ... m € | ... m € |
| Autres recettes: ventes,.. | ... m € | ... m € | ... m € |

Scoring = évaluer le rendement court terme et moyen terme des actions fundraising envisageables

Quelles **cibles** (donateurs) privilégier ?

- 1) Particuliers (fidélisation): o.p., major donors
- 2) Particuliers (prospection)
- 3) Mécénat et/ou de proximité
- 4) Subsidés
- 5) Fondations, mécénat 'grandes entreprises'

Quelles **actions** fundraising privilégier ?

- a) Mailings (appels de fonds) -> dons ponctuels
- b) Programme 'o.p.' (Club, Parrainage,..)
- c) Événement annuel
- d) Stratégie de contacts 'perso' systématique

Scoring =
 Potentiel €€€ de
 cette cible
 (à ct & mt) ?
 + vos atouts actuels
 (réseau, technique,
 budget ?)
 - vos atouts
 manquants
 (réseau, technique,
 budget ?)



Vos objectifs stratégiques 'fundraising' dans 3 ans

Objectifs

Plan d'action

- ambitieux, motivants
- atteignables (évaluer vos capacités)
- concrets: donateurs ciblés, moyens & supports clairs (compris par tout le monde)
- bornés dans le temps: CT, MT, LT
- mesurables (indicateurs de résultat)



Budget : maîtrise des coûts

- Pour collecter des dons et legs, il faut d'abord **investir**
- Balises **éthiques**: coûts fundraising < 30% recettes, sur trois ans
- Evaluer les **risques** des investissements envisagés
 - prospection **direct mailing**: % de remontée, break-even ?
 - prospection **street fundraising**: break-even après ??? mois ?
 - **vente** de produits: coûts d'organisation, résultat net,...
 - **événements** : diversification suffisante des recettes (sponsors, tombola,...), maîtrise des coûts (partenaires efficaces) ?
 - prospection externe de **major donors & capital campaign**:
Attention: investissement sans résultat avant minimum 18 mois

Définir vos moyens tactiques et indicateurs de mesure

1. Dégager **consensus interne**: approbation par équipe & toutes instances (bénévoles,...) devant s'impliquer par la suite. Concilier recherche du consensus et efficacité !
2. **Autonomie**: décider hors influence d'experts extérieurs
3. Elaborer plusieurs scénarios (fundraising is about **testing**)
4. Vision claire des **moyens** pour atteindre les objectifs
5. Incrémenter: identifier les **étapes** pour arriver *d'ici à là*.
6. Penser à moyen terme (**minimum 3 ans**)
7. Résumer votre plan d'action sur un **schéma (6 pages ?)**

Réalisation et pilotage

Plan d'action

Etape 4

Administration – Gestion

- a) Supports informatiques
- b) Attestations fiscales
- c) Sous-traitance (prestataires commerciaux?)

Comité de pilotage

- a) Composition, mission
- b) Mécénat de compétences

Ressources extérieures (formation, information)



Sources d'information

Site www.fundraisers.be

-> Actualité belge & internationale

-> liens utiles

The screenshot shows the website 'Fundraisers forum' with the tagline 'Plateforme d'information' and 'Informatie Platform'. The navigation menu includes: Homepage • Why ? • Workshops • Sector • News (Belgium) • News (international) • Agenda • Resources • Tips & Tricks • Links • Contact. The current page is 'Sommaire des Fiches Info'. A dropdown menu is open over the 'Sommaire des Fiches Info' link, listing the following items: * Sommaire des Fiches Info *, Evaluer et planifier: méthodes, Publics-cibles: caractéristiques générales, Fundraising: méthodes & techniques, Message: éthique et efficacité, Optimiser la fidélisation, and Prospector: méthodes et cibles. On the right side, there are three promotional banners: 'Chaines d'informations', 'Lettre d'express de vos besoins', and 'Fundraising newsletter'. The main content area features an image of a cardboard box with question marks and the text: 'Bibliothèque en ligne de r...', 'Conçus sous la forme d'une bibliothèque...', 'le site FUNDRAISERS.BE ainsi que la s...', 'pas à pas.', 'Ce travail bénéficie bien des conseils et de la collaboration de divers praticiens de la collecte.', and 'Que soient vivement remerciées les compétences et bonnes volontés qui ont contribué à l'enrichissement des Fiches Info.'