

## Grands donateurs : les bonnes pratiques pour se (re)lancer | **DOSSIER**

RTE : un nouveau terrain d'opportunités pour les associations ? | **DÉCRYPTAGE**

*Kilomètre zéro* : repenser la quête de sens à travers votre fundraising | **INNOVATION**





## Édito C'était mieux avant ?

**A** chaque fois, le bouclage de ce numéro d'automne nous donne le sentiment que le temps s'accélère un peu plus sur cette période qui s'étale entre le retour de la pause estivale et le pic d'activité de fin d'année. Que le temps s'accélère et se densifie, et qu'il faut chaque année être plus réactif, plus efficace, sur tous les fronts. Ce monde du toujours plus d'immédiateté est porteur de superbes potentiels de collecte : plus précises, plus ciblées (*voir notre article p. 28 sur les forces de la publicité via la télé connectée*). Il permet de nouer des liens plus directs avec les donateurs potentiels ou avérés, de démultiplier les voies d'engagement grâce aux réseaux sociaux (*Côté pratique*, p. 26). Mais parfois, avouons-le, nous nous disons que c'était mieux avant. Quand nous avions le temps. Celui de réunir ce comité de rédaction « en vrai », par exemple ! Ne serions-nous pas victimes de ce fameux mal (français ?) qui pousse à vouloir opposer plutôt que conjuguer, concilier... Alors, au travers de ces pages, cherchons des leviers pour nous réconcilier avec le temps. Allions les modernes, qui ne jurent que par les réseaux sociaux, et les anciens, qui démontrent qu'il est trop tôt pour jeter le mailing papier à la corbeille (p. 31). Écoutons les conseils de notre dossier sur les grands donateurs, qui rappelle que la clé en la matière est d'avoir hâte de ne pas se presser, de prendre vraiment le temps de créer du lien avec les donateurs (p. 14). Suivons l'exemple de ces fundraisers qui se sont offert un temps de découverte et d'ouverture lors d'une *learning expedition* en Asie (p. 12). Et suivons la voie tracée par notre rubrique Out of the box (p. 22), qui nous apprend que l'une des clés pour développer une approche plus humaine, plus sincère et plus efficace de notre fundraising est de prendre le temps d'investir dans notre propre bien-être. Avec ces armes en main, aucun doute, ce sera en réalité mieux demain. ☺☺

Le comité de rédaction

*PS : N'oublions pas non plus de prendre le temps, le 3 décembre prochain, de célébrer ensemble l'engagement et le don sous toutes ses formes à l'occasion de Giving Tuesday !*

CHAMPPIXS

VLADIMIR VLADIMIROV

© FILO

© CHRISTINE BALDERAS

© DR

# #Sommaire

## Décryptage

- 06 Zoom sur...**  
RTE : un nouveau terrain d'opportunités pour les associations ?
- 10 Analyse de campagne**  
La SPA au HellFest
- 12 Reportage**  
En immersion dans la grande philanthropie asiatique

## Dossier

- 14 Grands donateurs : les bonnes pratiques pour se (re)lancer**

## Innovation

- 22 Out of the box**  
*Kilomètre zéro*
- 24 Côté recherche**  
Frais généraux élevés, associations pénalisées ?

## Clinique du fundraising

- 26 Côté pratique**  
Réseaux sociaux
- 28 Dr Digital**  
La télévision à l'ère du digital
- 31 Dr Fundraising**  
« Mailing is not dead » en 6 points clés

## Interview

- 34 3 questions à...**  
Louise Duflot, Institut Pasteur

## Courrier

- 35 Cher Docteur F.**  
**Portrait**
- 36 Marie-Alix Gombault**  
Tisser des liens pour préserver l'histoire

Publication trimestrielle éditée par l'Association Française des Fundraisers, association à but non lucratif enregistrée au JO du 15 mai 1996, dont le siège social se trouve 14 rue de Liège, 75009 Paris - Tél. : 01 43 73 34 65 Site internet : [www.fundraisers.fr](http://www.fundraisers.fr) - E-mail : [info@fundraisers.fr](mailto:info@fundraisers.fr) - ISSN : 1952-7284 - **Directeur de la publication** : Jonathan Hude-Dufossé - Rédactrice en chef : Yaële Aferiat - **Rédactrice en chef adjointe** : Éléonore William - **Comité de rédaction** : Alexandre Ayad, Mathilde Cadour, Charlotte Curis, Philippe Doazan, Éric Dutertre, Corentin Hue, Marie-Pierre Lamotte, Erik Lavarde, Sophie Le Maire, Sophie Rieunier, Frederic Therin, Noémie Wiroth - **Dossier** : Blanche Cabanel et Noémie Wiroth - **Photo de une** : LightFieldStudios - **Direction artistique et réalisation** : 21x29,7.



Association  
Française des  
Fundraisers

L'ASSOCIATION FRANÇAISE DES FUNDRAISERS EST LA RÉFÉRENCE EN MATIÈRE DE FUNDRAISING ET DE DÉVELOPPEMENT DES RESSOURCES DES ORGANISATIONS D'INTÉRÊT GÉNÉRAL. CONSULTEZ NOTRE CENTRE DE RESSOURCES EN LIGNE ET REJOIGNEZ NOTRE RÉSEAU : [FUNDRAISERS.FR](http://FUNDRAISERS.FR)

## Agenda

> 12 novembre

Accueil des nouveaux adhérents  
Paris

> 13 novembre

Forum national des associations  
et des fondations  
Paris (stand 126)

> 26 novembre

Formation • Fundraising digital,  
pourquoi et comment y aller ?  
Paris

> 28 novembre

Webinaire AFF

> 3 décembre

Giving Tuesday

> 10 décembre

Formation • Développer  
ses ressources avec les fondations  
et fonds de dotation  
Paris

