

Fundraizine

#81

Le magazine des fundraisers • Automne 2025

Nos régions ont des talents ! | **DOSSIER**

L'après-Notre-Dame : quand la crise devient levier | **DÉCRYPTAGE**

Fundraisers, comment survivre par temps de polycrises ? | **CLINIQUE DU FUNDRAISING**





#Sommaire

Décryptage

06 Zoom sur...

Philanthropie et générosité : un sursaut face aux attaques de Trump ?

08 Analyse de campagne

L'après-Notre-Dame : quand la crise devient levier

10 Focus

Quelques recettes pour un dîner de gala réussi

Dossier

12 Nos régions ont des talents !

Innovation

18 Out of the box

« Si tu tombes sept fois, relève-toi huit »

20 Côté recherche

Choix des mécènes : l'éthique s'invite au musée

Clinique du fundraising

22 Côté pratique

Fundraisers, comment survivre par temps de polycrises ?

24 Dr Digital

Le don sans contact : une opportunité incontournable pour s'adapter à un monde sans espèces

Portrait

26 Constance Lombard

une tête bien faite au service du beau

Courrier

29 Cher Docteur F.

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 - E-mail : info@fundraisers.fr - ISSN : 1952-7284 - Directeur de la publication : Jonathan Hude-Dufossé - Rédactrice en chef : Yaëlle Aferiat - Rédactrice en chef adjointe : Éléonore William - Comité de rédaction : Mathilde Cadour, Philippe Doazan, Éric Dutertre, Ophélie Legrand, Marie-Pierre Lamotte, Sophie Lemaire, Kate de Montjoye, Théo Nepipvoda, Sophie Rieunier, Florian Sarrebeyroux, Noémie Wiroth - Dossier : Noémie Wiroth - Visuel de une : 21x29,7 - Direction artistique et réalisation : 21x29,7

Édito

Coup de mou... et résilience !

oyons honnêtes : l'ambiance est lourde. « *Suis-je le seul à avoir l'impression que tout brûle ?* », s'interroge un fundraiser insomniaque dans l'excellent Cher Docteur F. (p. 29). Non, tu n'es pas le seul. La surcharge mentale est réelle, les pressions sur les résultats s'intensifient. Un fundraiser confiait récemment : « *Je regarde sans arrêt les chiffres pour voir si ça remonte...* ». Depuis toujours, la team Fundraizine, comme l'ensemble de la communauté des fundraisers, reste radicalement positive. Croire en la force de la générosité au-delà des clivages, comme le rappelle Asha Curran dans notre décryptage sur la philanthropie et la générosité sous Trump. Trouver les leviers pour surmonter les crises, même quand elles s'accélèrent. C'est donc un véritable numéro « spécial résilience », que nous vous avons concocté. Avec, pour commencer, un véritable kit de survie à l'usage des fundraisers (p. 22), ainsi qu'un florilège de bonnes pratiques pour vous inspirer, vous faire progresser, trouver des leviers de croissance... Explorer de nouveaux territoires ? Notre dossier sur le mécénat en régions (p. 12) vous invite au voyage dans les dynamiques territoriales. Recréer des moments de rencontre et de convivialité avec vos donateurs ? Des recettes pour des dîners de gala réussis vous attendent p. 10. Mais pour rester créatif et mobilisé dans un contexte incertain, pour continuer à oser essayer, investir, se tromper, ajuster, recommencer... il faut de l'énergie. Beaucoup d'énergie. Pour des batteries rechargées, notre article Out of the box (p. 18) vous invite à nourrir votre capacité de résilience : lâcher prise sur l'impossible, faire de l'incertitude une alliée, vivre l'instant présent, respirer... et surtout, vous appuyer sur le collectif. Le programme de mentorat SoFundraisers de l'AFF en est une belle démonstration : la résilience passe aussi par les liens. Prenons soin les uns des autres. Prenez soin de vous. ☺

La team Fundraizine

Agenda

> 24 novembre

Formation • Manager efficacement une équipe de fundraisers
Paris

> 26 novembre

Formation • Identifier les axes de croissance de son fundraising
Paris

> 27 novembre

Webinaire • Philanthropie et fundraising au cœur des enjeux de démocratie et de la liberté de la presse
À distance

> 3 décembre

GivingTuesday
Partout en France

> 3 décembre

Formation • Initiez et développez votre stratégie legs
Paris

> 12 décembre

Formation • Réinventer ses relations avec les entreprises et coconstruire des partenariats stratégiques grâce à la RSE
Paris

> 12 et 13 mars

20^e Conférence fundraising dans l'ESR et la santé
Paris

> 23, 24 et 25 juin

25^e Séminaire de l'AFF
Paris

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

fundraisers.fr

Étude

Le papier, un levier d'impact qui n'a pas dit son dernier mot ?



C'est ce qu'affirme la cinquième vague de l'étude BALmétro menée par Ipsos auprès de deux mille cinq cents Français. Il semblerait que l'imprimé reste un atout à ne pas négliger dans le processus d'achat. Selon l'étude, alors que les Français indiquent être lassés des publicités en ligne à 84% (une augmentation de 4 points par rapport à l'année précédente), on remarque une remontée du format papier, dont l'impact auprès des consommateurs n'est pas négligeable. En effet, 64% des lecteurs indiquent qu'ils ont pu découvrir par le biais du courrier papier de nouveaux produits ou services, et ce sont jusqu'à 85% des interrogés qui

confirment avoir lu des informations utiles. De plus, alors que les écrans envahissent notre quotidien, l'étude met en lumière un autre avantage des supports papier : quand ils les lisent à leur domicile, 40% des lecteurs déclarent les « *consulter sans distraction, en pleine conscience* ». On note également que le temps de lecture est d'environ quatre minutes. Alors que l'attention des destinataires est de plus en plus difficile à capter, le papier semble une stratégie gagnante dans un monde surdigitalisé. Ainsi, dans le contexte de la collecte de dons, le papier, allié à d'autres leviers, assurerait plus d'impact auprès des donateurs et des prospects, en créant davantage de liens par un point de contact privilégié. ●●

Étude Ipsos pour Mediaposte, Parcours d'achat : l'imprimé publicitaire, allié du consommateur à chaque étape, 2025. https://www.mediaposte.fr/wp-content/uploads/2025/07/Balmetrie-New-Age_2025_Vague-5_Mediaposte_V5-4.pdf

97 %

des entreprises mécènes, parmi les 172 000 dénombrées, sont des TPE ou des PME. C'est le chiffre clé mis en avant par le Baromètre régional du mécénat, publié par l'Admical. Parmi les données du rapport sur la générosité des entreprises françaises, nous notons que les ETI sont des mécènes de plus en plus présents, comme en Bretagne, où elles représentent près de la moitié des mécènes (45,1%). Les grandes entreprises gardent la palme du plus grand volume de dons, représentant 63,5%. Mais ce qui ressort le plus de cette étude, c'est le fort ancrage territorial en action, puisque le nombre d'entreprises mécènes évolue grandement, notamment dans les régions. Par exemple, en Bourgogne-Franche-Comté, entre 2021 et 2023, le nombre de TPE mécènes explose passant de 1 650 à 4 740. De manière générale, après le souhait de contribuer à l'intérêt général, c'est cet ancrage territorial qui est le second facteur de motivation des entreprises, un élément en progression de 5 points par rapport à l'étude précédente. Ainsi, sur l'ensemble des mécènes, 88% agissent au niveau local ou régional (+ 12 points), alors que l'engagement au niveau national diminue de 11 points et représente un mécène sur quatre. L'engagement au niveau international, quant à lui, se maintient à 13% (+ 1 point). ●●

<https://admical.org/contenu/barometre-regional-du-mecenat-dentreprise-2025>

GivingTuesday

Mettez la générosité à l'honneur le 2 décembre !

Le GivingTuesday, c'est le 2 décembre, cette année – autrement dit, tout bientôt ! Ce mouvement mondial, porté en France par l'AFF avec l'appui d'une équipe de bénévoles engagés et de partenaires fidèles, célèbre la générosité et l'engagement sous toutes leurs formes : don, bénévolat, solidarité locale ou citoyenne.



Pour les fundraisers, c'est un rendez-vous incontournable : un moment pour fédérer, remercier, valoriser ses actions et amplifier leur impact. Et il n'est pas forcément nécessaire d'ima-

giner une nouvelle campagne ! Le GivingTuesday, c'est aussi l'occasion de donner un coup de projecteur sur ce que vous faites déjà.

La Société de Saint-Vincent-de-Paul (SSVP) l'illustre parfaitement. Reconnue d'utilité publique, présente dans plus de cent cinquante pays et forte de dix-sept mille bénévoles répartis dans huit cents antennes locales en France, elle agit depuis près de deux siècles auprès des plus fragiles : visites à domicile, maraudes, aide alimentaire ou encore création de Lieux sourire, ces espaces de vie qui recréent du lien social et redonnent confiance.

Pour sa première participation au GivingTuesday, la SSVP invite chacun à vivre « l'expérience de la rencontre » en franchissant la porte de l'un de ses quarante Lieux sourire en France, où l'on accueille la fragilité autour d'une tasse de café. Une campagne qui incarne pleinement l'esprit du mouvement : plus de solidarité, plus de lien, plus d'humanité.

Rendez-vous le 2 décembre pour célébrer ensemble la générosité !
Rejoignez le mouvement :
www.givingtuesday.fr

Save the date

Vingt ans de fundraising dans l'ESR

Les 11 et 12 mars prochains, ne manquez pas la 20^e édition de la Conférence fundraising dans l'enseignement supérieur, la recherche et la santé, le rendez-vous annuel qui réunit les professionnels de ces secteurs essentiels. Deux jours pour s'inspirer, décrypter les grandes tendances et repartir avec des clés concrètes pour renforcer sa stratégie de développement.



Cette conférence anniversaire marquera vingt ans de professionnalisation et de transformation d'un métier devenu stratégique, au cœur des missions d'intérêt général. En deux décennies, les fundraisers ont fait bien plus que collecter des fonds : ils ont structuré des écosystèmes et créé des ponts entre science, humanité et engagement.

Dans un monde en mutation, où le développement de l'IA, l'évolution des modalités d'engagement et les nouvelles attentes des mécènes redéfinissent les pratiques, les fundraisers sont plus que jamais des acteurs du changement : agiles, créatifs, visionnaires.

Comme le rappelle Sandra Bouscal dans une tribune publiée en septembre⁽¹⁾, « l'IA ne remplacera jamais cette capacité uniquement humaine à créer de la confiance, à incarner un projet ».

Cette édition célébrera aussi une communauté soudée et intergénérationnelle, où les pionniers du fundraising croisent la jeune génération. Tous partagent la conviction que leur rôle ne se limite pas à collecter des ressources, mais à transformer des engagements en résultats durables pour la société.

Un moment pour mesurer le chemin parcouru, s'outiller pour demain et, surtout, célébrer ensemble l'avenir d'un métier toujours plus stratégique, innovant... et profondément humain.

Plus d'infos : <https://fundraisers.fr/produit/20eme-conference-enseignement-superieur-recherche-et-sante-de-laff/>

(1) Journal du Net, 1^{er} septembre 2025.