> 11 décembre

Formation • Maîtriser la fiscalité  
liée à la philanthropie  
Paris

> 12 et 13 mars

19<sup>e</sup> Conférence ESR et santé  
Paris

> 24, 25 et 26 juin

24<sup>e</sup> Séminaire de l'AFF  
Paris

Retrouver l'ensemble  
des rendez-vous et formations  
de l'Association Française  
des Fundraisers (AFF),  
obtenir plus d'informations  
et adhérer en ligne :

[fundraisers.fr](https://fundraisers.fr)

## Étude

### Entreprises et inégalités sociales

L'engagement sociétal des  
entreprises pour combattre la  
pauvreté et les inégalités  
sociales

Kantar Insights et l'Association Française du  
Marketing (AFM) dévoilent les résultats d'une étude  
 inédite sur les pratiques de dons menées par les  
entreprises en France.

20 septembre 2024



jouer dans la lutte contre la pauvreté et les inégalités sociales. Cependant, les actions de solidarité les plus visibles restent majoritairement associées à des enseignes de la grande distribution, avec par exemple la collecte de produits ou l'arrondi en caisse. Seuls 6 % des Français sont capables de citer des marques engagées en dehors de ce secteur. Or, ces mêmes personnes interrogés estiment à 49 % que les marques ayant des actions de solidarité ont un impact positif sur la société et aimeraient voir se développer de nouvelles initiatives.

Cette étude souligne ainsi que l'entreprise a tout intérêt à exploiter ces leviers pour améliorer son image auprès de ses clients et employés. ●●

À retrouver ici : <https://www.kantar.com/fr/inspirations/research-services/2024-l-engagement-societal-des-entreprises-pour-combattre-la-pauvrete-et-les-inegalites-sociales>

# 30 %

C'est la part des jeunes âgés de 15 à 30 ans qui déclarent avoir été bénévoles pour une association au moins une fois par mois au cours de l'an passé, selon le baromètre Djepva sur la jeunesse, un chiffre à la hausse de cinq points depuis 2023. Parmi eux, 60 % déclarent avoir été actifs dans plusieurs domaines. Les plus populaires sont : le sport (42 % des bénévoles réguliers), la culture et les loisirs (35 %), puis l'action humanitaire, l'aide au développement et l'environnement (respectivement 22 % et 21 %). Cet engagement multidomaine est en progression depuis 2023 (+ dix points). ●●

Retrouver le baromètre ici :

<https://injep.fr/publication/etat-desprit-et-engagement-des-jeunes-en-2024/>

## Rendez-vous

# Pourquoi s'emparer du Giving Tuesday en tant que fundraiser ?

Le 3 décembre prochain marquera la prochaine édition du Giving Tuesday, ou journée mondiale de la générosité, portée en France par l'équipe de l'Association Française des Fundraisers aux côtés de partenaires et de bénévoles.

Ce mouvement mondial, qui réunit citoyens, entreprises et organisations, représente une opportunité unique



pour les fundraisers de mobiliser leur réseau et de dynamiser leur stratégie de collecte de fonds. Tout d'abord, le Giving Tuesday est la journée des fundraisers. En tant que professionnel de la collecte, ces derniers sont au cœur de cette dynamique, et le Giving Tuesday leur offre une tribune pour sensibiliser donateurs et partenaires à leur cause. C'est une occasion, pour eux, de mettre en avant leurs projets et réussites, mais aussi de fédérer de nouveaux soutiens autour de leurs actions.

L'AFF, coordinatrice du mouvement en France, est en capacité d'accompagner les fundraisers dans cette démarche, avec des outils

pratiques et des ressources clés en main. Les fundraisers peuvent faire du Giving Tuesday un événement phare de leur calendrier en mobilisant une large communauté autour de la mission de leur structure. En tant qu'adhérent à l'AFF, le fundraiser est aussi ambassadeur du Giving Tuesday en France. En amplifiant ce mouvement dans sa structure et dans son écosystème, il montre aussi que la générosité n'a pas de limite et que chaque don compte. 🟢🟢

Rendez-vous sur [givingtuesday.fr](https://givingtuesday.fr) afin de découvrir comment faire de cette journée un succès pour son organisation !

## Formations sur mesure IA

# L'IA, une révolution au sein de votre stratégie de fundraising

L'intelligence artificielle (IA) redéfinit aujourd'hui de nombreux secteurs et le fundraising n'échappe pas à cette transformation. L'intégration de l'IA dans les stratégies de collecte ouvre de nouvelles opportunités aux organisations : automatisation de la production de contenus, analyse fine des données, gestion simplifiée des campagnes. En exploitant ses potentialités, les acteurs peuvent repenser leurs approches en optimisant l'efficacité de leurs process, mais aussi en libérant du temps pour des missions plus stratégiques et centrées sur l'humain.

L'AFF accompagne depuis plus de trente ans les acteurs du secteur pour renforcer leurs compétences face aux défis technologiques. Elle propose des formations « intra » à destination des équipes et a développé notamment une formation « Mettez de l'IA générative dans votre stratégie de collecte de manière efficace et responsable ». Organisées directement au sein des



Formation IA – AFF, dispensée par Frédéric Bardeau de Simplon.

organisations, ces sessions répondent à leurs besoins spécifiques et s'adaptent aux réalités et enjeux des équipes.

À l'instar de Greenpeace ou du CCFD Terre Solidaire, accompagnez vos équipes afin de l'intégrer l'IA de

manière éthique et efficace dans votre stratégie de collecte de fonds! 🟢🟢

Pour plus d'informations, contactez-nous : [pole-formation@fundraisers.fr](mailto:pole-formation@fundraisers.fr)